

GREEN IMPACT INDEX*

**Score Environnemental & Sociétal :
Mesurer & améliorer ses impacts**

*GII

Céline HERBAUX – Responsable RSE Nature & stratégie
Michèle SIMONNEAU – Directrice innovation R&D Léa Nature
Sabrina PICARD – Directrice R&D Groupe Altair

**GREEN
IMPACT
INDEX**

CONSORTIUM

Association loi 1901

01

**UN CONTEXTE
FAVORABLE** à une
démarche collective



CONTEXTE COMPORTEMENT CONSOMMATEUR

Des consommateurs qui attendent des preuves

81%

des Français ont besoin de preuves

52%

Je trouve que c'est un premier pas, Mais j'ai besoin de preuves.



19%

Je trouve cela positif, et je leur fais confiance

29%

Je n'y crois pas, C'est une technique pour vendre plus

CONTEXTE COMPORTEMENT CONSOMMATEUR

Forte demande des Français pour un agrégateur complet d'évaluation de l'impact environnemental et sociétal

71%

estiment **important d'avoir davantage d'informations** sur les impacts des produits cosmétiques, d'hygiène ou des compléments alimentaires.

Transparent

64%

se déclarent **prêts à changer de marque** en fonction du score affilié, et notamment pour les consommateurs qui utilisent ces produits quotidiennement (72%).

Influent

Les **critères de notation** jugés les plus importants par les Français pour le calcul d'un label :

- La **biodiversité des ingrédients** d'un produit (51%)
- Son **impact sur le climat** (43%),
- Le mode de **fabrication** (37%)
- L'**emballage/recyclabilité** (35%)

Multi critères

42%

Placent la fiabilité de l'outil d'évaluation comme le critère le plus important.

Fiabilité

02

UNE AMBITION ASSUMÉE,
la création d'un
consortium pour publier
une AFNOR Spec



UNE DEMARCHE COLLECTIVE & MULTISECTORIELLE

Pour la première fois, une méthodologie de calcul et d'affichage de l'impact environnemental et sociétal des produits cosmétiques, des compléments alimentaires, des produits de bien-être et de santé familiale et des produits de l'entretien de la maison est accessible à toutes les entreprises, de la PME au grand groupe international.

- ✓ Une méthodologie développée sous l'égide d'AFNOR par plus de 120 participantes et participants issus du consortium Green Impact Index et d'autres organisations, qui s'applique aux produits du quotidien des consommateurs : cosmétiques, compléments alimentaires, de santé familiale ou de bien-être ainsi qu'aux produits de l'entretien de la maison (à l'exception des médicaments et des biocides).
- ✓ A l'image du Nutriscore, grâce à une cotation graduée de A à E, cette méthodologie permettra aux consommatrices et consommateurs de choisir leurs produits cosmétiques, de l'entretien de la maison et de bien-être en toute connaissance de cause.
- ✓ L'ouverture aux produits d'entretien de la maison ainsi que la révision de la SPEC Afnor initiée fin 2025 arrivera en application courant avril 2026.

APPROCHE COLLECTIVE : phase 1 - construction

Lancement GII France Pierre FABRE Présentation méthodologie Mise en place groupe de travail Appel à candidatures AFNOR Spec Travail Collaboratif AFNOR Spec 9 mois Association GII Consortium 1ers scores pour les produits de marques membres

T2 2021

T4 2021

T1 2022

T3 2022

T2 à T4 2023

Juin 2023

Juillet 2023

2024



Webinar
Conférences
FEBEA
Cosmetic Valley



APPROCHE COLLECTIVE : phase 2 – déploiement

Premiers Audits Déploiement des scores Précisions Des termes évoqués dans la méthodologie Travail Collaboratif AFNOR Spec 2215 révisée Appel à nouveaux membres Scorings Produits Home Care

S2 2024



2025



T3 2025

Ouverture à la catégorie Home care dans le périmètre de la SPEC 2215

T3 2025 à T1 2026



Avril 2026



T2 2026



S2 2026



CONSORTIUM – 29 membres actifs

Membres fondateurs



Depuis sa création, 11 nouveaux membres ont rejoint le consortium :



AFNOR SPECIFICATION

AFNOR Spec, le document de référence utilisé par AFNOR pour construire les futures normes de type ISO

- Un document développé **collectivement** sous la responsabilité **d'AFNOR Normalisation**
- Un document **édité par l'AFNOR**, publié en son nom et vendu sur sa plateforme (116€/utilisateur)
- **Valable 5 ans**, renouvelable par période de 3 ans.
- A l'issue de cette période, l'AFNOR consulte les utilisateurs et les commissions de normalisation pour décider de **l'opportunité de transformer la Spec en norme**, sinon de la maintenir, réviser ou supprimer.



