



CONSOMMATION

FICHE PRATIQUE

N° 78 – Produits cosmétiques : décryptage des étiquettes

L'achat des produits de beauté est devenu un geste banal pour de nombreuses femmes mais aussi pour de plus en plus d'hommes.

Et pour effectuer son choix, nous prêtons beaucoup plus d'attention aux discours publicitaires qu'à l'étiquette qui, pourtant, regorge d'informations. Ces discours publicitaires sont-ils fiables ? Sont-ils réglementés ? Faut-il se fier à l'étiquette plutôt qu'à ces discours ?

Pour répondre à ces questions et vous aider à décrypter les étiquettes des produits cosmétiques, Familles de France a réalisé la présente fiche pratique.

Un produit cosmétique ? C'est quoi ?

Défini à l'article L5131-1 du Code de la santé publique, un produit cosmétique est une substance ou préparation destinée à être mise en contact sur différentes parties du corps que ce soit la peau, le système pileux, ou encore les muqueuses buccales avec pour objectif de les nettoyer, corriger leur odeur, ou encore améliorer leur aspect.

Exemples de produits cosmétiques

Produits de maquillage : fond de teint, mascara, fards à paupières, BB crème...

Produits pour l'entretien de la dentition : dentifrice, bain de bouche...

Produits pour l'entretien de la chevelure : shampooings, après-shampooings, masques capillaires...

Produits pour le rasage : mousse à raser, crème dépilatoire...

Étiquetage des produits cosmétiques : des informations obligatoires

Pour choisir un produit adapté à son type de peau, s'attarder sur sa composition, ou encore vouloir connaître la durée de conservation, un produit cosmétique doit obligatoirement comporter un certain nombre d'indications à savoir :

- **La liste des ingrédients**

Cette liste permet de déterminer les substances entrant dans la composition du produit.

Celle-ci est établie dans l'ordre décroissant de leur importance en poids ou au volume au moment de leur incorporation dans le produit. De ce fait, lorsque la liste d'ingrédients du produit débute par la mention « aqua » et/ou « water », cela signifie qu'il est composé en grande partie d'eau.

Pour ce qui est des autres ingrédients dont la concentration est inférieure à 1%, ceux-ci peuvent être indiqués dans le désordre.

A noter que la liste des ingrédients ne figure pas nécessairement sur le produit mais peut figurer sur une notice d'utilisation ou encore sur l'emballage.

- **La description du produit**

Celle-ci permet de déterminer la fonction du produit sauf si c'est clairement défini dans la présentation.

L'étiquette d'un produit cosmétique doit également contenir les modalités d'emploi autrement dit la façon dont le produit doit être utilisé.

Doivent également figurer sur les étiquettes du produit :

- Le nom ou raison sociale et l'adresse de la personne responsable,

- Le pays d'origine dans le cas d'une importation et numéro du lot de fabrication ou référence permettant l'identification du produit cosmétique pour contacter le fabricant en cas de réclamation,
- Les données relatives à l'expérimentation sur des animaux.

- **La durée de conservation du produit**

Pour déterminer la durée de conservation d'un produit, il doit figurer sur le produit :

- La période d'utilisation après ouverture (PAO) ou,
- La date limite d'utilisation (DLU)

L'étiquette permet-elle de distinguer des produits de marque contrefaits ?

Les produits cosmétiques contrefaits sont légion. C'est pourquoi, il est fortement recommandé de redoubler de vigilance et de vérifier toutes ces indications lors d'un achat de produits cosmétiques notamment sur internet, lors d'une vente à la « sauvette » dans les transports en commun ou encore sur les marchés. Mais ces produits contrefaits étant de mieux en mieux imités, attention : si vous avez le moindre doute, nous vous recommandons de renoncer à l'achat.

« Sans silicone », « anti-âge »... des discours publicitaires réglementés

Contrairement aux idées reçues, les allégations publicitaires : « testé dermatologiquement », « comble les rides », « Ph neutre », « efficacité cliniquement prouvée » ou encore « hypoallergénique » figurant sur les produits cosmétiques sont réglementées. De sorte que l'Autorité de régulation de professionnelle de la publicité ([ARPP](#)), interdit d'utiliser toute déclaration ou représentation visuelle susceptible de semer le trouble dans l'esprit du consommateur. Un rappel de ces allégations s'impose :

- **Les produits dits « hypoallergéniques »**

Un produit « hypoallergénique » désigne un produit destiné à minimiser les risques d'allergie. Selon l'ARPP, il s'agit du seul dérivé du terme allergie qui puisse être utilisé sur un produit cosmétique. Tous les autres termes dérivés du mot « allergie » sont quant à eux interdits.

