

PRÉSIDENTIELLE  
**2022**

**LES PROPOSITIONS  
DES ENTREPRISES  
DE L'HYGIÈNE  
ET DE L'ENTRETIEN**



# EDITO

---



L'élection présidentielle permet de dresser un bilan et de dessiner des perspectives pour la France de demain. **Nous, fabricants de produits d'Hygiène et d'Entretien, ancrés dans les territoires, souhaitons faire partie du débat et de la solution.**

En 2020, nos capacités de production soumises à un rythme sans équivalent ont permis de répondre à la hausse exponentielle de la demande en gels hydro-alcooliques et en produits désinfectants liée à la pandémie. Le secteur a dû faire preuve d'une agilité exceptionnelle : engagement renforcé des collaborateurs, adaptation des outils de production, refonte des réseaux d'approvisionnement et des offres, accélération des cadences, investissements.

Nos entreprises ont contribué à la continuité de la vie économique et sociale. La crise a révélé que nos produits sont essentiels à la santé publique, à la vie économique et sociale de la Nation et que nos entreprises participent au mouvement de reconquête industrielle des territoires et de souveraineté sanitaire de la France.

Conscients de notre responsabilité, nous sommes collectivement porteurs d'une démarche de progrès social et environnemental fondée sur la science et d'un dialogue ouvert avec la société. Nous avons la conviction que seule l'innovation peut permettre de conjuguer efficacité produits, sécurité de l'utilisateur et protection de l'environnement.

**Nos entreprises ont la capacité d'agir au service des territoires, de la transition écologique et de la sécurité sanitaire de la nation.** Mais elles ont pour ce faire besoin d'un cadre réglementaire clair, stable, prévisible, favorable à l'innovation et à l'emploi. Nous appelons de nos vœux des politiques publiques cohérentes, concertées, permettant à nos entreprises de créer de la valeur durable et de prendre toute leur part à la reconquête industrielle de nos territoires et à la transition écologique.

**Sébastien Bossard**

*Président de l'Afise*

CEO Kersia



# LES 10 PROPOSITIONS DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE L'HYGIÈNE ET DE L'ENTRETIEN

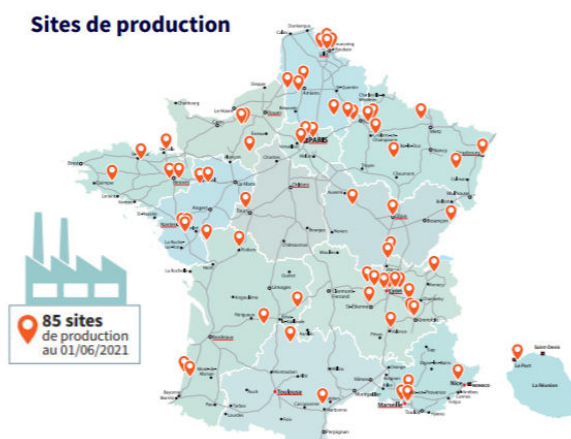
- 1 Poursuivre la baisse des impôts de production** pour favoriser la compétitivité du Made in France.
- 2 Sanctuariser le crédit impôt recherche** afin de maintenir la dynamique d'innovation du secteur.
- 3 Inclure les produits d'hygiène et d'entretien dans le champ d'application** du dispositif d'encadrement des promotions en grande distribution (**loi Egalim**).
- 4 Etendre aux produits d'hygiène et d'entretien** vendus en grande distribution une **clause de renégociation des tarifs** en fonction de l'évolution du prix des matières premières, des transports et des emballages.
- 5 Alléger les contraintes réglementaires et administratives**, réduire le stocks de normes et appliquer effectivement la règle du 2 pour 1 (pour une nouvelle norme contraignante, simplifier ou supprimer deux normes existantes). Evaluer l'impact de toute nouvelle réglementation au regard des réglementations existantes.
- 6 Assurer la cohérence entre la réglementation française et la réglementation européenne** en interdisant toute surtransposition afin de créer pour notre secteur un cadre stable, clair et non contradictoire.
- 7 Clarifier le statut du plastique recyclé** par rapport au plastique à usage unique afin de préserver la filière française du recyclage et de sécuriser les investissements liés à l'utilisation croissante de plastique recyclé.
- 8 Réguler les applications de notation** en matière de fiabilité des données utilisées et de transparence des algorithmes.
- 9 Mieux informer le consommateur** sans stigmatiser les produits grâce à des méthodologies robustes scientifiquement et partagées de tous.
- 10 Assurer le libre accès à tous des produits biocides** dans le cadre du futur arrêté relatif à l'interdiction de vente en libre-service de certaines catégories de produits en application de la loi Egalim.

