



Dessiner les contours du réemploi en cosmétique : le cas du préemballé

Retours d'expérience et leviers d'une expérimentation multi-marques

Aroma-Zone · Chanel · Clarins · Estée Lauder Companies · La Rosée · L'Oréal · L'Oréal Luxe · Melvita · Naos · Nocibé · Pierre Fabre · Sephora · Sephora Collection · SVR · Yves Rocher

Sommaire

00 Résumé exécutif

01 Contexte et constats

- 1.1 Un cadre réglementaire de plus en plus favorable au réemploi
- 1.2 Une opportunité environnementale majeure
- 1.3 Des consommateurs prêts à opérer des changements de consommation
- 1.4 Une réponse collective : la Coalition ReCosm

02 Présentation de l'expérimentation ReCosm

- 2.1 Un cadre réglementaire de plus en plus favorable au réemploi
- 2.2 Une opportunité environnementale majeure

03 Les enseignements clés de l'expérimentation ReCosm

- 3.1 Expérience client : un concept qui favorise l'attachement aux marques mais qui reste à renforcer
- 3.2 Lavage des contenants : consolider une performance satisfaisante par une précision des protocoles et de l'éco-conception
- 3.3 Logistique du préemballé réemployable : une boucle robuste qui reste à optimiser en vue d'un déploiement
- 3.4 Modèle économique : des leviers identifiés pour atteindre la viabilité dans un marché mature grâce à la consigne
- 3.5 Impacts environnementaux : le préemballé plus vertueux que l'usage unique dès 2 utilisations du contenant

04 Recommandations sur les prérequis au déploiement

- 4.1 Développer une extension du dispositif en renforçant un maillage régional
- 4.2 Mobiliser et communiquer clairement en point de vente
- 4.3 Optimiser la réemployabilité des emballages en définissant des standards de lavage et d'éco-conception
- 4.4 Arbitrer et équilibrer le modèle économique pour garantir une adhésion massive
- 4.5 Poursuivre la transition de l'industrie en s'engageant collectivement

05 Conclusion



Résumé exécutif

L'industrie cosmétique fait face à des défis réglementaires, environnementaux et sociétaux sans précédent qui imposent aujourd'hui une transformation structurelle de ses modèles. Si l'éco-conception en amont et le recyclage en aval constituent des piliers historiques de cette transition, l'enjeu se déplace désormais vers **le cœur du cycle de vie : la phase de circulation des produits**. C'est précisément pour maîtriser ce maillon central que les acteurs de la filière investissent depuis quelques années le champ du réemploi, y voyant **un levier de résilience et une nouvelle frontière de l'innovation durable**.

En complétant les initiatives déjà engagées sur le marché, le réemploi offre la possibilité de réduire significativement les impacts environnementaux tout en sécurisant les chaînes de valeur. Cette approche ouvre la voie à des modèles économiques durables, où la valeur ne réside plus seulement dans l'éphémère de l'emballage, mais dans la pérennité de son usage.

Pour répondre à ces enjeux systémiques, la Coalition **ReCosm**, pilotée par Circul'R avec le soutien financier et opérationnel de Citeo, a réuni entre 2023 et 2025, **15 marques cosmétiques, des distributeurs et des prestataires techniques** avec une conviction forte : **le passage à l'échelle de ces nouveaux modes de consommation ne peut réussir qu'à travers une action collective et coordonnée**, permettant de mutualiser les volumes, les coûts, les infrastructures et les apprentissages.

La Coalition ReCosm a travaillé selon 2 verticales en fonction du réseau de distribution concerné. La Coalition Cosmétique Consigne pour les produits distribués en pharmacie/parapharmacie et en réseau intégrés, et La Boucle Beauté, pour les produits de distribution sélective.



AROMA-ZONE L'ORÉAL Melvita
YVES ROCHER FRANCE LA ROSÉE PARIS X N A O S
Pierre Fabre SVR
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE



L'ORÉAL LUXE CHANEL PARFUMS BEAUTÉ SEPHORA
SEPHORA COLLECTION CLARINS
ESTÉE LAUDER COMPANIES NOCIBÉ LA BEAUTÉ PARTAGÉE



Trois formes de réemploi, un modèle testé

- Vrac avec réemploi par le professionnel ou le consommateur
- Emballage parent avec recharge
- **Préemballé avec réemploi par le professionnel**

C'est ce troisième modèle qui a été expérimenté par la coalition ReCosm. Une fois le produit consommé à domicile, son contenant vide est rapporté par le consommateur en point de vente où il est collecté pour être trié, puis lavé, en vue d'un reconditionnement et d'une remise sur le marché.

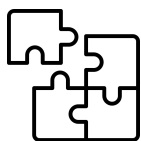
Dans le cadre de cette expérimentation, aucune réintroduction sur le marché des emballages reconditionnés n'a été réalisée.

Les travaux de la Coalition se sont structurés en trois temps :

01

Phase de structuration stratégique

Expérience client, communication, gratification, logistique inverse.



02

Expérimentation terrain

7 à 12 mois, 45 points de vente et 200 références.



03

Consolidation des enseignements

Réalisation d'un rapport de 160 pages à destination des membres de la coalition et publication d'un livre blanc public.





Quatre constats majeurs :

01

La faisabilité technique et sanitaire du préemballé réemployable est possible, à condition que les emballages soient **conçus dès l'amont** pour résister à la boucle de réemploi. Après un test de lavage opéré sur plus de **120 références de cosmétiques différentes**, les résultats montrent qu'une éco-conception orientée réemploi est indispensable, notamment sur la forme des contenants, les décors et la traçabilité.

02

La viabilité économique du préemballé réemployable dépend directement de la montée en maturité du système et de la mise en place de la consigne. La massification des volumes, la mutualisation des flux et la régionalisation logistique apparaissent comme des leviers structurants. À horizon 2030, **ce modèle pourrait atteindre l'équilibre économique**, voire devenir créateur de valeur (jusqu'à 0,20 € de marge par produit) dans un scénario de marché mature. L'expérimentation a testé des leviers d'incitation (gratification, points fidélité), mais la mise en oeuvre opérationnelle d'une consigne monétaire réelle (flux financiers, systèmes SI de déconsignation) reste une étape supérieure à valider.

03

Sur le plan environnemental, l'ensemble des analyses de cycle de vie démontrent que le préemballé réemployable devient plus performant que l'usage unique dès la **deuxième utilisation**, avec des réductions d'impact qui s'amplifient à chaque rotation. Il faut néanmoins un taux de retour élevé (**autour de 60 %**) et une optimisation logistique, faisant de la régionalisation et de la massification des flux des leviers prioritaires de performance environnementale.

