



Accès et Partage des Avantages

Points clés pour les décideurs politiques

L'industrie Cosmétique

THE ABS
CAPACITY
DEVELOPMENT
INITIATIVE



People
and
Plants
international



Rachel Wynberg et
Sarah Laird

Novembre 2015

MARCHÉS, ENTREPRISES ET PRODUITS

-  Même s'ils sont en progression, les ingrédients naturels ne représentent que 7 % de l'ensemble du marché. Les quantités d'ingrédients naturels utilisés dans les produits varient d'une utilisation extrêmement faible à une utilisation substantielle pour ce qui est des ingrédients susceptibles d'avoir un effet. Près de 75 % de produits « naturels » contiennent seulement une petite quantité d'ingrédients naturels, habituellement incorporés à des fins de marketing.
-  Le Brésil et la Chine représentent les marchés à plus forte croissance des produits de soins personnels naturels.
-  Les marchés des produits cosmétiques à base d'ingrédients naturels augmentent, mais représentent une partie infime de l'ensemble de l'industrie cosmétique.
-  En 2013, les chiffres d'affaires des dix plus grandes entreprises cosmétiques se sont élevés à 121 milliards de dollars.
-  Dans le secteur des soins personnels, dix entreprises se partagent près de 50 % du total des ventes du marché. En 2014, les cinq premières entreprises revendiquaient 29 % des parts du marché.

TENDANCES EN MATIÈRE DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

-  Les investissements et les approches en matière de recherche et développement (R&D) varient énormément.
-  Les brevets sont devenus une part de plus en plus importante des stratégies de R&D. Entre 1990 et 2009, les ingrédients et extraits naturels ont comptabilisé pour 49 % de toutes les activités ayant trait aux brevets dans l'industrie des soins personnels, avec 34 % attribués aux plantes.
-  La plupart des espèces mentionnées dans les brevets sont celles établies depuis longtemps dans le commerce, *Aloe vera* étant de loin la plus répandue.

ÉVOLUTION DES MARCHÉS ET DE LA RECHERCHE

-  Les stratégies de recherche et les marchés ont considérablement évolué ces cinq dernières décennies : les ressources cultivées et les outils de certification sont de plus en plus utilisés, les technologies sont de plus en plus sophistiquées et le pouvoir d'achat des consommateurs a augmenté.
-  Les plantes sauvages sont récoltées pour trouver de nouvelles espèces, pour remplacer celles qui sont utilisées en petites quantités ou pour obtenir des espèces sauvages avec des niveaux plus élevés de composés actifs que celles qui sont cultivées.

APPROVISIONNEMENT ÉTHIQUE ET DURABLE

-  Les questions d'éthique et de durabilité sont devenues une préoccupation centrale de cette industrie à cause de leur impact considérable en termes de marketing. L'étendue de l'adoption de ces approches par les entreprises diffère en fonction de leurs tailles, des marchés, des marques et philosophies.
-  Les entreprises dépendent de plus en plus d'ingrédients nouveaux et exotiques provenant de collections, et à travers la recherche de nouveaux revigorants.
-  Les exigences d'APA et les approches d'approvisionnement éthique sont progressivement intégrées dans les contrats entre les entreprises et les fournisseurs.

UTILISATION DES CONNAISSANCES TRADITIONNELLES

-  Les connaissances traditionnelles sont intéressantes pour le marketing, l'efficacité, les nouveaux produits et les protocoles de récolte, à côté de l'intérêt croissant des consommateurs aux ingrédients « exotiques » qui sont naturels et locaux. Les connaissances proviennent surtout des publications existantes plutôt que de nouvelles études.
-  Certaines entreprises pensent néanmoins que les connaissances traditionnelles représentent un risque en raison des difficultés pour obtenir un consentement préalable donné en connaissance de cause (CPCC), négocier les accords et pour identifier les détenteurs de connaissances.