# 1 CONTINUER À CRÉER DE LA VALEUR DANS LES TERRITOIRES

## LES FAITS MARQUANTS :

### Les fabricants de produits d'hygiène et d'entretien : une majorité de PME et d'ETI productives ancrées dans les territoires.

- Le secteur des produits d'hygiène et d'entretien est majoritairement constitué de PME et ETI équitablement réparties sur toute la France. Elles représentent environ **les trois quarts des 120 entreprises adhérentes de l'Afise**.
- Le secteur est ainsi un pourvoyeur d'emplois industriels sur l'ensemble du territoire et compte **13 400 salariés** pour un **chiffre d'affaires annuel de 4,5 milliards d'euros**.



### Un secteur clé de la souveraineté sanitaire de la France

- Les fabricants de produits d'hygiène et d'entretien ont plus que doublé leur production pour répondre aux besoins liés à la crise sanitaire. La Javel, les savons, les désinfectants, les lingettes nettoyantes et les produits d'hygiène du linge ont connu des hausses moyennes de demande globalement comprises entre 50 et 200 %. La crise sanitaire a obligé le secteur à modifier rapidement son organisation afin de tirer au mieux parti de son ancrage territorial. Les entreprises ont restructuré leurs gammes, leurs sources d'approvisionnements et leurs canaux de distribution. Enfin, des solidarités au sein du secteur, notamment sur les approvisionnements, ont permis de faciliter la réactivité de la production. Près de 70 % des fabricants de produits d'hygiène et d'entretien ont fait des dons au printemps 2020. Il s'agissait principalement de gel hydroalcoolique donné à des institutions du domaine de la santé (hôpitaux, Ehpad, pompiers), des services publics (mairies, écoles) ou des associations caritatives (Restaurants du cœur, Secours populaire, Secours catholique).



## NOTRE ENJEU : RENFORCER LA COMPÉTITIVITÉ DE NOS ENTREPRISES

Les produits d'hygiène et d'entretien se décomposent en **deux marchés : l'hygiène Grand public**, principalement commercialisée en grande distribution, représente environ les trois quarts du marché, et **l'hygiène professionnelle** le dernier quart.

En dépit d'une demande dynamique, la **marge nette du secteur** est inférieure au reste de l'industrie : 2,9 % dans l'industrie de l'hygiène et de l'entretien contre 6,7 % en moyenne dans l'industrie manufacturière (\*).

Pour les produits vendus en grande distribution, la faiblesse des marges est notamment liée à l'intensité de la négociation commerciale entre nos entreprises et la grande distribution. Les marques de produits d'entretien sont des référents dans l'image prix des enseignes. Notre secteur subit par effet collatéral des lois EGALIM et EGALIM 2 une pression accrue sur les prix et une augmentation sans précédent des promotions.

Concernant le segment professionnel, les ventes s'effectuent dans de nombreux cas dans le cadre d'appels d'offres de prestations de services, dans lesquels la part du produit physique représente moins de 10 % du chiffre d'affaires total. Les produits d'hygiène et d'entretien jouent parfois le rôle de « variable d'ajustement ».

A ce phénomène structurel, vient s'ajouter une forte augmentation des coûts des matières premières, des emballages et du transport, qui vient fragiliser davantage les PME.

La faiblesse des marges constitue un frein à l'innovation alors que nous devons **investir massivement dans la transition écologique** pour améliorer les formules, diminuer l'impact environnemental des produits et des emballages, et innover dans les nouveaux modes de consommation. Des investissements sont également nécessaires pour augmenter les capacités de production du secteur en vue de répondre à une demande accrue et certainement durable. (\*) Etude économique Astéris : «La crise du Covid-19 : un accélérateur pour les produits d'Hygiène et d'Entretien».



## NOS PROPOSITIONS :

- **Poursuivre la baisse des impôts de production** pour encourager les relocalisations.
- **Sanctuariser le crédit impôt recherche** afin de maintenir la dynamique d'innovation du secteur.
- **Inclure les produits d'hygiène et d'entretien dans le champ d'application** du dispositif d'encadrement des promotions en grande distribution (**loi Egalim**).
- **Etendre aux produits d'hygiène et d'entretien vendus en grande distribution une clause de renégociation des tarifs** en fonction de l'évolution du prix des matières premières, des transports et des emballages.
- **Alléger les contraintes réglementaires et administratives**, réduire le stock de normes et appliquer effectivement la règle du « 2 pour 1 » : pour une nouvelle norme contraignante, simplifier ou supprimer deux normes existantes. Evaluer l'impact de toute nouvelle réglementation au regard des réglementations existantes.