- **Les produits dits « sans paraben », « sans silicone » ou encore « sans sel d'aluminium »**

L'utilisation de l'allégation « sans » qui indique l'absence d'un ou plusieurs ingrédients, n'est autorisée que si elle est loyale et non mensongère en particulier lorsque l'ingrédient ou la combinaison de deux ou plusieurs ingrédients peuvent être apportés de manière indirecte.

Toutefois, la présence d'une petite quantité de substances interdites est autorisée si elle est non intentionnelle et est techniquement inévitable lors du processus de fabrication, du stockage et de la migration de l'emballage.

A noter également que cette allégation ne doit pas mettre en avant un risque ou un danger pour la santé ou l'environnement.

- **Les produits « anti âge »**

Un produit cosmétique peut promettre l'atténuation ou la diminution des rides à partir du moment que l'emploi du terme « rajeunir » exprime une apparence de plus grande jeunesse de la peau et ce, sans ambiguïté dans la publicité.

Il est également autorisé de s'appuyer sur les actions du produit ou de ses ingrédients sur la peau, si celles-ci reposent sur des justifications objectives.

- **Les produits « anti chute des cheveux »**

L'ARPP autorise l'utilisation de ce terme pour ce qui concerne la prévention, ou encore le recul de la chute des cheveux. Cependant, les allégations publicitaires ne doivent pas laisser croire que le résultat sur la chevelure est définitif.

Par contre, ne sont pas autorisés les termes de « pousse » ou « repousse » des cheveux car ceux-ci tendent à semer la confusion dans l'esprit du consommateur.

De même, les expressions « calvitie » ou encore « stoppe la chute des cheveux » ne sont pas autorisés par l'ARPP.

- **Les produits « hydratants »**

Il s'agit d'un produit cosmétique ayant pour objectif de maintenir l'équilibre en eau de l'épiderme et d'empêcher la déshydratation.

Selon l'ARPP, un produit cosmétique ne peut prétendre hydrater ou réhydrater en profondeur l'épiderme, c'est pourquoi tous les produits « hydratants » mentionnent que l'hydratation concerne la couche supérieure de l'épiderme.

- **Les produits dits « cliniquement prouvés », « testés dermatologiquement »**

Lorsqu'une publicité mentionne une étude ou un test, elle doit obligatoirement spécifier leur nature. Autrement dit, il faut indiquer s'il s'agit d'un test scientifique ou un test de satisfaction. Et la différence entre ces deux types de tests est de taille :

- Le **test de satisfaction** est un test réalisé auprès d'un panel de consommateurs pour mesurer leur satisfaction sur un produit particulier. Selon l'ARPP, pour ne pas induire le consommateur en erreur, lorsque le message porte sur des tests de satisfaction, celui-ci ne doit pas seulement mentionner le pourcentage des personnes satisfaites ou ayant perçu l'effet revendiqué.
- Pour ce qui est du **test scientifique**, il s'agit d'une évaluation d'un produit réalisée par des experts professionnels sous contrôle médical ou non. Pour l'ARPP, la mesure de l'efficacité de ce produit ne doit pas seulement dépendre des tests scientifiques.

De même, lorsque les allégations publicitaires portent sur des résultats chiffrés, la publicité doit se référer aux résultats moyens obtenus sur l'ensemble de la population testée.

- **C'est quoi un produit « bio » ?**

Un produit cosmétique ne peut être qualifié de « biologique » que s'il remplit l'une des conditions suivantes :

- 100% des ingrédients sont issus de l'agriculture biologique
- il a reçu le label « biologique » par un organisme certificateur
- il a été élaboré selon un cahier des charges respectant un niveau d'exigence en termes de composition et de teneur d'ingrédients issus de l'agriculture biologique équivalent à celui des organismes certificateurs.

Par ailleurs, les symboles utilisés par les fabricants ne doivent pas prêter à confusion avec les produits certifiés avec un label officiel.

La publicité ne doit pas également attribuer à ces symboles une valeur plus importante à leur portée effective.

Soyez donc vigilants ! Un produit cosmétique « naturel » ou encore « 100% végétal » n'est pas nécessairement un produit cosmétique « bio ».