04

Le préemballé réemployable (et le réemploi de manière générale) **suscite un très fort intérêt de la part des consommateurs et des équipes en magasin, et apparaît comme un levier de fidélisation et de différenciation pour les marques.** Les travaux mettent toutefois en évidence un écart entre cet intérêt et les taux de retour effectivement observés (jusqu' à 20%). Ce chiffre est toutefois à nuancer : pour une expérimentation menée sans modèle de consigne monétaire, ce résultat témoigne d'un réel engagement initial. Il souligne néanmoins le rôle déterminant de la visibilité en point de vente, de la formation des équipes et de la simplicité du dispositif dans l'adoption du réemploi.

Les facteurs clés de succès identifiés pour accélérer le déploiement du préemballé avec réemploi par le professionnel pour les contenants cosmétiques :

- La définition de standards partagés d'éco-conception et de lavage.
- La professionnalisation de la logistique inverse et de la traçabilité.
- Le développement d'infrastructures de réemploi mutualisées et territorialisées.
- L'harmonisation des pratiques en point de vente et de la communication consommateur.

Si les données techniques détaillées restent réservées aux membres de la Coalition, nous avons souhaité partager ici nos principaux enseignements.

Notre objectif est simple : apporter des points de repère concrets à l'ensemble de la filière sur les enjeux du réemploi en préemballé.



1. Contexte et constats

1.1 – Un cadre réglementaire de plus en plus favorable au réemploi

Le développement du réemploi des emballages s'inscrit dans un cadre réglementaire en forte évolution, qui pousse progressivement les acteurs de la cosmétique à repenser leurs modèles d'emballage et de distribution.

En France, la loi AGECE (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire) fixe un objectif structurant : **atteindre 10 % d'emballages réemployés d'ici 2027**. Cet objectif traduit une évolution majeure des politiques publiques : le réemploi n'est plus envisagé comme une démarche expérimentale ou volontaire, mais comme un pilier à part entière des stratégies de réduction des déchets, aux côtés du recyclage et de l'éco-conception. Toutefois, la marche reste haute pour le secteur de l'hygiène-beauté : selon les données 2024 de l'Observatoire du réemploi de l'ADEME, **le taux de réemploi n'y atteint actuellement que 0,42 %**, illustrant le **décalage entre les ambitions réglementaires et les réalités opérationnelles**.

10%

d'emballages réemployés d'ici 2027 prévus par la loi AGECE.

La loi Climat et Résilience renforce cette dynamique en agissant directement sur les pratiques de vente. Elle impose notamment que **20 % de la surface de vente de certaines catégories de produits soit dédiée au vrac ou à la vente sans emballage primaire**, contribuant à habituer les consommateurs à des modes de consommation alternatifs et à réduire l'usage d'emballages à usage unique.

À l'échelle européenne, la réglementation PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation) qui sera mise en application dès 2026 vient compléter ce cadre en annonçant un **renforcement des exigences sur la prévention des déchets, la réutilisation et la standardisation des emballages**. Si cette réglementation européenne vise une harmonisation globale, son impact réel sur les cosmétiques reste à définir par les modalités d'application en France, d'autant que le secteur n'est pas la cible directe des mesures de réemploi les plus contraignantes à ce stade.



1.2 - Une opportunité environnementale majeure

Le réemploi constitue **un levier de réduction d'impact environnemental particulièrement pertinent** : la fabrication des contenants étant la principale source d'impact d'un produit à usage unique, la prolongation de la durée d'usage des emballages existants permet d'éviter la fabrication de nouveaux contenants et donc d'amortir les impacts de la fabrication par le nombre d'utilisations.

Les travaux de l'ADEME sur l'évaluation environnementale des emballages alimentaires réemployés montrent que **les gains environnementaux par rapport à l'usage unique sont systématiques à partir de la 4ème utilisation** pour les contenants en verre, quelle que soit la distance parcourue.

La principale source d'impact environnemental d'un produit à usage unique tient à la **fabrication de son contenant.**



1.3 - Des consommateurs prêts à opérer des changements de consommation

Différentes études consommateurs montrent **une prédisposition favorable au préemballé réemployable**, en particulier au retour de la consigne du verre. Environ 80 % des Français se déclarent favorables au principe de la consigne et ne perçoivent pas le geste de retour en magasin comme un obstacle en soi.

Cette dynamique se confirme par un engagement croissant des consommateurs : 93 % des Français se positionnent de manière favorable au développement de la consigne pour réemploi en France (« Les Français et la consigne », Citeo x CSA, 2025) et 77 % se déclarent prêts à adopter le réemploi (pré-emballé consigné) s'il était disponible dans leur magasin habituel (« Perception des emballages standards par les consommateurs français », Citeo x Ipsos, 2022).

93%

des Français se déclarent **favorables au principe de la consigne** pour réemploi. Citeo x CSA, 2025

1.4 – Une réponse collective : la coalition ReCosm

Le déploiement du réemploi pour les contenants cosmétiques soulève des **enjeux logistiques, économiques et industriels complexes** qui rendent difficile une approche strictement individuelle à l'échelle d'une marque. Dans ce contexte, le déploiement du préemballé réemployable apparaît avant tout comme **un défi collectif**, nécessitant une coordination entre **marques, distributeurs et prestataires pour atteindre une masse critique suffisante**.

La Coalition ReCosm est un cadre d'expérimentation partagé, conçu pour mutualiser les volumes et massifier les flux, pour partager les apprentissages et harmoniser les pratiques, ainsi que pour accélérer les phases de test et d'itération, selon une approche pragmatique de type test & learn.

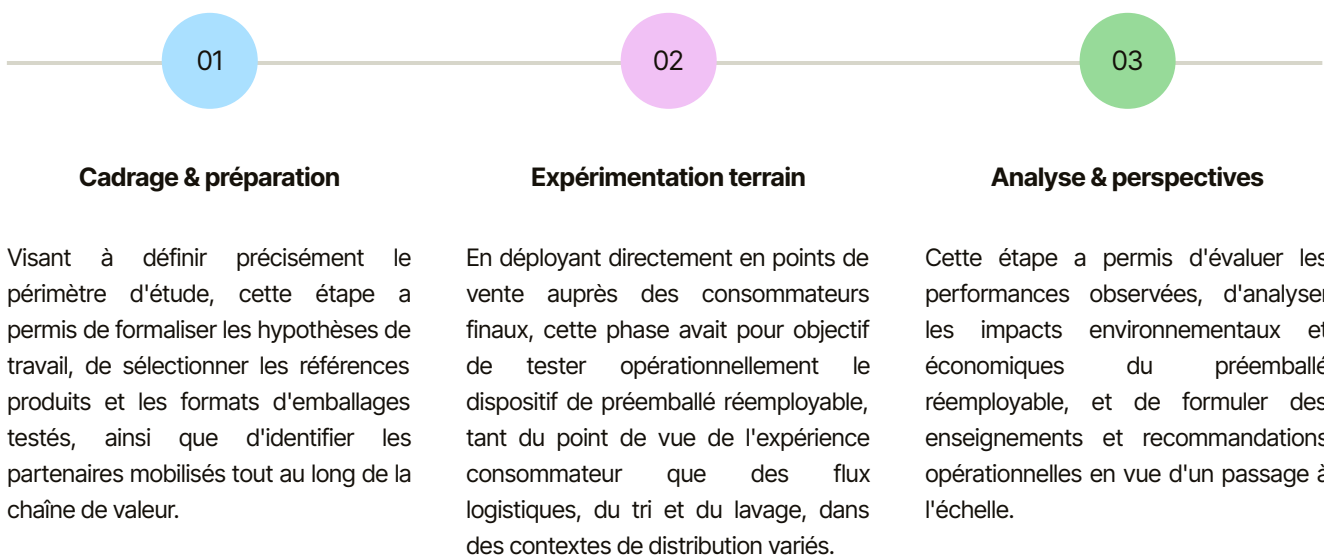
L'expérimentation ReCosm a ainsi permis d'adresser simultanément **cinq chantiers structurants du réemploi** (sans réintroduction d'un emballage reconditionné sur le marché), offrant ainsi une vision globale et intégrée des conditions nécessaires à un déploiement à plus grande échelle :