## 2 ACCÉLÉRER LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

### LES FAITS MARQUANTS :

#### Une démarche volontaire de progrès environnemental

- Les entreprises du secteur innovent pour améliorer en continu la sécurité de l'utilisateur, l'efficacité du produit et la préservation de l'environnement. Elles se sont également engagées dans **des démarches volontaires certifiées**.
- **La Charte pour le nettoyage durable** est une initiative volontaire européenne de l'industrie lancée en 2005 qui encourage l'adoption de pratiques conformes aux principes du développement durable à toutes les étapes du cycle de vie d'un produit. Les indicateurs clés comprennent notamment la consommation d'énergie, les émissions de CO<sub>2</sub>, la consommation d'eau, la quantité de contenu recyclé dans les emballages et la réduction de l'utilisation de substances organiques peu biodégradables... Tous ces résultats sont vérifiés de manière indépendante. La charte est reconnue par l'ADEME parmi les meilleurs labels du marché et a produit des **résultats concrets depuis son lancement** : 32% d'emballages en moins et une réduction de 44% des émissions de CO<sub>2</sub> du secteur. La Charte compte 170 entreprises dont tous les grands groupes qui représentent une part significative.
- **L'initiative volontaire sur les Plastiques** : depuis janvier 2019, les metteurs en marché de détergents à destination du grand public peuvent s'engager dans la nouvelle initiative volontaire du secteur relative aux emballages plastiques (Voluntary Industry Initiative on Plastic Packaging). Les entreprises signataires s'engagent d'ici 2025 à atteindre en moyenne un minimum de 20% en volume de matière recyclée dans les emballages en plastique et à ce que tous les emballages soient recyclables, réemployables ou compostables.



### NOTRE ENJEU : LA COHÉRENCE AVEC LE CADRE EUROPÉEN

Les produits d'hygiène et d'entretien sont régis par une **réglementation harmonisée au niveau européen** : Les règlements Détergent, REACH et CLP. Dans le cadre du Pacte Vert et de la Stratégie pour une Chimie Durable, ces textes vont être révisés dans les mois à venir. Par ailleurs, la Commission européenne proposera en 2022 un règlement sur les allégations environnementales des produits ainsi qu'une révision de la politique européenne des consommateurs et de la directive emballages et déchets.

Face à la multiplicité des initiatives législatives et réglementaires européennes, un effort de cohérence doit être assuré.

Or, nos entreprises sont trop souvent pénalisées par des contraintes administratives et techniques qui alourdissent les coûts de production et créent des obstacles au marché unique européen. Nombre de ces obligations résultent de la surtransposition des textes européens lors de leur intégration dans notre droit français ou d'initiatives isolées de la France sans cohérence avec l'agenda européen.

Ainsi, la loi AGECE du 10 février 2020 a créé une situation paradoxale et inédite en Europe en surtransposant la directive sur le plastique à usage unique. Elle impose en effet une interdiction des plastiques à usage unique en 2040. La baisse de l'utilisation du plastique est une priorité pour le secteur mais cette mesure met la France en porte à faux par rapport à ses partenaires européens et nuit à la compétitivité des acteurs français par rapport à leurs concurrents européens et mondiaux, alors même que les entreprises ont besoin d'innover et d'investir pour faire face aux enjeux environnementaux.

Aussi, nous proposons de poser en principe que **toute surtransposition doit être proscrite, sauf si elle est favorable aux entreprises nationales.**



## NOS PROPOSITIONS :

- Assurer la cohérence entre la réglementation française et la réglementation européenne en interdisant toute surtransposition afin de créer pour notre secteur un cadre stable, clair et non contradictoire.
- Clarifier le statut du plastique recyclé par rapport au plastique à usage unique afin de préserver la filière française du recyclage et de sécuriser les investissements liés à l'utilisation croissante de plastique recyclé.

