



Automne Hiver 2023/24 #7

Hautes Exigences

Lifestyle / Culture
Savoir-Faire

Si la Naturalité Ne voulait strictement rien dire ?

La naturalité, dans son sens environnemental, renvoie au caractère sauvage d'un paysage ou d'un milieu naturel faiblement ou non maîtrisé par l'Homme. Il s'oppose ainsi aux concepts de ruralité et d'urbanité qui amènent une forte anthropisation.

Si le concept de naturalité ne vous est pas inconnu, c'est grâce aux campagnes publicitaires abordant l'hygiène, l'anti-âge, ou encore les soins cosmétiques, dans un usage plus large... Ce grand concept sert à justifier un caractère naturel dans les produits d'hygiène ou en relation directe avec le corps. Dans ce contexte, la nature se veut rassurante, bienveillante. Elle en serait presque bio...

Pourtant, si la nature permet la vie, elle sait aussi la reprendre. C'est pourquoi il y a toujours un risque de réaction allergique avec le naturel. Tout comme avec les huiles essentielles & cie. Ce n'est pas parce qu'une molécule se trouve dans la nature qu'elle est bonne pour nous.

D'ailleurs, les poisons sont partout dans la nature. Cela peut être du Radon s'échappant du sous-sol, ou encore des sols ayant été pollués de manière naturelle* ou non.

Un exemple avec le cas de Salsigne. Une petite commune française de l'Aude, à 20 km de Carcassonne, autrefois célèbre pour son ancienne mine d'or, qui a fermée en 2004, depuis, tristement célèbre pour ses pollutions des sols, notamment à l'arsenic. D'ailleurs, c'est toute la vallée de l'Orbiel est concernée par cette pollution liée à l'activité minière. Ainsi, en 2011, la préfecture de l'Aude a interdit la mise sur le marché de légumes produits dans cette vallée. Des produits certes naturels mais dangereux pour la santé.

C'est pourquoi, nous avons décidé d'aborder la naturalité avec des experts des secteurs de l'hygiène, des cosmétiques et du parfum. Vous n'en serez que mieux informés.





La Naturalité en Parfumerie par Sébastien Tissot de Nissaba Parfum

Qu'est-ce qu'un parfum naturel ?

C'est un parfum constitué d'ingrédients naturels. Cette naturalité se détermine par rapport à une réglementation ou des standards.

Dans tous les cas on part d'une matière d'origine végétale, et ensuite il peut y avoir une dénaturation partielle ou totale de l'ingrédient selon le procédé d'extraction. Chaque standard détermine ce qui est conforme d'un point de vue de la naturalité.

Pour la parfumerie y a trois grands standards de référence, d'origine naturelle (selon la norme ISO 16128), naturel selon la norme IFRA (l'organisation professionnelle de l'industrie de la parfumerie), ou Cosmos naturel (standard de la société de certification française Ecocert).

Quelle est la part de synthétique autorisée dans la parfumerie naturelle ?

En principe et selon l'œil du consommateur, tout devrait être «naturel». Mais la réalité est qu'il y a une grande complexité pour répondre clairement à cette envie de nature.

Je vous donne des exemples: les absolues de jasmin d'Inde sont bien issues de fleurs cultivées par des fermiers du Tamil Nadu, mais le parfum de ces fleurs est extrait avec des solvants, il n'y a pas d'autre méthode qui fonctionne. Donc la question est de savoir si le fait d'utiliser ce processus dénature l'ingrédient ou pas.

Dans l'esprit du consommateur, c'est peut être sa représentation de ce qui est naturel, mais selon des normes strictes comme Cosmos, ce n'est plus naturel. Donc la recherche du label de naturalité pénalise l'utilisation de ces nobles ingrédients.

Autre exemple est celui des dérivées terpéniques comme l'Iso E super. Cet ingrédient est le plus utilisé en parfumerie.

Il part d'une biomasse, qui est une valorisation d'un déchet de l'industrie du papier. Ensuite, le processus lié à l'extraction va dénaturer en partie l'ingrédient final.

Vous serez donc majoritairement naturel d'un point de vue moléculaire, mais pas complètement. Il peut être qualifié «d'origine naturel» seulement.

Si vous êtes sûr du tout naturel Ecocert, ces deux ingrédients ne peuvent pas être utilisés. C'est très pénalisant pour les parfumeurs, et d'autre part du point de vue de la RSE.