INDUSTRIE ET CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ BIOLOGIQUE

-  Au cours des dernières années, les discussions sur l'APA ont avancé de manière significative dans ce secteur, il en est de même de la sensibilisation et de l'engagement.
-  Malgré ces progrès, il reste beaucoup d'incertitudes et un manque de compréhension des questions d'APA, de sorte que beaucoup d'entreprises se contentent d'attendre.
-  Certaines commencent à définir elles-mêmes les façons d'intégrer l'APA dans leurs activités de collecte et leurs stratégies de R&D.
-  Les entreprises ont toujours besoin de soutien et d'orientation pour comprendre et mettre en œuvre les mesures d'APA.

INGRÉDIENTS D'ORIGINE VÉGÉTALE COURAMMENT UTILISÉS



INGRÉDIENTS
NATURELS

PRODUITS



HUILES

Huile de ricin (*Ricinus de communis*)
 Huile de jojoba (*Simmondsia chinensis*)
 Huile d'amande (*Prunus dulcis*)
 L'huile de sésame (*Sesamum indicum*)
 Huile d'avocat (*Persea americana*)
 Huile de noyau d'abricot (*Prunus armeniaca*)
 Huile de colza (*Brassica napus*)
 Huile de lin (*Linum usitatissimum*)
 Huile de graines de tournesol (*Helianthus annuus*)
 Huile de palme (*Elaeis guineensis*)
 Huile de coco (*Cocos nucifera*)

Lotions hydratantes, émoullissants



HUILES ESSENTIELLES

Huile de patchouli (*Pogostemon cablin*)
 Huile de citronnelle (*Cymbopogon winterianus*)
 Huile de bois de santal (*Santalum album*)
 Huile de bergamote (*Citrus aurantium*)
 Huile de romarin (*Rosmarinus officinalis*)
 Huile de Rose (*Rosa damascena*)
 Huile de menthe (*Mentha piperita*)
 Huile de jasmin (*Jasminum officinale*)
 Huile de vétiver (*Chrysopogon zizanioides*)

Parfums



EXTRAITS ET SUCS

Suc d'aleo (*Aloe vera*)
 Extrait de fruit d'açaï (*Euterpe oleracea*)
 Extrait de fruit de baobab (*Adansonia digitata*)
 Extrait de guarana (*Paullinia cupana*)

Lotions hydratantes, émoullissants



COLORANTS

Extrait d'indigo (*Indigofera spp*)
 Extrait de curcuma (*Curcuma spp*)
 Extrait de henné (*Lawsonia inermis*)
 Extrait de marigold (*Tagetes spp*)

Coloration



GOMMES

Gomme arabique (*Acacia spp*)
 Gomme adragante (*Astragalus spp*)
 Gomme de guar (*Cyamopsis spp*)
 Gomme de caroube (*Ceratonia siliqua*)

Stabilisants, agents adhésifs, gels
 lubrifiants, agents de suspension,
 épaississants, reliures



GRAISSES ET CIRES

Beurre de cacao (*Theobroma cacao*)
 Cire de carnauba (*Copernicia prunifera*)
 Cire de candelilla (*Euphorbia spp*)