Les membres de la Coalition ReCosm lors de la journée de restitution des travaux.

2. Présentation de l'expérimentation ReCosm

La Coalition ReCosm a été structurée en trois grandes phases :



2.1 - Une coalition d'acteurs engagés

L'expérimentation ReCosm repose sur une coalition d'acteurs aux compétences complémentaires, réunis afin de couvrir l'ensemble des enjeux liés au déploiement du réemploi en cosmétique (produit, logistique, distribution, expérience consommateur). Le projet lancé et piloté par **Circul'R**, a bénéficié du soutien financier et opérationnel de **Citeo**, contribuant ainsi à la faisabilité du projet et à son déploiement en conditions réelles. Au total, 15 marques représentées par 13 laboratoires, ainsi que des distributeurs et prestataires techniques ont été mobilisés tout au long de la démarche, depuis la phase de conception jusqu'à l'analyse des résultats, représentant plus de 200 références produits intégrées au dispositif de test.

15

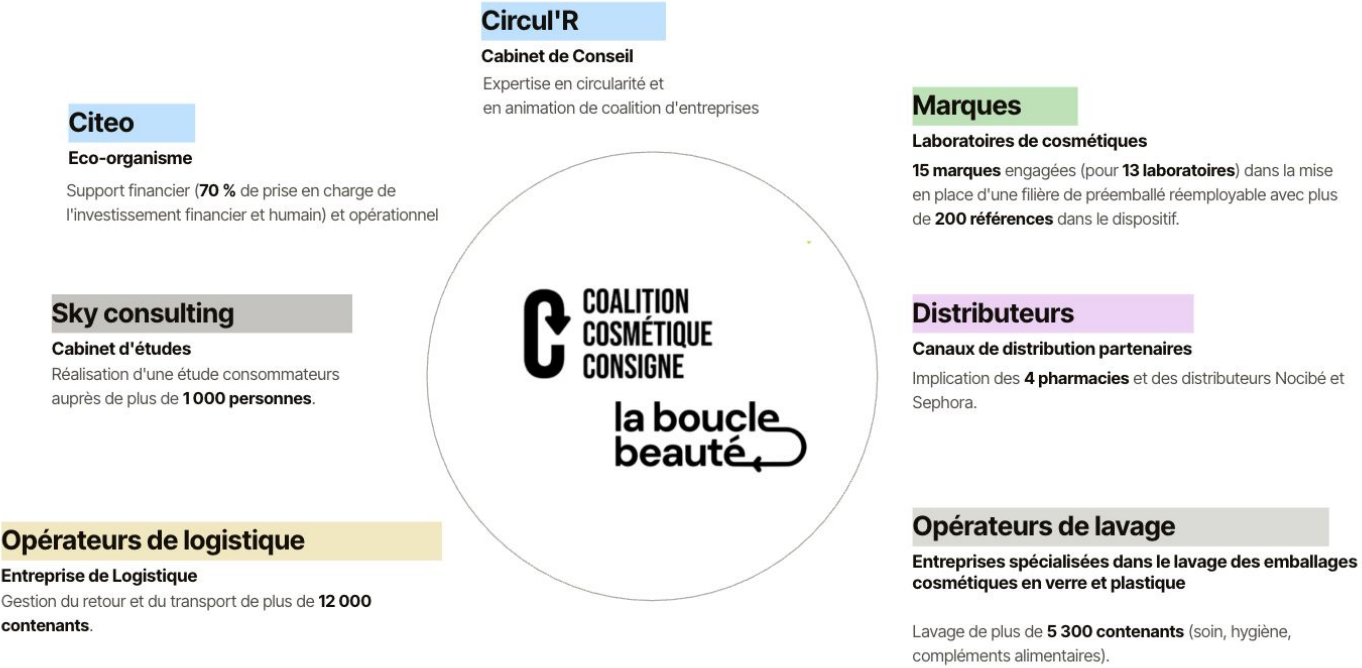
marques engagées

200

références produits



L'écosystème de la coalition ReCosm :



2.2 - Un protocole de test multicanal

Afin d'évaluer la pertinence du préemballé réemployable dans des contextes de distribution variés, **l'expérimentation a été déployée sur trois typologies de points de vente**. Ces canaux représentent des usages consommateurs, des leviers d'incitation et des contraintes opérationnelles distinctes, permettant de **tester ce mode de réemploi dans des conditions représentatives de la diversité du marché cosmétique** :

Typologie de points de vente	Nombre de points de vente	Modalités d'incitation	Durée de l'expérimentation
Pharmacies	4	Gratification financière de 1 € à 2 €	9 à 12 mois
Enseignes intégrées (Yves Rocher, Aroma-Zone)	5	Bon d'achat de 1 €	12 mois
Enseignes spécialisées luxe (Sephora, Nocibé)	36	Attribution de points de fidélité	7 mois

Illustrations du dispositif en point de vente :



3. Les enseignements clés de l'expérimentation ReCosm

3.1 – Expérience client : un concept qui favorise l'attachement aux marques mais qui reste à renforcer

01 Un fort potentiel d'adhésion théorique au dispositif et un levier de fidélisation.

L'étude consommateur met en évidence une appétence élevée pour le préemballé réemployable :

- **95 %** des répondants se déclarent prêts à participer au dispositif et à rapporter leur contenant en théorie.
- **92 %** attribuent une note comprise entre 8 et 10/10 à l'initiative.
- **100 %** des collaborateurs interrogés se sont montrés initialement enthousiastes vis-à-vis de l'initiative.