Ce n'est pas forcément souhaitable de pénaliser économiquement ces ingrédients. Dans les deux cas, il y a des externalités positives très importantes du point de vue social ou environnemental.

Dans le cas des floraux indiens, cela fait vivre des milliers de petits fermiers. Concernant le cas de l'ISO E super, on a une valorisation d'un déchet, qui sinon, finirait dans les effluents des usines...



Les choses se sont encore compliquées récemment avec la biotechnologie. On part d'une biomasse et on applique un processus naturel de fermentation. C'est ainsi qu'on peut créer un arôme de vanille naturel à partir de riz ou de girofle.

Dans la réglementation, c'est naturel. Cependant dans l'esprit du consommateur, il n'est pas certain que ce soit l'idée qu'il se fasse de la nature.



Quelle est la réalité des parfums dits naturels ?

L'alcool constitue l'essentiel du parfum. En effet, sa part varie selon la concentration. On va considérer entre 5% pour une eau-de-toilette, et 30% pour un extrait. En général, la concentration pour une eau-de-parfum (EDP) est autour des 15%.

La part de l'alcool est toujours naturelle. Si nous prenons l'exemple d'une EDP concentrée à 15%, vous êtes déjà à 85% naturel, et cela même si le concentré parfum est entièrement synthétique.

Mathématiquement donc, il sera plus difficile d'augmenter le taux de naturalité pour les extraits de parfum que pour les eaux de toilette.

Quel est l'organisme qui certifie la parfumerie naturelle ?

Aujourd'hui l'organisme de référence est Ecocert, qui est français d'ailleurs, et ils ont deux grands standards Cosmos naturel et Cosmos Bio.

Le parfum naturel est-il synonyme de Bio ? Cliché ? Amalgame ? Confusion ?

Le standard bio concerne seulement les aspects de cultivation des biomasses de départ. C'est finalement une petite partie du problème. De plus, ce critère n'est pas très pertinent pour un parfum et très difficile à obtenir.

À la fin, la démarche du bio est tellement restrictive qu'il en devient pratiquement impossible de faire un bon parfum qui possède ce label cosmos bio.

Avez-vous besoin d'accompagner vos clients dans la lecture du naturel ?

Oui dans une certaine mesure. Par contre, je pense qu'aucun consommateur ne veut rentrer dans toute la complexité de ce qui est naturel ou pas. Finalement la naturalité est un élément de réassurance, mais je pense qu'il n'est pas le critère premier dans le choix d'achat.

Vous qui avez créé la marque Nissaba fin 2022, comment avez-vous choisi de présenter votre concept à vos partenaires et clients ?

En ce qui concerne les professionnels, c'était le plus facile car ils sont déjà très experts. On peut alors rapidement expliquer notre concept, notre approche créative et nos points de différenciation. C'est notamment sur ce volet nous avons pu convaincre très rapidement beaucoup de partenaires, car notre marque a été hyper réfléchi pendant des années, et notre profil rassure les professionnels.

Notre grand challenge est de pouvoir amener les consommateurs à apprécier les différentes facettes de notre marque.

Dans un environnement très compétitif, rien ne vaut mieux que l'expérience en magasin, en interagissant avec nos ambassadeurs de vente.

Que doit-on prendre en considération lorsque l'on souhaite se tourner vers un parfum 100% naturel ?

Vous pouvez tout simplement opter pour les marques qui se sont positionnées sur ce segment. Il y a plusieurs belles maisons qui sont sur cette approche. Ensuite, si on veut être sûr de la démarche, vérifiez qu'il y a bien une certification Cosmos naturel, car ce n'est pas toujours le cas.

Mais à mon regard, il n'y a pas de raison objective de privilégier le 100% naturel.

Du point de vue de l'empreinte carbone et environnementale, les ingrédients synthétiques ont souvent de meilleurs profils que le naturel. En effet, ils sont produits dans un milieu hyper contrôlé et avec des grands volumes.

Pour illustrer le propos, on pourrait comparer cela à la production d'huiles essentielles de certaines filières, qui peuvent être faites dans alambics de brousse, avec du bois de chauffe et un feu nu.[>]

[>]Du point de vue de la santé en l'occurrence, ce sont les allergènes le sujet principal. Ce n'est pas la naturalité qui détermine cela mais la molécule elle-même, qui peut être présente ou non dans la nature.

L'argument en faveur du naturel concerne le fait de partir d'une matière première renouvelable, contrairement aux synthétiques qui partent d'une industrie extractive, et en l'occurrence des dérivés du pétrole.