03

UN OUTIL CLAIR,
bien comprendre pour
mieux choisir



UN OUTIL CLAIR

Bien comprendre pour mieux choisir



FORMULE



Naturalité, biodégradabilité, écotoxicité.

EMBALLAGE



Analyse de cycle de vie, recyclabilité, réduction, réutilisable

FABRICATION



Gestion environnementale & process usine produit fini et matières premières

TRANSPORT



Impact CO₂ transport matières premières, distance intersites, ...

SOCIÉTAL



Bien-être animal, engagements entreprise, ...



Exemple appliqué



Impact environnemental



Formule



Formule biodégradable*

Formule contenant 88% d'ingrédients d'origine naturelle

*Selon un test OCDE 301 ou méthode indice de biodégradabilité



Packaging



Emballage comportant au moins 82% de matières recyclées*

Emballage entièrement recyclable



Fabrication



Formulé avec une ou plusieurs matières premières issues de l'économie circulaire

Fabriqué et conditionné dans une usine certifiée pour l'environnement*

*Selon la norme ISO 14001 et/ou 50001



Transport



Faible impact CO2 du transport des matières premières

Produit fabriqué et conditionné sur le même site

AFNOR SPEC 2215

Démarche d'éco-socio-conception

Plus de 50 CRITERES



PACKAGING
ECO-CONCU



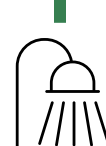
FORMULE
ECO-CONCUE



IMPACT DE LA FABRICATION



IMPACT DU
TRANSPORT



SENSIBILISATION
AUX ECO GESTES :



CERTIFICATIONS FAIR TRADE / BIEN-ETRE
ANIMAL / ENGAGEMENTS RSE / RESPECT
DROITS HOMME



Note Environnementale 80%

Note Sociétale 20%



04

Un outil de
TRANSPARENCE CLIENT et
un levier de
**TRANSFORMATION
STRATEGIQUE**



DEMARCHE ROBUSTE PEF COMPATIBLE

Un outil de référence basé sur la science pour
mesurer la performance Environnementale ET Sociétale

Levier de progrès en
ECO SOCIO CONCEPTION

Soutien la démarche de
transition écologique

Aide pour toutes les
entreprises et fédérations
membres

Démarche transversale
applicable à plusieurs
catégories de produits finis :
cosmétiques, compléments
alimentaires, produits
d'entretien de la maison

Méthode adaptée à toutes
les tailles d'entreprise

Méthode basée sur des
référentiels existants
(normes, labels,
réglementation...)

Prend en compte également
les réglementations à venir
en matière d'économie
circulaire, d'affichage
environnemental

Intègre les enjeux de
biodiversité et climat en lien
avec les stratégies nationales
ou internationales COP

Méthode robuste revue par
un tiers indépendant et
auditable

05

UNE VISION PARTAGEE,
pour un affichage
socio-environnemental
reconnu

QUELS OBJECTIFS ?

NOTRE CONSORTIUM SE FIXE LES OBJECTIFS PRINCIPAUX SUIVANTS :

- **Faire du Green Impact Index le référentiel retenu par les décideurs et les régulateurs français et européens comme base de la future norme européenne.**
- **Faire du Green Impact Index le référentiel connu et reconnu des consommateurs** pour la fiabilité et l'honnêteté de ses cotations, pour l'éthique des entreprises qui l'utilisent et l'affichent et pour sa dimension multi-sectorielle facilitant ainsi l'information au consommateur.
- **Aider les entreprises et les fédérations membres du consortium à monter en compétences** sur le sujet de l'affichage socio-environnemental des produits cosmétiques, des compléments alimentaires, des produits de santé familiale et de bien-être et bientôt des produits d'entretien de la maison.

POUR EN SAVOIR PLUS et nous rejoindre

coordination@greenimpactindex.com