Le réemploi apparaît comme un levier de différenciation et de fidélisation, encourageant l'achat et le réachat :

- **90 %** des répondants déclarent que leur attachement aux marques et enseignes engagées dans le dispositif s'en trouve renforcé.
- **76 %** indiquent que la présence du dispositif les inciterait à racheter le produit plutôt qu'un équivalent non réemployable.
- **81 %** des répondants ayant rendu leur contenant dans les enseignes intégrées en ont profité pour racheter un produit, tandis que 66 % des consommateurs ayant bénéficié des points de fidélité dans une des enseignes Luxe en ont profité pour racheter un produit.

90%

des répondants déclarent que leur **attachement** aux marques engagées dans le dispositif **s'en trouve renforcé**.



02

Un écart entre l'intention déclarée et la participation effective, permettant d'identifier des pistes pour accroître le taux de retour.

Les taux de retour sont variables selon les typologies de points de vente :

- **11,9 %** en enseignes Intégrées en moyenne, **18,6 %** en fin d'expérimentation.
- **8,4 %** en Pharmacies en moyenne.
- **1,1 %** seulement en enseignes Luxe en moyenne.

Ces écarts entre adhésion théorique et pratique des consommateurs, ainsi que les différences entre les canaux de distribution s'expliquent par plusieurs facteurs, détaillés ci-dessous.

a. La visibilité en magasin, facteur clé de performance

L'écart s'explique en grande partie selon le niveau d'exposition au dispositif :

- **45 %** des répondants n'ayant pas rapporté leur contenant déclarent ne jamais avoir entendu parler de l'initiative. Cela concerne jusqu'à **61 %** des répondants n'ayant pas rapporté dans le canal Luxe, où le taux de retour est le plus bas.
- Une fois le concept expliqué a posteriori, **92 %** d'entre eux se disent prêts à participer, ce qui démontre l'importance de la visibilité pour assurer la participation.

Les différences de visibilité entre les canaux de distribution expliquent probablement les écarts observés :

- **En enseignes intégrées où le taux de retour est le plus élevé, la PLV est jugée plus impactante par les consommateurs** (schémas explicatifs, accroches engageantes, couleurs qui se démarquent).
- **En pharmacies, la PLV a été retravaillée en milieu d'expérimentation pour émerger davantage** (changement des couleurs, ton plus mobilisateur, ajout de schéma), ce qui a été déterminant dans l'atteinte des **8,4 %** des taux de retour.
- Enfin, dans les enseignes Luxe où le taux de retour est le plus bas, les consommateurs considèrent que **la PLV n'arrive pas encore à émerger face à la profusion de signaux** et que les accroches doivent être moins neutres et juridiques.



b. La visibilité en magasin, facteur clé de performance

Les canaux de distribution ayant mis l'accent sur la formation et le suivi du personnel de vente (enseignes Intégrées et Pharmacies) obtiennent des taux de retour plus élevés.

Plusieurs pistes ont été identifiées pour améliorer l'impact de la force de vente :

- **Approfondir** la formation et le suivi continu.
- **Outiller** les équipes face aux clients avec des supports didactiques et des rappels automatiques en caisse.
- **Fournir un argumentaire** concis et impactant pour harmoniser les discours.
- **Diminuer** les charges opérationnelles.

c. Une simplification nécessaire du parcours client : clarté du périmètre de références et couverture des magasins participants

La lisibilité du dispositif dépend aussi du choix des références concernées :

- Les dispositifs monomarques ou couvrant une gamme cohérente et clairement identifiée (comme ce fut le cas en enseignes Intégrées) facilitent la compréhension et l'adoption ;
- À l'inverse, un périmètre trop complexe ou hétérogène peut freiner le passage à l'acte.

Parmi les répondants n'ayant pas l'intention de rendre leur contenant, même après réexposition au concept de l'initiative, **21 %** expliquent que cela leur prendrait trop de temps et **17 %** estiment que le point de collecte serait trop loin de chez eux.

De même, les répondants ayant retourné leur contenant recommandent à **44 %** d'élargir le dispositif à davantage de points de vente et de références, pour simplifier la compréhension du dispositif et le geste retour.

d. La durée de l'expérimentation comme facteur d'adhésion

Une prolongation du dispositif en enseignes Intégrées et Pharmacies a permis d'obtenir au bout de 12 mois un taux de retour de 18,6 % en Intégrées (contre 11,9% en moyenne). Pour les enseignes Luxe, la durée a été plus courte (7 mois), expliquant également que le taux soit plus bas.

En revanche, **quelque soit la typologie de points de vente, le taux de retour était en constante augmentation** : cela confirme que le préemballé réemployable, comme chaque innovation, a besoin de temps pour s'ancrer chez le consommateur, particulièrement pour des produits de soin à cycle d'usage long.

e. Un mode de rétribution à optimiser

Enfin, il est également possible que **le mode de rétribution ait influencé le taux de retour** : récompense monétaire en enseignes Intégrées et Pharmacies, contre des points de fidélité jugés moins tangibles en Luxe.

Mais la récompense monétaire n'est pas forcément une condition nécessaire à la participation, car les répondants font preuve d'un intérêt encourageant pour la consigne. En effet, **80 %** des personnes interrogées seraient prêtes à acheter des produits assortis d'une consigne classique. Le déploiement d'une consigne doit être accompagné d'une stratégie pour encourager son adoption (communiquer sur l'intérêt écologique, identification du montant optimal, faciliter la déconsignation).

03

A l'avenir, une adhésion qui sera également conditionnée à l'acceptabilité du contenant réemployé.

Les consommateurs restent sensibles à l'aspect visuel des emballages : les contenants légèrement endommagés sont globalement acceptés mais des dégradations plus marquées suscitent des réactions unanimement négatives. Celles-ci sont souvent associées à une crainte concernant l'hygiène, quand bien même ces altérations n'auraient aucun impact sur la qualité ou la sécurité microbiologique du produit et resteraient d'ordre purement esthétique.

De la pédagogie sur l'état des décors et un travail sur leur résistance des décors seront nécessaires pour ne pas freiner l'adhésion à l'avenir.





3.2 – Lavage des contenants : consolider une performance satisfaisante par une précision des protocoles et de l'éco-conception

Les enseignements présentés ci-après portent sur la capacité des technologies de lavage industriel à répondre aux exigences du réemploi dans le secteur cosmétique, tant sur le plan sanitaire qu'esthétique, ainsi que sur les conditions de compatibilité des emballages avec ces procédés.

L'expérimentation a montré que les procédés de lavage industriel utilisés sont efficaces et pertinents. Ils reposent sur une combinaison de plusieurs étapes complémentaires (aspersion, immersion et ultrasons) et se sont révélés compatibles avec les attentes initiales formulées par les membres de la Coalition.