Lotions hydratantes, émoullissants

MARCHES, ENTREPRISES ET PRODUITS

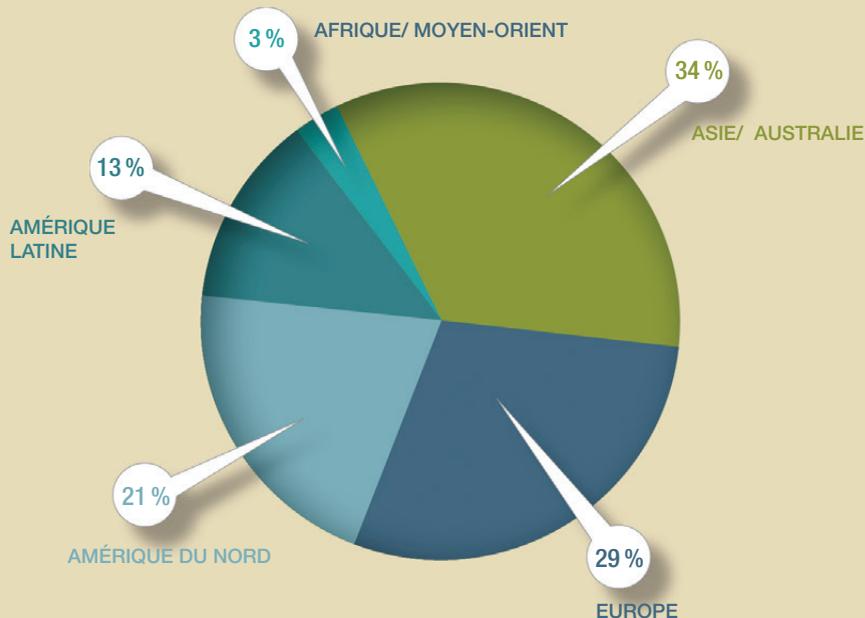


Même s'ils sont en progression, les ingrédients naturels ne représentent que 7 % de l'ensemble du marché. Les quantités d'ingrédients naturels utilisés dans les produits varient d'une utilisation extrêmement faible à une utilisation substantielle pour ce qui est des ingrédients susceptibles d'avoir un effet. Près de 75 % de produits « naturels » contiennent seulement une petite quantité d'ingrédients naturels, habituellement incorporés à des fins de marketing.



Les marchés des produits cosmétiques à base d'ingrédients naturels augmentent, mais représentent une partie infime de l'ensemble de l'industrie cosmétique.

Ventes de produits naturels de soins personnels par région en 2013



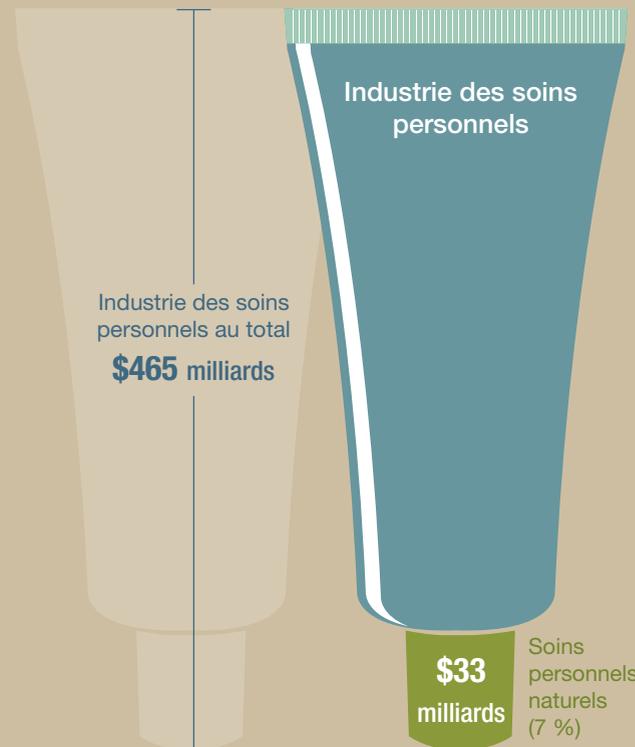
Croissance prévue dans l'industrie des cosmétiques naturels (en milliards de dollars)



*TCAC (Taux de Croissance Annuel Composé)



Les marchés des produits cosmétiques à base d'ingrédients naturels augmentent, mais représentent une petite partie de l'ensemble de l'industrie cosmétique.





En 2013, les chiffres d'affaires des dix plus grandes entreprises cosmétiques se sont élevés à 121 milliards de dollars.

