

LRD

# Préférer le bio aussi pour les cosmétiques

43

**Savon ou gel douche, shampoing, mousse à raser, crème pour le visage, les mains ou les jambes, déodorant, dentifrice, parfum ou maquillage... Même sans sophistication extrême, les produits pour le corps potentiellement toxiques sont innombrables. Bonne nouvelle, les options « naturelles » aussi. Mais le consommateur a intérêt à s'y prendre à deux fois avant de choisir.**

Les données qui sortent du laboratoire de Margaret Schlumpf et Walter Lichtensteiger font froid dans le dos. Le Groupe de toxicologie reproductive, endocrinienne et environnementale (Green Tox) qu'ils dirigent à l'Université de Zurich vient d'apporter la touche finale à plusieurs années d'analyses du lait maternel de femmes qui ont accouché en 2004, 2005 et/ou 2006. Elles révèlent la présence de perturbateurs endocriniens, ces molécules de synthèse qui, en mimant les hormones, perturbent le fonctionnement de l'organisme (voir page 24).

Margaret Schlumpf et Walter Lichtensteiger sont spécialistes des filtres UV, dont ils ont prouvé l'activité endocrinienne chez les rats. Or, chez 76 % des mères testées, le lait contient l'un des huit filtres UV recherchés (Schlumpf et coll., 2008). Et leur équipe s'apprête à divulguer la présence d'autres substances débusquées dans leurs échantillons de lait maternel : muscs artificiels, retardateurs de flamme bromés, PCB et pesticides.

Ce travail, qui sera bientôt publié, confirme – avec force détails ! – ce qu'on savait déjà très bien : le lait maternel bio n'existe pas. « Beaucoup de ces substances possèdent une activité endocrinienne, explique Margaret Schlumpf, par exemple œstrogène. Et certes, elles sont présentes dans le lait maternel à des concentrations faibles, mais on sait désormais que l'activité totale d'un mélange de substances peut

être beaucoup plus forte que la somme des activités individuelles de chacune d'elles. »

La conséquence est évidente : il faut éliminer ces substances autant que possible. L'idéal serait d'interdire la commercialisation des produits qui en contiennent. Mais tant qu'ils sont en vente, de s'en préserver. « Nos recherches montrent que la présence dans le lait maternel de substances contenues dans les produits cosmétiques dépend directement de l'usage de ces produits, continue Margaret Schlumpf. Il y a par exemple un lien de cause à effet entre l'application d'une crème solaire pendant la grossesse et la présence de filtres UV dans le lait. »

Chacun peut donc influencer son degré de contamination. Et il est fort probable qu'il en va de même avec les phtalates, les alkyphenols, les parabens (voir page 21) et maints autres composés tapis derrière les rêves de beauté, les gages de peau douce et les promesses de fraîcheur... à court terme.

Manque de chance, la grossesse est une période propice aux crèmes pour se protéger du soleil, éviter les vergetures et traiter les multiples bobos des futures mamans. Il est néanmoins conseillé aux femmes qui souhaitent donner la vie de freiner sur les cosmétiques et, surtout, de les choisir avec le plus grand soin.

Sans surprise, Margaret Schlumpf juge que l'industrie cosmétique fait trop peu cas de ses

résultats, de même que des études sur les effets de toutes sortes de molécules fréquentes sur les coiffeuses, dans les powder rooms ou les salles de bains. Plus étonnant, la chercheuse n'est pas en odeur de sainteté chez les sages-femmes, apeurées par l'image négative de l'allaitement que propagent ses recherches.

« La question n'est pourtant pas de savoir s'il faut renoncer à allaiter son enfant, mais de comprendre comment délester son corps des substances chimiques qui n'ont rien à y faire », clarifie Margaret Schlumpf. Car pendant la grossesse, le fœtus s'imbibe des molécules qui circulent dans le corps de la mère, y compris, bien sûr, de celles qui sont susceptibles de lui faire du tort.



Une politique de prévention ne devrait pas se limiter à briefer les sages-femmes, mais s'adresser à tout le monde, y compris aux hommes. « Nous n'avons pas besoin de tous ces chimiques dans le corps », résume la toxicologue. Pourtant, un seul pays au monde mène une telle politique : le Danemark. Depuis 2006, les Danoises enceintes reçoivent des consignes

très claires : appliquer le moins de cosmétiques possible, bannir les parfums, les teintures de cheveux, les sprays, toujours opter pour des produits labellisés écologiques.

### Parfum de scandale

Produits de niche il y a cinq ans, les cosmétiques bio et naturels sont devenus très tendance en Amérique du Nord, en Asie et en Europe. Le marché français est particulièrement dynamique, avec un taux de croissance de 30 à 40 % depuis deux ans.