Les tests réalisés montrent que la faisabilité du préemballé réemployable repose sur **un double défi de même niveau : la conception des emballages et la maîtrise du lavage des formules. Si l'importance d'une éco-conception pensée dès l'amont est confirmée, la performance du lavage nécessite un protocole et un détergent spécifiquement adaptés à chaque formule cosmétique afin de garantir l'efficacité du nettoyage et d'éliminer tout risque de contamination microbiologique.** Plusieurs solutions chimiques sont possibles selon les besoins, qui devront être confirmés par des analyses microbiologiques poussées.

Concernant les formules qui ont été testées, les résultats obtenus mettent en évidence l'efficacité du détergent, y compris sur des formules initialement difficiles à nettoyer, telles que celles contenant des silicones ou un indice de protection solaire (SPF). En revanche, le lavage des produits moussants constitue un cas particulier et un axe de progrès pour lequel des études complémentaires seront nécessaires. Toutefois, si la faisabilité technique est démontrée, les protocoles industriels ne sont pas encore totalement rodés, notamment sur le volet microbiologique qui reste à consolider pour stabiliser ces nouveaux standards.

Trois pistes de travail ont été identifiées afin d'améliorer l'éco-conception pour le préemballé réemployable :

01 Décors : un frein majeur au réemploi.

Les décors laqués et dorés se dégradent après des lavages répétés, avec des altérations observées sur 32 % des références laquées, notamment au niveau des zones de frottement (angles, filetage, épaules). Aucune solution de laquage universellement compatible avec la boucle de réemploi n'a été identifiée à ce stade.

02

Traçabilité : la gravure du numéro de lot pose des limites au réemploi multi-cycles.

Les tests montrent que **la gravure directe du numéro de lot ne peut pas être retirée sans altérer le contenant**. Des solutions alternatives (jet d'encre, étiquette, déplacement de l'information sur un composant non-réemployé) apparaissent plus compatibles avec un déploiement du préemballé réemployable.

03

Plastiques : une compatibilité possible sous conditions de design et d'intégrité.

Le réemploi des packs plastiques est envisageable, mais dépend fortement de leur capacité de séchage. Si les flacons à épaules non angulaires réduisent la rétention d'humidité (jusqu'à ~6 % de packs concernés seulement après ajustement), le design n'est pas le seul défi à relever. **La viabilité du plastique en boucle fermée nécessite encore d'étudier le comportement des différentes résines (PE, PP, PET) pour investiguer la résistance du matériau aux lavages répétés, ainsi que de lever les risques de contamination microbiologique et de persistance des odeurs (rémanence).**





3.3 - Logistique du préemballé réemployable : une boucle robuste qui reste à optimiser en vue d'un déploiement

Le dispositif logistique a été globalement fonctionnel en phase d'expérimentation. **En effet, la boucle logistique s'est révélée opérationnellement robuste, avec un taux de casse inférieur à 1 % sur l'ensemble des flux.**

Les étapes de collecte, de tri, de transport et de lavage ont pu être déployées sans rupture majeure, démontrant la faisabilité du préemballé réemployable en conditions réelles, à l'échelle pilote.

Cette expérimentation a également livré des apprentissages clés pour passer à l'échelle, détaillés ci-dessous :

01

Former, limiter la charge et outiller le personnel en point de vente.

La formation du personnel est un élément clé pour limiter les erreurs de références et les pertes de contenants : celles-ci sont en effet plus faibles dans les typologies de points de vente où les équipes sont davantage formées et impliquées dans le dispositif, en particulier dans les enseignes intégrées. D'autre part, **simplifier au maximum le processus et réduire la charge opérationnelle pour les équipes est crucial pour assurer la fluidité de la logistique.** Enfin, pour être en mesure de suivre les contenants et limiter les erreurs de références, il est nécessaire **d'outiller les forces de vente avec un système de traçabilité de bout-en-bout.** Cet outil permettra en outre de déconsigner les contenants et d'objectiver la performance économique et environnementale de l'initiative.

02

Travailler avec des spécialistes de la collecte dans un contexte régionalisé et optimisé.

Pour des raisons de simplicité, de rapidité de déploiement et d'adaptabilité aux petits volumes d'un POC, nous avons fait appel, via un expert de la reverse logistique des pharmacies, à des opérateurs du colis et de l'express (UPS, DHL,...), non experts de la collecte. **Avoir recours à des acteurs spécialisés permettrait de faire passer les messages adaptés lors des passages en point de vente et de fluidifier le dispositif.** D'autre part, **une régionalisation des flux logistiques permettrait de réduire les distances, les coûts et impacts, à condition que la tarification du prestataire dépende de la distance.** Enfin, la boucle pourrait être davantage optimisée **en réduisant les doublons de phases de tri**, qui pour le pilote ont eu lieu chez le logisticien et chez le laveur.

03

Améliorer la résistance des décors et leur protection.

Si le taux de casse global est faible, il demeure un point d'attention sur la résistance des décors, notamment du laquage. Après analyse des impacts de la boucle logistique sur les contenants, avec ou sans protection, **il a été estimé qu'une partie des détériorations se produisent probablement avant la boucle logistique, chez le consommateur, mais aussi lors de la boucle logistique.**

Pour passer à l'échelle, il est donc nécessaire de :

- **Concevoir** les contenants avec des tests de boucles.
- **Prévoir** des améliorations sur la durabilité des décors.
- **Identifier** le mode de protection optimal des contenants, en équilibrant entre la faisabilité, les coûts et l'efficacité.

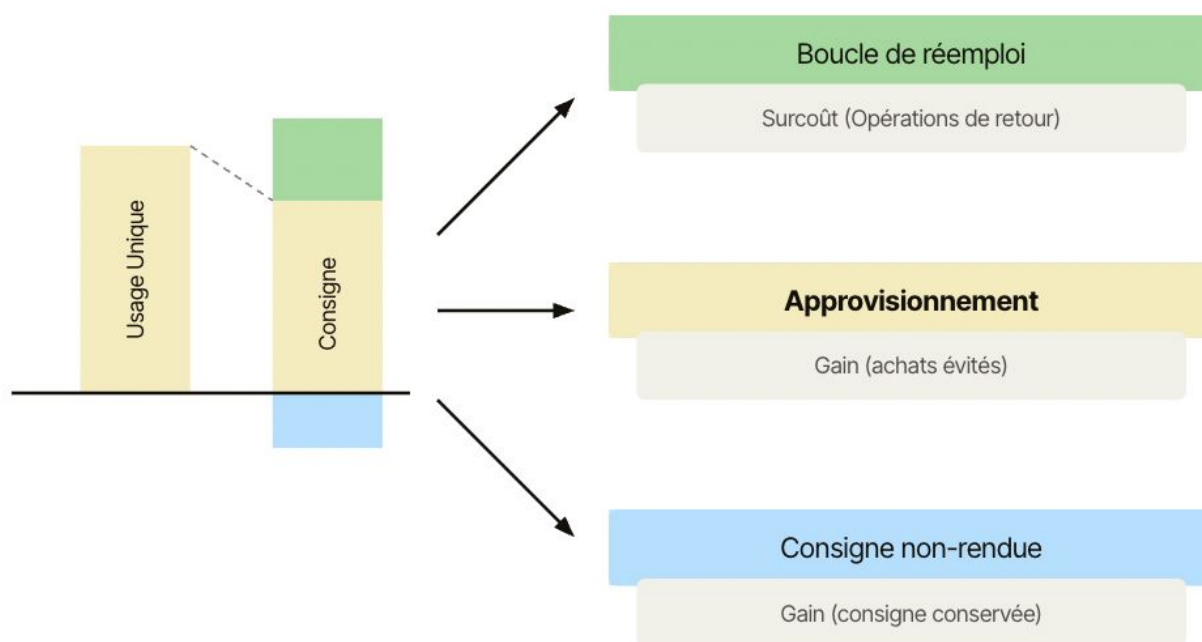


3.4 - Modèle économique : des leviers identifiés pour atteindre la viabilité dans un marché mature grâce à la consigne