Les dix premières entreprises cosmétiques en 2013

(chiffre d'affaires en millions de dollars en 2013)



Dans le secteur des soins personnels, dix entreprises se partagent près de 50 % du total des ventes du marché. En 2014, les cinq premières entreprises revendiquaient 29 % des parts du marché.

Les cinq premières entreprises de cosmétiques naturels en 2014

(chiffre d'affaires en millions de dollars en 2014)



TENDANCES EN MATIÈRE DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT



Les investissements et les approches en matière de recherche et développement (R&D) varient énormément.



Certaines entreprises utilisent une technologie minimale pour transformer les matières premières afin de produire de simples produits destinés à la vente locale. En général, la recherche et l'innovation ne font pas partie des activités de ces entreprises.



Certaines multinationales consacrent des budgets R&D considérables pour pouvoir entreprendre des recherches avancées sur de nouveaux ingrédients et systèmes de libération.



Il existe une innovation constante pour différencier les produits tout en incluant l'utilisation d'ingrédients réputés sous de nouvelles formes.



Les marques naturelles améliorent leur gamme de produits en ajoutant des lignes organiques.



L'accent est davantage mis sur les parfums naturels et le maquillage.



Les consommateurs sont exigeants et les entreprises doivent fournir de plus en plus la preuve de l'efficacité de leurs produits.



Les systèmes de libération qui stabilisent, protègent et améliorent l'effet des cosmétiques sur la peau font l'objet d'une attention accrue.



Il y a de plus en plus de passerelles entre les cosmétiques, la biotechnologie, les produits pharmaceutiques (cosméceutiques) et alimentaires (nutricosmétiques ou « aliments de beauté »).

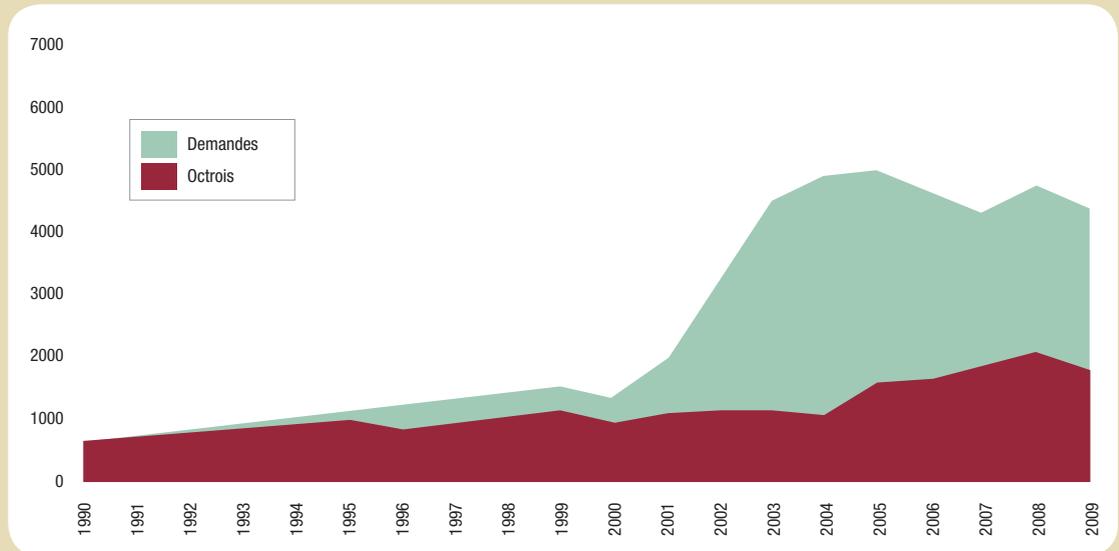


La recherche s'intéresse de plus en plus aux probiotiques et aux micro-organismes.



Les brevets sont devenus une part de plus en plus importante des stratégies de R&D. Entre 1990 et 2009, les ingrédients et extraits naturels ont comptabilisé pour 49 % de toutes les activités ayant trait aux brevets dans l'industrie des soins personnels, avec 34 % attribués aux plantes.