L'année 2005 marque un tournant dans la prise de conscience de la pollution chimique due aux parfums. A la Saint-Valentin, le 14 février, Greenpeace France rend public une étude qui révèle la présence de phthalates et de muscs artificiels dans 36 eaux de toilette et eaux de parfums mondialement connues. Même Body Shop s'en prend une giclée. La même année, la journaliste allemande Rita Stiens verse une nouvelle rasade avec son livre *La vérité sur les cosmétiques* et la chaîne France 2 diffuse un Envoiyé spécial sur les dangers des parabens.

« L'impact de ce documentaire a été significatif », confirme Betty Santonnat, directrice du développement à Cosmébio, association

française des professionnels des cosmétiques écologiques et biologiques, à l'origine de deux des trois labels de cosmétiques naturels et biologiques français. Lors de sa fondation en 2002, Cosmébio regroupe dix entreprises. Elle en compte aujourd'hui 250 et certifie 6000 produits selon sa charte. « Rien qu'en 2008, cent entreprises nous ont rejoints », note Betty Santonnat. Les Français ont acheté pour 210 millions d'euros de ces produits.

Ce boom vient en grande partie de l'irruption sur le créneau du bio et du naturel de laboratoires classiques et de grands distributeurs par l'odeur alléchés. Pas rassasié avec Sanoflore, laboratoire français leader de la cosmétique naturelle, avalé en 2006, L'Oréal a lancé en 2008 une gamme de gel douche certifié bio. Yves Rocher a fait de même. Auchan et Casino viennent chacun de commercialiser une ligne de produits labellisés Cosmébio.

Ces nouveaux venus jouent des coudes avec un laboratoire vieux de 87 ans : le suisse Weleda, plus grand producteur mondial de cosmétiques naturels, qui profite du vent qui souffle sur la profession. « En France, nos ventes ont doublé entre 2000 et 2007. En Suisse, elles ont crû de 20 % depuis 2006 », affirme Michael Leuenberger, responsable de la communication.

Présent dans cinquante pays sur les cinq continents, le vénérable fabricant suisse issu du mouvement anthroposophique réalise le plus gros de ses ventes en France, en Suisse et en Allemagne. « Nos clients nous découvrent très souvent lorsqu'ils cherchent des produits naturels pour le soin des bébés », remarque-t-il.

### Flairer le bon coup

Des décennies durant, quelques laboratoires pionniers à la clientèle avertie assuraient la production des cosmétiques à base de substances naturelles. L'arrivée en masse de nouvelles marques chamboule – et déstabilise – leur position, car cela peut surprendre, mais il n'existe pas de définition légale de ce qu'est un cosmétique naturel ou biologique.

Sur le marché européen, moins d'une dizaine de labels cohabitent. Tous partagent les mêmes objectifs : bannir les dérivés de la pétrochimie, éviter les molécules nocives, privilégier les matières végétales. Tous prohibent les matières premières génétiquement modifiées et les tests sur animaux.

Par souci de cohérence, certains incluent à leur cahier des charges des impératifs qui vont au-delà de leur strict domaine de compétence :

### Une histoire presque séculaire

« Régulièrement, des clients en Suisse romande ou en France nous demandent s'il est vrai que nous avons été rachetés », raconte, amusé, Michael Leuenberger, de Weleda. Il faut dire que beaucoup ont vécu le rachat de Sanoflore par L'Oréal comme une trahison. « Il est peu probable que cela nous arrive un jour », rassure le Suisse. La société est en mains du mouvement anthroposophique. Ses actionnaires sont la clinique Ita Wegman, à Arlesheim, près de Bâle, où se trouve le siège de Weleda, et l'Université libre de science de l'esprit du Goetheanum, à Dornach, tout à côté. Les statuts leur interdisent de vendre leurs actions.

Lorsqu'en 1921, ils fondent la société qui deviendra Weleda, la docteure Ita Wegman et le créateur de l'anthroposophie Rudolf Steiner ambitionnent de mettre au point des médicaments anthroposophiques. Pour financer leurs recherches, ils pensent fabriquer des cosmétiques. « Aujourd'hui, notre chiffre d'affaires dépend à 55 % des cosmétiques, les médicaments représentent 40 % et la diététique 5 % », détaille Michael Leuenberger. La pharmacopée anthroposophique compte 6000 remèdes, dont l'Isador, médicament phare anticancéreux.

« Etudiez les rythmes : le rythme est porteur de vie ! » C'est le conseil,



un jour de 1924, que Rudolf Steiner donne à un autre Rudolf, Hauschka, qui le presse de lui expliquer ce qu'est la vie. Le jeune docteur en chimie se met au travail dans le laboratoire d'Ita Wegman. En 1929, il obtient le premier extrait aqueux de pétales de roses capa-

ble de se conserver plus de trente ans sans adjuvant. En 1934, Rudolf Hauschka fonde Wala. Ses cosmétiques sont connus aujourd'hui dans 40 pays sous le nom Dr Hauschka. C'est là aussi une fondation qui détient la société.

