

INTRODUCTION	p. 1
La RSE : nouvelle dynamique des industriels	p. 2
RSE : une attente forte des salariés	p. 3
Transformation des entreprises : les souhaits des salariés	p. 4
La RSE est-elle importante pour les jeunes diplômés ?	p. 6
Où en est l'engagement RSE des entreprises ?	p. 8
Les marqueteurs face à la RSE	p. 10
RSE : quels sont les secteurs les plus convaincants ?	p. 12
Quelles sont les attentes des Français envers les industriels ?	p. 13
Oh My Cream : beauté d'un nouveau genre	p. 15
La RSE vue par Expanscience	p. 16
La RSE à l'échelle PME	p. 18
Les stratégies marketing à adopter en 2024	p. 20
Les entreprises cosmétiques sont-elles attentives au bien-être de leurs salariés ?	p. 22
Maybelline New York choisit Naomi Osaka comme égérie du programme Brave Together	p. 23
Yves Rocher lance une marketplace "beauté durable"	p. 24
Nivea lance l'initiative Nivea Connect	p. 25
TechnicoFlor lance le programme Flor-Anthropy	p. 26
Beiersdorf reconduit l'expérience "Care Beyond Skin"	p. 27
Coty renforce sa politique de congé parental	p. 28

Introduction

Dans l'industrie de la beauté, les entreprises sont aujourd'hui confrontées à des défis majeurs qui vont bien au-delà de la simple production de cosmétiques ou de la conformité réglementaire internationale. Les attentes de la société évoluent rapidement, et les industriels doivent désormais répondre à des enjeux environnementaux, sociaux et éthiques.

Face à une prise de conscience collective de l'urgence climatique et des impacts sociétaux, la mise en place d'une politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est devenue incontournable.

Les salariés, les consommateurs et les jeunes diplômés ne se contentent plus d'acheter ou de travailler pour des marques qui se focalisent uniquement sur le profit.

Ils recherchent des entreprises engagées, qui agissent concrètement pour la planète, qui promeuvent des pratiques durables et qui ont un véritable impact social.

Pour attirer et fidéliser ces parties prenantes, les entreprises de la beauté doivent désormais prouver que leurs actions sont alignées avec des valeurs éthiques fortes, en intégrant des démarches responsables au cœur de leur stratégie.

Pour aider les entreprises dans la mise en place de leur politique RSE, CosmeticOBS a conçu ce Minibook.

Il fait le point sur les attentes du grand public et donne des exemples concrets d'actions engagées par des acteurs de la filière de la beauté.

LA RSE : NOUVELLE DYNAMIQUE DES INDUSTRIELS

Depuis trois ans, le cabinet Vendredi réalise un baromètre RSE afin de mesurer les pratiques concrètes mises en place par les industriels. Et ce qu'il faut retenir de l'édition 2024, c'est qu'une majorité d'entreprises accélèrent leur transition vers plus de responsabilité et de durabilité.

Kantar, institut d'enquête et de sondage, a effectué le traitement. 940 sociétés (toutes tailles et tous secteurs confondus) ont été interviewées entre février et mars 2024.

La RSE est une thématique à laquelle les industriels accordent plus de temps. 78 % des structures interrogées confirment avoir une équipe dédiée (versus 70 % en 2022). *“76 % y consacrent un budget (contre 68 % en 2022). La taille des équipes et les enveloppes monétaires augmentent également, même si les ressources allouées sont encore perçues comme insuffisantes”*, ajoute Vendredi.

De plus, la responsabilité sociétale et environnementale est considérée comme un aspect important de la stratégie des entreprises. Dans 70 % des cas, elle est rattachée au comité exécutif. *“Le Comex est d'ailleurs la partie prenante la plus impliquée autour du sujet : il est moteur dans 93 % des structures répondantes”*.

L'environnement, un sujet phare

La planète est l'enjeu central des politiques RSE. *“C'est le premier thème de sensibilisation des salariés, mais également un sujet autour duquel les actions se structurent de plus en plus : 68 % des entreprises déclarent avoir réalisé un bilan carbone, contre 47 % en 2022. La protection de la biodiversité est aussi une question environnementale émergente : 32 % des industriels l'abordent et 30 % souhaitent se lancer”*.

Le bien-être au travail

La RSE ne concerne pas seulement la question climatique. La santé mentale des salariés est un sujet qui mobilise les structures.

65 % des sociétés répondantes sont attentives à ce sujet (versus 49 % en 2022). La diversité socio-économique est également importante. 70 % de l'échantillon entreprennent autour de ce sujet, contre 55 % en 2022.

Cependant, des obstacles persistent. *“Malgré une hausse significative des budgets et équipes dédiées, le manque de fonds est toujours la principale entrave au déploiement de la RSE. 65 % des panélistes déclarent ne pas avoir de ressources. Par ailleurs, la difficulté de mesurer l'impact et le retour sur investissement des actions RSE est un véritable enjeu, considéré comme frein important par 74 % des entreprises”*.

© CosmeticOBS-L'Observatoire des Cosmétiques, 2024
8 rue Bernard Iské
92350 Le Plessis-Robinson – France

51,70 €
ISBN : 978-2-493362-30-8



info@cosmeticobs.com
cosmeticobs.com