Activités en matière de brevets impliquant des ingrédients naturels



La plupart des espèces mentionnées dans les brevets sont celles établies depuis longtemps dans le commerce, *Aloe vera* étant de loin la plus répandue.

Plantes énumérées dans les demandes de brevets à usage cosmétique (1976 – 2010)

ESPÈCES	PUBLICATIONS ¹	RÉCLAMATIONS ²	ESPÈCES	PUBLICATIONS ¹	RÉCLAMATIONS ²
1 <i>Aloe vera</i>	6730	12879	11 <i>Helianthus annuus</i>	584	1732
2 <i>Glycine max</i>	926	1249	12 <i>Mentha piperita</i>	578	650
3 <i>Centella asiatica</i>	915	3415	13 <i>Calendula officinalis</i>	555	618
4 <i>Ginkgo biloba</i>	913	2081	14 <i>Salvia officinalis</i>	554	673
5 <i>Camellia sinensis</i>	826	1382	15 <i>Olea europaea</i>	548	1610
6 <i>Glycyrrhiza glabra</i>	800	1463	16 <i>Matricaria chamomilla</i>	505	466
7 <i>Vitis vinifera</i>	797	1699	17 <i>Arnica montana</i>	477	682
8 <i>Simmondsia chinensis</i>	651	517	18 <i>Citrus unshiu</i>	474	194
9 <i>Rosmarinus officinalis</i>	647	1660	19 <i>Panax ginseng</i>	464	909
10 <i>Vitellaria paradoxa</i>	637	369	20 <i>Zea mays</i>	461	995

¹ Les « publications » renvoient à la publication de demandes de brevet, et non à la délivrance de brevets;

² Les « réclamations » font référence à la portée de la protection conférée par un brevet, ou la protection recherchée dans une demande de brevet



1



2



3



4

ÉVOLUTION DES MARCHÉS ET DE LA RECHERCHE



Les stratégies de recherche et les marchés ont considérablement évolué ces cinq dernières décennies : les ressources cultivées et les outils de certification sont de plus en plus utilisés, les technologies sont de plus en plus sophistiquées et le pouvoir d'achat des consommateurs a augmenté.



Les plantes sauvages sont récoltées pour trouver de nouvelles espèces, pour remplacer celles qui sont utilisées en petites quantités ou pour obtenir des espèces sauvages avec des niveaux plus élevés de composés actifs que celles qui sont cultivées.



APPROVISIONNEMENT ÉTHIQUE ET DURABLE



Les exigences d'APA et les approches d'approvisionnement éthique sont progressivement intégrées dans les contrats entre les entreprises et les fournisseurs.



Les questions d'éthique et de durabilité sont devenues une préoccupation centrale de cette industrie à cause de leur impact considérable en termes de marketing. L'étendue de l'adoption de ces approches par les entreprises diffère en fonction de leurs tailles, des marchés, des marques et philosophies.

Sensibilisation sur l'approvisionnement éthique de la biodiversité en France, en Allemagne, au R-U et aux É-U

2009

28 %

2013

45 %



Les entreprises dépendent de plus en plus d'ingrédients nouveaux et exotiques provenant de collections, et à travers la recherche de nouveaux revigorants.