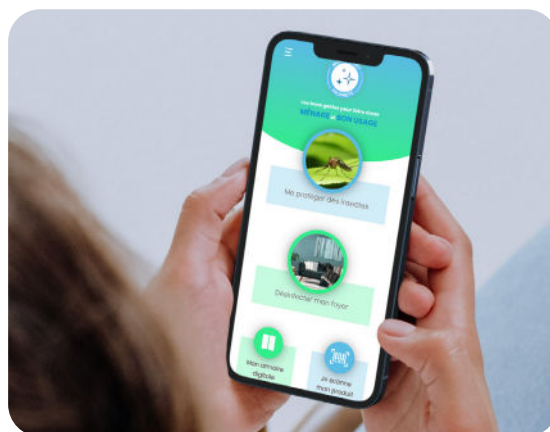
# 3 RENFORCER LA CONFIANCE DU CONSOMMATEUR

## LES FAITS MARQUANTS :

Parce que les produits d'hygiène et d'entretien ne sont pas des produits comme les autres, l'AFISE s'est engagée dans une démarche de transparence et de pédagogie en faveur d'une utilisation raisonnée, sûre et durable des produits et d'une information renforcée du consommateur.

- **L'application mobile Mon Expert Propreté**

Dans un contexte où l'utilisation des produits ménagers est croissante, **Mon Expert Propreté, est un outil pour une utilisation raisonnée et responsable des produits désinfectants.** Lancée par l'AFISE, l'application répond aux questions des consommateurs en leur permettant d'utiliser « le bon produit, au bon moment, et selon le bon mode d'emploi ».



- **Pour une simplification des étiquettes**

L'AFISE défend une simplification des étiquettes dont la lecture est rendue complexe par la juxtaposition de trois réglementations. Elle soutient l'idée d'une **information pertinente sur l'étiquette**, ciblée sur les besoins prioritaires du consommateur pour acheter et utiliser les produits, complétée par des données supplémentaires dématérialisées. Elle s'est par ailleurs engagée en 2021 dans les travaux du Conseil National de la Consommation (CNC) visant à améliorer la lisibilité des étiquettes des produits d'hygiène et d'entretien, en proposant des solutions efficaces, rigoureuses et opérationnelles.



## NOTRE ENJEU : UNE INFORMATION DU CONSOMMATEUR FONDÉE SUR LA SCIENCE

Nos produits sont sains, efficaces et sûrs dans les conditions normales d'utilisation, régis par trois réglementations strictes à l'échelle européenne.

Dans le cadre du plan national Santé-Environnement, il est prévu le déploiement sur une base volontaire d'un affichage synthétique d'information du consommateur. Présenté par les pouvoirs publics sous le terme de « Toxi Score », cette mesure sous-entend que les produits



sont toxiques, alors qu'ils présentent toutes les garanties pour la sécurité des consommateurs. Nous sommes prêts à participer aux travaux relatifs à la mise en place de ce score, l'enjeu principal étant de définir une méthodologie reposant sur des bases scientifiques et partagées par tous les acteurs.

Par ailleurs, nous appelons les pouvoirs publics à s'assurer de la qualité et de la fiabilité des scores et applications numériques informant le consommateur. Certaines allégations négatives ne reposent pas sur des bases scientifiques solides faisant l'objet d'un consensus. Nous avons noté avec intérêt la volonté des pouvoirs publics de définir, en concertation avec les parties prenantes, dans le cadre du Conseil national de la consommation (CNC), **les conditions permettant de garantir au consommateur l'accès à une information pertinente et loyale lors de l'utilisation de ces applications.**



## NOS PROPOSITIONS :

- **Réguler les applications de notation** en matière de fiabilité des données utilisées et de transparence des algorithmes.
- **Mieux informer le consommateur sans stigmatiser les produits** grâce à des méthodologies robustes scientifiquement et partagées de tous.
- **Assurer le libre accès à tous des produits biocides** dans le cadre du futur arrêté relatif à l'interdiction de vente en libre-service de certaines catégories de produits en application de la loi Egalim.

# A PROPOS DE L'AFISE :

L'AFISE est l'Association Française des Industries de la détergence, de l'entretien et des produits d'hygiène industrielle. Fédération de l'hygiène et de l'entretien responsable, elle représente en France les entreprises qui formulent, fabriquent et commercialisent les produits destinés à laver, nettoyer et entretenir le linge, la vaisselle et l'ensemble des surfaces que ce soit dans les foyers, dans les collectivités, les services de santé ou dans l'industrie.

L'afise fédère 80 % des entreprises du secteur, TPE, PME ou grands groupes de dimension internationale. Ses 120 adhérents représentent 13 400 salariés avec 85 sites de production en France et génèrent un chiffre d'affaires de 4,5 Md€.



[www.afise.fr](http://www.afise.fr)

