

Comité Éthique du Fonds Nouvelle Stratégie 50 du 30/10/2025
Secteur : Cosmétiques/Détergents/Entretien

Les membres d’Ethique et Investissement ont participé, le 30/10/2025, au Comité éthique organisé dans les locaux de Mandarine Gestion SAS pour analyser les valeurs du secteur : Cosmétiques, Détergents, Entretien.

Il s’agit, pour l’essentiel, d’un domaine non analysé en Comité depuis au moins trois ans. La sélection du jour paraît aux membres du Comité, de prime abord, bien hétérogène mais elle intègre des valeurs nouvelles.

Seulement deux sociétés passées en revue, en l’occurrence, figurent déjà dans l’univers d’investissement. Les autres sont « nouvelles » dans le scope spécifique dont ce Comité est adepte, à date car auparavant, elles n’étaient pas assez bien notées par les analystes extra-financiers consultés, pour y prétendre. Une tendance dans ce secteur se dessine : le rechargeable, comme bonne pratique en plein essor, avec quelques attermoissements néanmoins, qui mériteraient d’être expliqués : à élucider ultérieurement ?

Une discussion a notamment animé ce Comité : la question de « l’utilité sociale » des cosmétiques en particulier, sans faire l’unanimité ni pour, ni contre. En effet, les excès de maquillage observables chez les très jeunes, encouragés à grand renfort de publicités et d’égéries asservissantes justifient cette interrogation ; pour autant, le soin des apparences n’étant pas non éthique, a priori (cf l’estime de soi que ces produits peuvent aider à recouvrer chez les personnes fragilisées par certaines pathologies, un traitement médical lourd, ou une précarité économique patente -ou encore « le rapport aux autres » ainsi amélioré, puisque « [la peau est une interface entre soi et les autres](#) »), ces arguments plaident au contraire en faveur de leur potentielle utilité, surtout lorsque les fabricants, par exemple via [le don](#), jouent le jeu...

Toutefois, les impacts sanitaires des « produits de soin » sont sous le feu des projecteurs : [l’étude de l’INSERM](#) met en exergue « une concentration urinaire de bisphénol A (BPA), substance classée comme « très préoccupante » (comme perturbateur endocrinien avéré et reprotoxique présumé) ». Interdite, de surcroît par la réglementation européenne dont ces produits relèvent mais présente en réalité, du fait de « contamination accidentelle » au contact de leurs emballages. Des substances suspectes sont ainsi relarguées, impactant in fine le consommateur. L’expérience a consisté à les remplacer temporairement par des équivalents sans phénols synthétiques, parabènes, phtalates ni éthers de glycol, durant un laps de temps précis. [Résultat](#), les analyses d’urines du panel, avant et après, s’avèrent éloquentes.

Plus largement, les produits du secteur en revue ce jour-là sont sujets à caution : « Nettoyer pollue ! » l’air, l’eau, que ce soit à [la maison](#) ou à l’usine. [La RSE des fabricants](#) est censée s’étendre de la sélection des matières premières à la gestion des déchets, en passant par des procédés de fabrication les plus « propres » possibles et une juste rémunération des travailleurs, dans des conditions d’exercice dignes, sur toute la chaîne de valeur (de l’extraction des ingrédients à la mise en boutique des produits finis, à toutes les étapes de leur transformation et de leur conditionnement). Elle comprend également des initiatives visant à réduire l’empreinte carbone, dès leur conception (Lise Laurant, auteure de La Beauté Engagée, affirme que « l’éco-conception des produits et la transparence totale sont les impératifs de demain »), à favoriser le recyclage et plus largement tout ce qui va dans les sens d’une [économie circulaire](#), et à sensibiliser les consommateurs au [développement durable](#). Par exemple, la traque des emballages superflus pourrait réduire de 20 à 30% les déchets annuels de ce secteur estime le Dr Sylvie Poirier dans son livre La Durabilité en Cosmétique : Pratiques et Innovations, où elle détaille aussi comment réduire l’empreinte carbone de cette industrie. Exemple de controverse stimulante en matière d’innovation : celle sur les microplastiques semble avoir booster la mise au point d’alternatives, basées sur le biodégradable.

Sur le plan social, un point positif notable : les entreprises du secteur qui ont été analysées à l’occasion de ce Comité font montre d’une parité salariale meilleure qu’ailleurs, et les femmes y sont bien représentées.