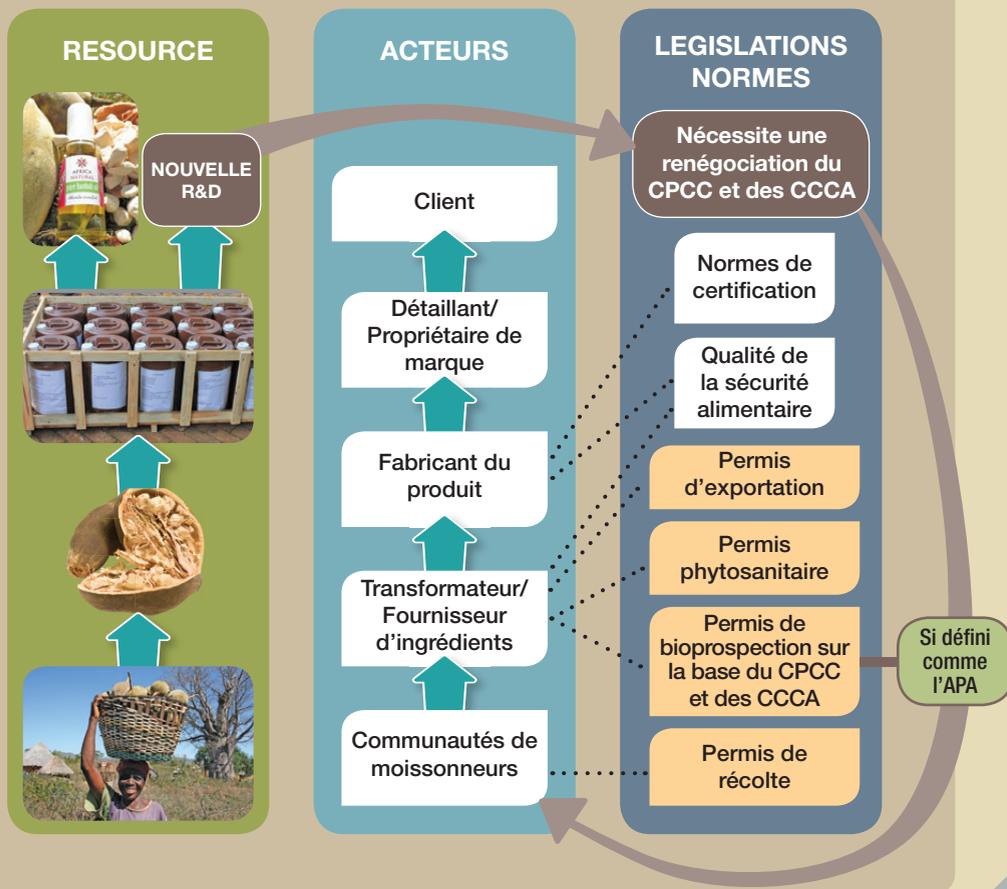


Lorsqu'on aborde de nouvelles communautés de fournisseurs, il convient de se poser trois questions : L'ingrédient est-il de bonne qualité? Sa récolte et sa production profitent-elles à la communauté? Les méthodes de récolte protègent-elles l'environnement?