Enfin, du point de vue du parfum et je pense que c'est le plus intéressant, la palette type contient 1500 ingrédients, dont seulement 400 sont naturels.

Exclure les 2/3 de la palette limite donc considérablement le travail du parfumeur. C'est comme demander à un peintre de faire une toile sans bleu ni rouge !

Les parfumeurs vous diront tous qu'ils ont besoin des deux pour faire de bons jus. Certaines tonalités ne peuvent être réalisées en tout naturel.

C'est le cas notamment des boisés ambrés. Aussi, des ingrédients absolument essentiels de la palette manquent, comme l'Iso E super, l'ambroxan, les muscs blancs, et l'hédione.

De plus les molécules apportent aussi plus de performances dans l'efficacité, la tenue, et le sillage. Ces molécules apportent l'impact et la performance, tandis que les naturels apportent la patine et la complexité.



Quelle a été votre démarche pour Nissaba ?

On a fixé le point d'équilibre à 90% d'origine naturel au moins, afin de maximiser la naturalité, tout en se laissant accès aux molécules, pour rester dans la Haute Parfumerie.

En revanche, nous avons exclu les ingrédients synthétiques controversés, qui s'ont de l'ordre d'une quinzaine, en conformité avec les standards de la clean beauty US. Notre alcool est certifié bio et français. Enfin nous avons exclu tous les additifs: filtres UV, colorants, stabilisateurs. Il y en a dans pratiquement tous les parfums...

Le plus important étant de faire une formulation avec les meilleurs extraits naturels, afin de créer les bonnes conditions pour les parfumeurs, rendre hommage aux cultivateurs de plantes à parfum et à leur savoir-faire.

Pouvez-vous nous présenter les particularités de votre marque?

Il s'agit d'un projet vertueux à 2 ambitions distinctes et qui se nourrissent l'une et l'autre.

- 1/ Proposer des parfums avec une qualité exceptionnelle et à partir des meilleurs extraits naturels.
- 2/ Avoir un impact positif pour les communautés de cultivateurs d'ingrédients à l'origine de nos parfums.

Pour être une vraie marque à impact, le modèle d'affaire a été pensé pour permettre d'allouer 5% des ventes à des projets en lien avec nos valeurs. Tout le reste est réinvesti dans la marque. L'objet de ce financement est d'aider des jeunes qui veulent se lancer dans la culture des plantes à parfum, en les aidant à réaliser des projets d'agriculture régénératrice, d'agroforesterie et de cultures associées. Pour mettre en place ce dispositif, Nissaba s'adosse à des écoles d'agriculture bien ancrées localement. [>]





[>] Cette approche a inspiré le nom de la marque. Nissaba est le nom de la déesse de l'agriculture et de l'écriture de la première civilisation du monde, qui a inventé l'agriculture et les premières écoles du monde: Les Sumériens.

Deux projets sont déjà en route. Un à Madagascar et un au Paraguay. D'un point de vue créatif Nissaba veut célébrer les plus grands terroirs de plantes à parfum du monde, en associant leurs meilleurs ingrédients naturels.

Chaque parfum contient des extraits naturels de ce qui pousse dans les sols dans ces terres à parfum. On crée une incarnation olfactive de ces lieux à partir des ingrédients issus de leurs sols.

Cette approche créative a enthousiasmé les parfumeurs de Firmenich, qui ont réalisé 5 jus selon 5 origines sur 5 continents. En cohérence, nos parfums contiennent les plus forts dosages possibles de ces ingrédients locaux, dans la limite du possible pour garder un équilibre global de la note.

La marque a à peine un an d'existence, et vous avez déjà remporté plusieurs prix. Pouvez-vous nous les citer ?

Notre premier prix a été le plus prestigieux, celui de la Fragrance Fondation France, qui sont un peu les Oscars de la parfumerie. Nous avons été récompensés en tant qu'espoir de la parfumerie dans la catégorie innovation responsable.

Nous avons ensuite été reconnus par Marie Claire UK dans la liste des 100 marques les plus sustainable du monde.

Enfin nous avons reçu le prix de Cosmétique Mag, qui est le prix de référence dans le secteur des marques cosmétiques française, en tant que la marque la plus créative du secteur et par ailleurs nous avons eu la médaille d'or en tant que marque de parfums.

Nissaba est à découvrir en France au Printemps Haussmann à Paris, et à La Parfumerie de Megève. Site Internet: nissaba.com