Dans le cadre du projet, **un modèle économique théorique dynamique a été conçu afin de tester les conditions d'atteinte de la rentabilité en fonction de scénarios définis par des jeux de paramètres structurants :**

- La nature du contenant (matière et volume).
- Le canal de distribution (spécialisée ou en pharmacie).
- Le montant de la consigne.
- Le taux de retour.
- La part des produits mis en marché au sein d'un système de réemploi (parmi les références analysées).
- La maturité du système de réemploi pour les emballages concernés.

L'étude de l'impact de ces paramètres sur la structure de coûts a permis de **dégager les effets financiers principaux d'une bascule d'un système à usage unique au modèle de préemballé consigné :**



L'enjeu du système de préemballé réemployable est d'équilibrer le surcoût associé au réemploi des emballages (collecte, traçabilité, tri, lavage...) avec les gains permis par les achats évités et par la consigne non rendue.



01 La rentabilité est fortement conditionnée par la maturité du système.

La maturité du système est représentée dans l'analyse par différents scénarios de déploiement du réemploi, allant de la phase d'expérimentation à un système industrialisé et mature.

En phase de lancement, les coûts unitaires de la boucle de réemploi (collecte, tri, lavage) sont élevés, du fait de volumes limités, d'une faible mutualisation des flux et de processus encore peu optimisés.

Ces coûts diminuent mécaniquement avec la montée en puissance, à mesure que les volumes augmentent, que les infrastructures se mutualisent et que les opérations (lavage, tri, transport) s'industrialisent.

Les résultats confirment que l'atteinte d'un niveau de maturité important et de certains seuils de volume sont des conditions nécessaires à la rentabilité du modèle.

02 L'achat évité d'emballages agit comme premier levier économique du modèle.

Le surcoût logistique induit par le réemploi est partiellement compensé par la réduction des coûts d'approvisionnement liés aux emballages neufs.

Ces gains augmentent avec la part d'emballages effectivement réemployés dans le mix et la valeur unitaire de l'emballage.

Dans les scénarios étudiés, **les gains d'approvisionnement deviennent significatifs lors de la montée en puissance du préemballé réemployable et constituent un levier économique central**, en particulier pour les formats en verre (dont la valeur est plus importante que ceux en plastique).

03 La consigne joue un rôle structurant dans le passage à la rentabilité.

La consigne joue un rôle clé dans l'équilibre économique du modèle, en particulier en phase de lancement.

En effet, en début d'expérimentation, le taux de retour est encore limité (en attestent les retours observés lors de ce projet pilote). La consigne non réclamée constitue une somme importante qui permet de soutenir le lancement du modèle et d'absorber une partie des coûts opérationnels.



Selon les types d'emballages, **la consigne reste structurante à moyen et long terme, mais son rôle évolue à mesure que le taux de retour augmente**, et que le gain d'approvisionnement la remplace dans l'équilibrage du modèle. Elle devient davantage un levier d'incitation que de financement.

Son montant doit être pensé à la fois dans une logique d'équilibrage économique et d'acceptabilité pour les consommateurs afin de ne pas représenter un frein à l'achat.

04

Le préemballé réemployable pourrait être viable économiquement, voire profitable, à horizon 2030.

Les modélisations montrent que, **sous certaines conditions, dont un scénario de marché mature, le préemballé réemployable devient économiquement viable** pour l'ensemble des configurations étudiées (formats, canaux de distribution).

Dans une configuration optimale des paramètres entrants, **ce mode de réemploi peut non seulement atteindre l'équilibre par rapport à l'usage unique, mais également devenir un levier de création de valeur**. Il est en effet possible de générer, pour chaque produit d'une référence réemployable, **de quelques centimes d'euros jusqu'à 20 centimes de marge supplémentaire**.