– Estee Lauder, rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise, 2012

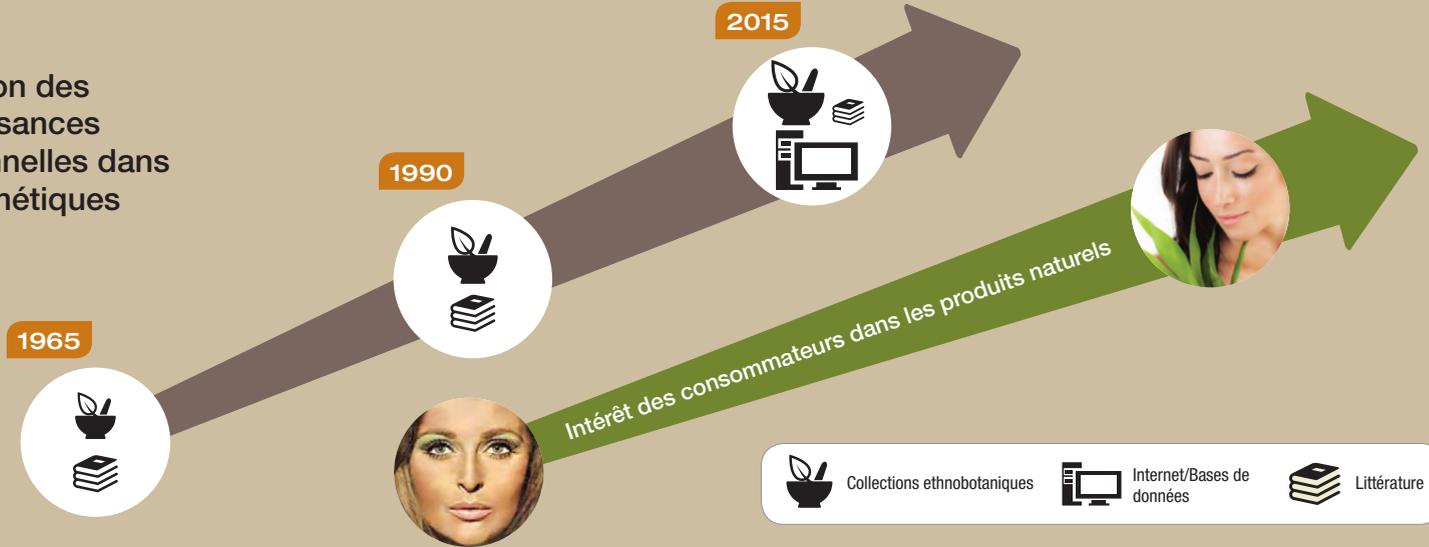
Production d'une huile de baobab

Produire une huile de baobab en Afrique du Sud nécessite non seulement un permis de bioprospection, qui est délivré sur la base d'une preuve du partage des avantages et du CPCC, mais également la prise d'une série d'autres mesures et du respect de certaines normes. Toute nouvelle R&D sur cette huile nécessitera une renégociation des termes de l'APA.



UTILISATION DES CONNAISSANCES TRADITIONNELLES

Utilisation des connaissances traditionnelles dans les cosmétiques



Les connaissances traditionnelles sont intéressantes pour le marketing, l'efficacité, les nouveaux produits et les protocoles de récolte, à côté de l'intérêt croissant des consommateurs aux ingrédients « exotiques » qui sont naturels et locaux. Les connaissances proviennent surtout des publications existantes plutôt que de nouvelles études.

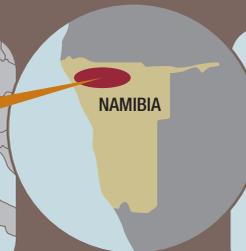


Certaines entreprises pensent néanmoins que les connaissances traditionnelles représentent un risque en raison des difficultés pour obtenir un consentement préalable donné en connaissance de cause (CPCC), négocier les accords et pour identifier les détenteurs de connaissances.

Utilisation traditionnelle des plantes à parfum par le peuple Himba de Namibie

Bien que le prix et l'efficacité des produits restent un facteur clé dans le choix du consommateur, l'« histoire » des produits et des ingrédients est également primordiale, surtout pour les espèces et ingrédients qui ont une expérience, une origine ou une histoire d'utilisation intéressante.

Par exemple, l'utilisation des plantes à parfum du genre *Commiphora* par les autochtones Himba dans le nord-ouest de la Namibie est un exemple parfait d'intemporalité et de tradition. Souvent, elle illustre les descriptions de la R&D menée sur ces plantes par les principales entreprises de cosmétiques. Le CPCC et le partage des avantages ont été des principes fondamentaux autour desquelles l'accès à ces plantes a été négocié entre les Himba et ces entreprises de cosmétiques.



● Région d'origine de la résine de *Commiphora*



INDUSTRIE ET CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ BIOLOGIQUE



Au cours des dernières années, les discussions sur l'APA ont avancé de manière significative dans ce secteur, il en est de même de la sensibilisation et de l'engagement.



Malgré ces progrès, il reste beaucoup d'incertitudes et un manque de compréhension des questions d'APA, de sorte que beaucoup d'entreprises se contentent d'attendre.