LRD



PHOTOS : WELEDA



Pour Weleda, les employés récoltent une « matière vivante », ici en Allemagne

limitation des emballages, suppression des rejets polluants, tri des déchets, nettoyage des locaux avec des produits naturels, mesures sur l'énergie et les transports...

Cependant, tous ne prônent pas la même qualité des produits naturels utilisés. « N'oublions pas qu'il s'agit d'un gros business, analyse Rita Stiens. Les consommateurs devraient être très critiques et étudier de près la qualité qu'ils obtiennent vraiment », poursuit la spécialiste. Sur son site, elle démontre la faiblesse de certains labels.

Cosmébio n'en sort pas indemne. « Il y a sur le marché des produits certifiés selon sa charte qui ne contiennent pas la moindre huile véritablement naturelle, relève la journaliste allemande. Qu'y a-t-il de naturel et de bio dans de tels produits ? A contrario, certains produits sur le marché ont beau ne pas être certifiés bio, ils offrent un niveau plus élevé de qualité bio. »

En ligne de mire, l'utilisation croissante d'huiles estérifiées. Elles sont à la cosmétique ce que les huiles raffinées sont à la cuisine : des graisses végétales ayant subi une transformation chimique. Les huiles naturelles, par contraste, sont l'équivalent de l'huile d'olive vierge : des substances riches en principes actifs précieux pour le soin et l'entretien du corps.

Pour Rita Stiens, ces huiles sont un point névralgique : « Les huiles estérifiées sont faciles à manier et meilleures marchés. Il est bien plus exigeant et difficile de travailler avec des huiles réellement naturelles. Elles nécessitent beaucoup plus d'expérience. »

Michael Leuenberger partage cet avis : « En forçant le trait, on peut dire que notre matière première est vivante alors que celle des fabricants classiques est morte. » En cosmétique naturelle, la qualité des extraits de plantes varie selon la récolte : si l'année a été chaude et sèche, les huiles essentielles n'auront pas les mêmes caractéristiques que si elle a été froide et humide. Il faut donc en permanence s'adapter à la matière première.

Une matière première qui, chez Weleda, provient de ses jardins. La marque a créé le plus grand jardin de plantes médicinales d'Europe en Allemagne : 18,5 hectares cultivés en biodynamie près de Stuttgart, dans le Bade-Wurtemberg. Elle possède aussi des jardins en France, à Saint-Louis et à Huningue, dans le Haut-Rhin, au bord de la Suisse et de l'Allemagne, et aussi à son siège, à Arlesheim, au sud de Bâle.

Les producteurs qui cultivent pour l'entreprise d'Arlesheim dans quarante pays procurent une seconde source d'approvisionnement. « Nous avons avec eux des contrats à long terme et la prochaine étape sera de les faire labelliser commerce équitable », annonce Michael Leuenberger.

En outre, certaines plantes n'existent qu'à l'état sauvage. Parmi les 1800 salariés de Weleda, des cueilleurs professionnels ont pour mission d'aller à la pêche aux plantes. « Les matières premières constituent 30 à 40 % du prix de nos produits, contre 5 à 10 % chez les cosmétiques conventionnels », explique Michael Leuenberger.

Un autre aspect de la cosmétique naturelle qui demande énormément de savoir-faire, c'est la conservation des produits. Là où la chimie de synthèse utilise des agents conservateurs qui empêchent la crème de jaunir, le parfum de s'évaporer ou les bactéries de proliférer, la bio recourt à des procédés plus difficiles à maîtriser.

### Réaction naturelle

Deux démarches sont en cours pour clarifier les labels. L'un, Natrue, est issu de Weleda et de plusieurs fabricants allemands. L'autre, Cosmos, est l'œuvre, outre de Cosmébio, d'Ecocert, certificateur qui applique la même charte que Cosmébio, de la Soil Association, du label allemand BDIH et d'un label italien Icea. Au départ, Weleda était impliqué dans Cosmos. « Nous avons quitté cette démarche, car elle était trop peu restrictive », confie Michael Leuenberger.

Un avis que partage Rita Stiens : « Si la régulation Natrue devient le nouveau standard, de nombreux produits certifiés bio par Ecocert perdraient cette certification et ne seraient même pas certifiés naturels. Pour de bonnes raisons ? Ma réponse est oui ! » Responsable de la division cosmétique chez Ecocert, Valérie Lemaire ne cache pas son souhait d'éviter les critères trop restrictifs, « car sinon, seules les huiles de massage auraient une chance d'être considérées comme 100 % bio ».

Il ne faudrait toutefois pas nier l'énorme intérêt des labels Cosmébio ni le rôle des grandes marques. Car ces initiatives permettent d'échapper aux pires chimiques. L'idéal serait que les consommateurs puissent distinguer en toute transparence entre un produit qui ne nuit pas directement à la santé et un produit qui va beaucoup plus loin en exploitant les vertus des plantes. ■

**Les consommateurs devraient être très critiques**