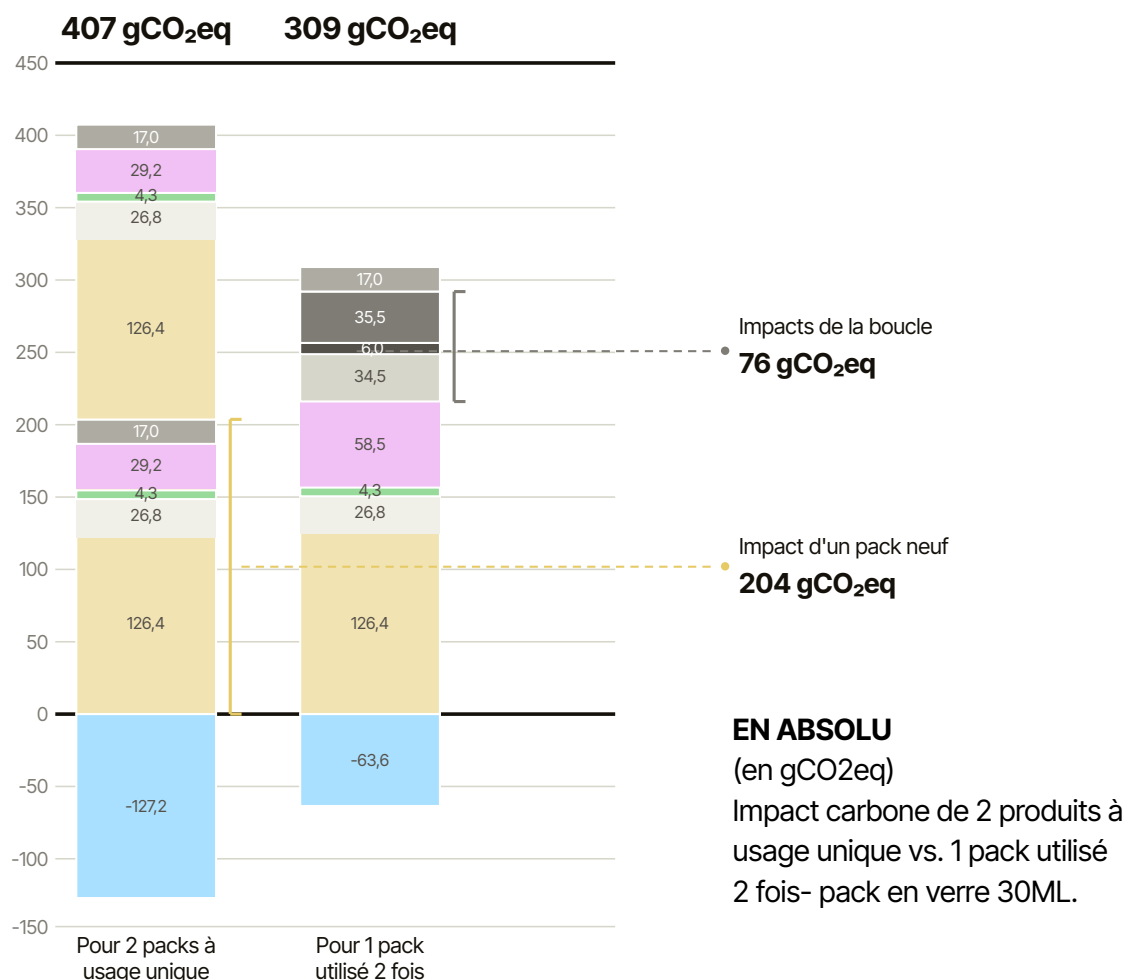


3.5 - Impact environnementaux : le préemballé réemployable plus vertueux que l'usage unique dès 2 utilisations du contenant

L'analyse rigoureuse de **14 Analyses de Cycle de Vie (ACV) comparatives**, établie sur un périmètre strictement national (France), menées auprès des marques établit la conclusion suivante : **dès lors qu'un contenant est utilisé au moins deux fois, ce modèle de réemploi devient systématiquement plus vertueux que l'usage unique dans au moins un des scénarios étudiés**. Pour ces scénarios optimisés, les impacts de la boucle de réemploi sont inférieurs aux impacts associés à la production d'un contenant neuf, ce qui permet mécaniquement de dégager des réductions d'impacts.

Sur la base du score unique du PEF, qui est un score agrégé des **16 indicateurs environnementaux étudiés**, les réductions d'impacts par rapport à l'usage unique oscillent entre -12 % et -25 % dès cette seconde rotation, une performance qui s'accroît à chaque cycle supplémentaire.

Ce bénéfice écologique repose toutefois sur une **corrélation étroite entre l'engagement du consommateur et la maîtrise technique sur la boucle de réemploi**. Pour atteindre la cible de deux utilisations moyennes, le système doit garantir un **taux de retour compris entre 60% et 65%**, tout en maintenant un **taux de déclassement (casse ou usure) strictement inférieur à 10 %**.





01 Optimisation logistique et stratégie de régionalisation.

Les étapes de transport (distribution, logistique inverse) **sont à l'origine de la majorité des impacts d'un produit réemployé.** Ainsi, l'optimisation des flux logistiques constitue le levier de réductions d'impacts le plus efficace. La stratégie pour creuser les réductions d'impacts par rapport à l'usage unique repose :

- **Une politique de régionalisation globale** : visant à minimiser les distances parcourues grâce à un maillage territorial intelligent. Par exemple, en relocalisant les centres de tri et de lavage au plus près des sites de conditionnement des produits (remplissage, assemblage), ou en mutualisant les étapes (lavage, reconditionnement) de la boucle sur un même lieu, ce qui revient à supprimer des segments de transport entiers.
- **Massifier les flux** : une approche qui consiste à conditionner le déclenchement des trajets au remplissage maximal des véhicules en s'appuyant sur des prestataires capables de piloter leur flotte avec précision et de proposer des motorisations alternatives (électrique, biocarburant)
- **L'organisation en coalition** : qui permet de former un groupe influent sur le secteur pour embarquer davantage d'acteurs - metteurs en marché, distributeurs - afin de massifier les flux mais aussi de disposer d'une force de négociation, notamment pour inciter les logisticiens à optimiser leurs trajets

02 L'éco-conception comme levier de performance.

La pérennité de cette performance exige enfin une transformation de la conception même des produits et une organisation collective du secteur. L'éco-conception doit viser :

- La robustesse des emballages pour minimiser les taux de déclassement esthétiques ou mécaniques.
- La simplicité des emballages en éliminant les sur-emballages (étuis, cello...), en réduisant le nombre d'éléments et en privilégiant des packagings mono-matériaux.

Cette mutation ne peut être portée par des acteurs isolés ; elle impose un format de coalition indispensable pour partager les coûts de R&D et définir collectivement de nouveaux standards d'emballages communs.

4. Recommandations sur les prérequis au déploiement du préemballé réemployable dans l'industrie cosmétique

L'expérimentation menée par la Coalition ReCosm démontre que le préemballé réemployable en cosmétique est une piste sérieuse dont les premiers verrous techniques et sanitaires peuvent être levés. Le passage de ce test pilote à une filière industrielle performante mérite d'être creusé dans le cadre d'une nouvelle étape d'expérimentation à plus grande échelle, afin de structurer un écosystème mutualisé.

Sur la base des enseignements de cette première expérimentation, les recommandations suivantes donnent des orientations clés pour poursuivre l'exploration de ce modèle de réemploi :

- Développer une extension du dispositif en renforçant un maillage régional.
- Mobiliser et communiquer clairement en point de vente.
- Optimiser la réemployabilité des emballages en définissant des standards de lavage et d'éco-conception.
- Arbitrer et équilibrer le modèle économique pour garantir une adhésion massive/
- Poursuivre la transition de l'industrie en s'engageant collectivement.



Développer une extension du dispositif en renforçant un maillage régional.

En plus de la réduction des distances, **la régionalisation permettrait également de créer des pôles de lavage et de stockage au plus près des points de vente**, réduisant ainsi l'empreinte carbone du transport et les délais de rotation des emballages.

L'extension à de nouvelles références et catégories de produits serait indispensable pour atteindre les volumes justifiant les investissements liés aux outils industriels. L'élargissement du dispositif à un plus grand nombre de points de vente permettrait de **massifier la collecte des contenants**. Cette augmentation des volumes collectés serait essentielle pour **mieux amortir les coûts fixes opérationnels et réduire mécaniquement le coût unitaire de la boucle de réemploi**, le rendant ainsi compétitif face à l'usage unique.

Mobiliser et communiquer clairement en point de vente.

Les équipes de vente doivent être formées non seulement aux processus logistiques (tri, stockage), **mais aussi à l'argumentaire client**. Leur rôle est central pour **lever les freins psychologiques des consommateurs et assurer l'intégrité du gisement retourné**.

La clarté du dispositif passe par une **signalétique et des messages standardisés**. Une communication visuelle efficace réduit les erreurs de manipulation et **favorise la fluidité du geste retour, optimisant ainsi la performance de la boucle dès son origine**.