Certaines commencent à définir elles-mêmes les façons d'intégrer l'APA dans leurs activités de collecte et leurs stratégies de R&D.



Les entreprises ont toujours besoin de soutien et d'orientation pour comprendre et mettre en œuvre les mesures d'APA.



SOURCES

Page 3

Lubbe, A. and Verpoorte, R. 2011. Cultivation of Medicinal and Aromatic Plants for Speciality Industrial Materials. *Industrial Crops and Products* 34:785-801.

Page 4

Parsippany, N.J. 2013. At \$29+ billion, the Global Natural Product Care Market is Naturally Strong, say Kline. *KlineGroup.com*; Szalai, I. 2015. *Evolving Habits in Global Beauty*. In-Cosmetics, Barcelona. *Euromonitor International*; Kline, 2014. *Natural Personal Care Fact Sheet*.

Page 5

WWD, 2013. *The 2013 Beauty Inc Top 100*. *Women's Wear Daily*; Kline, 2014. *Natural Personal Care Fact Sheet*; AdBrands, 2015. *The World's Top Beauty Companies: Estimated 2014 Beauty Revenues*, http://www.adbrands.net/sectors/sector_personalcare.htm; L'Oréal, 2015. *Annual Results 2014*. News Release, February 12.

Page 6

Wynberg, R. and Laird, S. 2013. *Bioscience at a Crossroads. Implementing the Nagoya Protocol on Access and Benefit Sharing in a Time of Scientific, Technological and Industry Change*. The Cosmetics Sector. CBD, Montreal.

Page 7

UEBT, 2010. *A Review of Patent Activity in the Cosmetics Sector in the Context of the Ethical Sourcing of Biodiversity: Trends in Patent Activity in the Cosmetics and Perfume Sectors*. Union for Ethical Biotrade, Amsterdam; Oldham, P., Hall, S. and Forero, O. 2013. *Biological Diversity in the Patent System*. *PLoS ONE* 8(11):e78737.

Page 9

UEBT, 2014. *UEBT Biodiversity Barometer 2009 – 2014*. Union for Ethical Biotrade, Amsterdam. http://ethicalbiotrade.org/dl/barometer/UEBT_Biodiversity_Barometer_2014.pdf. Wynberg, R. and Laird, S. 2014. *Access and Benefit Sharing for Baobab Fruit, Oil and By-products in South Africa*. A Briefing Document. *PhytoTrade Africa*.





www.abs-initiative.info



www.bio-economy.org.za



www.peopleandplants.org

La série de « Points clés sur l'accès et le partage des avantages pour décideurs de politiques » est publiée pour fournir aux gouvernements, entreprises, chercheurs, communautés et autres parties prenantes des informations pour les aider à élaborer des mesures d'accès et de partage des avantages et mettre en œuvre le Protocole de Nagoya. Comme le nom l'indique, ces dossiers portent sur les points clés fondamentaux sur les tendances et pratiques au niveau des marchés, de la RDI et de l'APA. De plus amples informations concernant ces secteurs peuvent être trouvées aux adresses suivantes www.bio-economy.org.za, www.abs-initiative.info, www.peopleandplants.org; CBD Bioscience at a Crossroads policy briefs : <https://www.cbd.int/abs/policy-brief/default.shtml/>; et dans le livre à paraître prochainement : <http://www.routledge.com/books/details/9781138779099/>

Remerciements : Nous remercions sincèrement tous ceux qui ont contribué au parachèvement du présent document au travers de leurs commentaires et points de vue. Nous aimerions remercier tout particulièrement Tobias Dierks, Maria Julia Oliva, Jaci van Niekerk et Paula Wood pour leurs recherches, leur soutien et leur assistance l'édition, la révision et la conception de cette brochure.

Pour des informations complémentaires, veuillez contacter :
abs-initiative@giz.de