Tableau des décisions

Entreprises	Décisions	Entreprises	Décisions	Entreprises	Décisions
BEIERSDORF	Conserver	HENKEL	Ne pas intégrer	UNILEVER	Ne pas intégrer
COTY	Intégrer	L'OREAL	Conserver		
ESSITY AB	Intégrer	RECKIT	Ne pas intégrer		

Relevé des décisions

Nous avons conservé :

L'OREAL et BEIERSDORF : Déjà dans l'univers. Pas de raison évidente, nouvelle, pour les en sortir.

Nous avons intégré :

COTY : Multinationale multimarques. Les fonctions de Présidence du CA et de DG ne sont pas dissociées mais 40% des membres du CA sont « indépendants » et 50% sont des femmes. Un membre dédié à l'ESG y siège. Engagée Net zero et validation SBTi 1.5°. Progrès significatifs au cours des 2 derniers exercices (énergie renouvelable sur ses sites, réduction des déchets et taux de recyclage en hausse). Formule et packaging de plus en plus éco-conçus. Objectifs phares : 100% de ses boîtes pliantes en papier certifiées (FSC ou PEFC) dès 2025 et d'ici 2030, utiliser -60% de plastique vierge. Vis à vis de la biodiversité : évaluation SBTN en cours. Accidentologie en baisse ; forte équité H/F en matière de rémunération ; celle du CEO baisse, « pour une politique salariale plus équilibrée ». Dons locaux de produits d'hygiène depuis plus de 30 ans ; soutien scolaire à 11,5M de filles dans 30 pays. Question épineuse en suspens (siège mondial à Londres mais société sous juridiction du Delaware, « paradis fiscal ») : celle des impôts ?

ESSITY AB : Axée sur l'hygiène, cette nouvelle venue dans les palmarès extra-financiers, affiche un positionnement sur la « durabilité » plus clair qu'avant. Indépendance : quasi 100% du CA, composé de 50% de femmes ; pas de comité formel dédié à la RSE, entrée (encore timide) de critères ESG dans la rémunération du top management. Actionnariat aux mains d'institutionnels, prépondérants : risque d'asymétrie, gare ! Neutralité carbone pour 2050 en bonne voie, si plus d'efforts sur l'énergie renouvelable. Faible intensité hydrique, stable sans plus d'ambition écologique objectivée. 94% des fournisseurs déjà couverts par une politique d'approvisionnement responsable a priori solide. Bien-être, sécurité, diversité et formation en progrès. Pas de controverse grave. Promeut l'hygiène intime et l'estime de soi de manière éducative et inclusive, pas juste commerciale, cf partenariats avec Unicef et La Croix rouge. A encourager, RSE stratégique mais quelle exécution ?

Nous n'avons pas intégré :

HENKEL : Société allemande principalement détenue par la famille éponyme, originelle. Elle détient des marques (produits capillaires, lessives, mais aussi, des technologies adhésives de pointe) grand public, principalement exportées et opère sur les 5 continents. Un groupe leader, ancien, pourtant son plan de transition n'émerge qu'en 2024, d'où un manque de preuves ; une absence de pro-activité (surtout écologique) regrettable. A revoir ultérieurement.

RECKIT : Gouvernance acceptable avec taux de féminisation élevé (64%) et des critères ESG dans la rémunération ; des bons points environnementaux aussi (stratégie de décarbonations et d'économie circulaire prometteuses) ; mais accidentologie élevée et controverses rédhibitoires (travail forcé en Indonésie, sécurité des produits sur la sellette) sachant que l'entreprise fabrique des médicaments, de nutrition infantile, d'hygiène et d'entretien ménager. Culture de précaution pas au rendez-vous ... c'est dommage et risqué.

UNILEVER : Multinationale de marques domestiques parmi les plus connues, présente dans l'alimentation, la beauté et l'entretien de la maison ; la direction de la durabilité est rattachée à la communication externe (rien dans son énorme budget n'invite le consommateur à la responsabilité) et au lobbying. Autre signal inquiétant : changement de raison d'être passant de « faire du développement durable une pratique courante » à ... « améliorer le quotidien de tous ». Nombreuses controverses fournisseurs, à la clé.