Optimiser la réemployabilité des emballages en définissant des standards de lavage et d'éco-conception.

L'implication précoce des équipes packaging des laboratoires ainsi que des fabricants d'emballages est cruciale sur la géométrie et les matériaux des contenants pour éviter les zones de rétention ainsi qu'assurer la durabilité des décors (laquages, encres, colles). L'objectif est de **garantir que chaque emballage puisse supporter plusieurs rotations sans dégradation de qualité de l'emballage et de son décor, de risque d'odeur et de contamination microbiologique**.

Un effort collectif doit également être fourni pour **définir des standards qui permettent de résister aux cycles de lavage** (température, agents nettoyants, frottements).



Arbitrer et équilibrer le modèle économique pour garantir une adhésion massive.

Il convient d'évaluer le montant « juste » de la consigne ou de la gratification. **Ce montant doit être assez incitatif pour garantir un taux de retour suffisant, sans pour autant constituer un frein à l'achat initial.**

Le réemploi s'envisage alors comme un investissement de départ, préalable à l'atteinte d'un seuil de rentabilité. Il est à noter que la viabilité de ce modèle se trouve plus importante en y intégrant par la hausse prévisible du coût des matières premières.



Poursuivre la transition de l'industrie en s'engageant collectivement.

La transition ne peut être portée par une marque seule. **L'engagement collectif permet de mutualiser les coûts d'infrastructure** (centres de lavage mutualisés, plateformes logistiques communes) **et d'avoir davantage de poids auprès des prestataires.**

En outre, en s'unissant, **les différents acteurs d'une coalition créent une norme de marché qui simplifie les opérations pour les distributeurs et clarifie l'expérience pour les consommateurs, accélérant ainsi la transition de l'ensemble de la filière cosmétique vers l'économie circulaire.**

Malgré cela, l'engagement collectif doit viser l'atteinte d'une « boucle fermée » totale. En l'absence d'un système garantissant le réemploi effectif de chaque contenant, une communication prématurée présenterait un risque de réputation pour les marques.

Conclusion

Au terme de cette première expérimentation, la Coalition ReCosm marque une étape clé dans la concrétisation. **Les enseignements recueillis apportent des premiers éléments de réponse sur la viabilité du modèle, tout en permettant de cibler les ajustements techniques et d'usage encore nécessaires.** Si la structuration d'une filière mutualisée est le point de départ indispensable, elle constitue le socle sur lequel doivent désormais s'appuyer d'autres travaux pour valider la pérennité du modèle à plus grande échelle. **Cette première expérimentation n'incluant pas la remise en vente des flacons lavés, la prochaine étape décisive sera donc de tester l'acceptabilité et la viabilité du cycle complet, incluant le remplissage et la commercialisation des contenants réemployés.**

Cette ambition impose de réunir plusieurs conditions de performance indissociables : **une éco-conception nativement orientée vers le réemploi, une boucle logistique optimisée, ainsi que des référentiels communs pour le lavage, la traçabilité et le reconditionnement.** Enfin, la viabilité du système restera conditionnée à **une sélection rigoureuse des couples formules et détergents mais également une garantie absolue de la sécurité sanitaire des produits.**

Les analyses menées apportent également des éléments décisifs sur l'équation environnementale et économique. Sur le plan environnemental, **le préemballé réemployable se révèle plus vertueux que l'usage unique dès la seconde utilisation**, à condition d'atteindre des niveaux très élevés de retour et de limiter les pertes et le déclassement. Une comparaison avec le modèle de recharge est prévue aussi pour pouvoir arbitrer au mieux sur ce type de réemploi.

Sur le plan économique, la viabilité d'un tel modèle dépend directement de la montée en maturité du système : **massification des volumes, mutualisation des flux, régionalisation et mise en place d'une consigne réellement opérationnelle constituent les leviers structurants du passage à l'échelle.**

Enfin, l'expérimentation souligne un enseignement majeur : **si l'adhésion de principe est acquise, son activation reste le défi principal.** L'écart entre les intentions déclarées et le taux de retour réel rappelle que le succès du réemploi se joue dans l'exécution opérationnelle : simplicité du geste, visibilité en point de vente, cohérence du périmètre de références et mobilisation des équipes. **La performance de la filière ne se décrète pas ; elle se construit par l'expérience client et une pédagogie continue pour transformer l'usage en réflexe.**



Cette focalisation technique sur le préemballé ne doit pas occulter la nécessité d'une approche globale : **le réemploi gagne à s'envisager comme un mix de solutions complémentaires (vrac, recharge et préemballé)**. Si nos travaux ont permis d'isoler les leviers propres à un modèle spécifique, l'enjeu est désormais de cultiver cette vision globale. La pertinence de chaque solution reste en effet liée à chaque contexte : typologies de produits, circuits logistiques, attentes des usagers ou spécificités des points de vente.

Ce Livre Blanc a vocation à partager ces enseignements au-delà de la Coalition, afin de contribuer à l'édification d'un cadre de référence partagé. **L'émergence d'un réemploi en préemballé robuste, mutualisé et territorialisé ne pourra être que collective : elle repose désormais sur notre capacité à fédérer l'ensemble de l'écosystème, à transformer durablement les usages de consommation et à structurer des chaînes de valeur interopérables.**

* * *

L'équipe Circul'R tient à remercier chaleureusement l'ensemble des membres de la Coalition ReCosm : Aroma-Zone, Chanel Parfums Beauté, Clarins, Estée Lauder Companies, La Rosée, Melvita, L'Oréal, L'Oréal Luxe, Naos, Nocibé, Pierre Fabre, Sephora, Sephora Collection, SVR et Yves Rocher, pour leur engagement et leur confiance tout au long de cette expérimentation. Nos remerciements s'adressent également à Citeo pour son soutien financier et opérationnel déterminant, ainsi qu'à l'ensemble des partenaires opérationnels ayant contribué à la réussite de ce projet : les réseaux d'enseignes et pharmacies ayant accueilli l'expérimentation sur le terrain, les opérateurs de logistique et de lavage, ainsi que le cabinet Sky Consulting pour la réalisation de l'étude consommateurs. Cette réussite collective n'aurait pas été possible sans l'implication de chacun.

Contributeur.ices



Sixtine Jourde-Roussel

Directrice des Coalitions
sixtine.jourde-roussel@circul-r.com



Paul Prévot

Managing Consultant Coalitions
paul.prevot@circul-r.com



Emma Victor

Consultante experte ACV
emma.victor@circul-r.com



Marie-Caroline

Berthier Senior
marie-caroline.berthier@circul-r.com



Pierre Finet

Consultant Manager
pierre.finet@circul-r.com



Lisa Capovilla

Consultante
lisa.capovilla@circul-r.com



www.circular-r.com