

UNIVERSITÉ PALACKÝ D'OLOMOUC
FACULTÉ DES LETTRES
DÉPARTEMENT DES ÉTUDES ROMANES

La comparaison du marché commercial
tchèque et français avec les cosmétiques bio

Comparison of the Czech and French trade
market with organic cosmetics

MÉMOIRE DE MASTER

Auteur : Bc. Andrea Hrabínová

Directeur : doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.

Olomouc 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že tato magisterská diplomová práce je mým původním autorským dílem, že jsem ji vypracovala samostatně pod odborným vedením doc. Mgr. Jaromíra Kadlece, Dr. Veškerá literatura a ostatní použité zdroje jsou řádně citovány a uvedeny v seznamu použité literatury.

V Olomouci, 6. 5. 2021

Déclaration

Je déclare que le présent mémoire de master est mon œuvre original, que je l'ai rédigée d'une manière indépendante sous la direction de doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr. Toute la littérature et les autres sources que j'ai utilisées au cours de mon travail sont citées et présentées dans la bibliographie.

À Olomouc, le 6 mai 2021

.....

Andrea Hrabínová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala doc. Mgr. Jaromíru Kadlecovi, Dr. za ochotu a čas v průběhu psaní mé diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat rodině a blízkým za jejich podporu během mých studií.

Remerciements

Je tiens à remercier doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr. pour la complaisance et le temps pendant le traitement de mon mémoire de master. Mes sincères remerciements vont également à ma famille et mes proches pour le soutien de sa part pendant mes études.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	5
1 À PROPOS DE LA COSMÉTIQUE BIO	7
1.1 L'agriculture écologique.....	7
1.1.1 L'origine et le sens.....	7
1.1.2 Les principes	8
1.1.3 Les objectifs	10
1.2 Les différences entre naturel, bio et vegan	10
1.2.1 La cosmétique naturelle	10
1.2.2 La cosmétique biologique.....	12
1.2.3 La cosmétique vegan	12
1.3 Le greenwashing.....	13
1.4 La certification de cosmétique bio.....	14
1.4.1 Ecocert	14
1.4.2 CPK bio.....	15
1.4.3 Natrue.....	16
1.4.4 Charte Cosmebio.....	16
1.4.5 Soil Association	17
1.4.6 BDIH.....	18
1.4.7 Cosmos.....	19
1.5 Les avantages et les inconvénients de la cosmétique bio	19
2 LA COSMÉTIQUE BIO EN FRANCE ET EN RÉPUBLIQUE	
TCHÈQUE.....	21
2.1 Le marché tchèque	21
2.1.1 Saloos.....	22
2.1.2 Nobilis Tilia	23
2.1.3 Purity Vision	24
2.1.4 Havlíkova přírodní apotéka	25
2.1.5 Cannaderm	26
2.1.6 Bebutter.....	28
2.2 Le marché français.....	29
2.2.1 Coslys.....	31

2.2.2	Boho Green	32
2.2.3	Cattier.....	33
2.2.4	Alphanova.....	34
2.2.5	Pulpe de Vie.....	35
2.2.6	Avril	37
3	LE QUESTIONNAIRE	39
3.1	La question n° 1.....	40
3.2	La question n° 2.....	41
3.3	La question n° 3.....	42
3.4	La question n° 4.....	43
3.5	La question n° 5.....	44
3.6	La question n° 6.....	44
3.7	La question n° 7.....	45
3.8	La question n° 8.....	46
3.9	La question n° 9.....	47
3.10	La question n° 10.....	49
3.11	La question n° 11.....	50
3.12	La question n° 12.....	51
3.13	La question n° 13.....	56
3.14	La question n° 14.....	57
3.15	La question n° 15.....	59
	CONCLUSION	61
	LISTE DES ABRÉVIATIONS	63
	RESUMÉ	64
	BIBLIOGRAPHIE.....	65
	SITOGRAFIE	66
	LISTE DES IMAGES.....	73
	LISTE DES GRAPHIQUES	74
	ANNEXE N° 1 - QUESTIONNAIRE FRANÇAIS.....	75
	ANNEXE N° 2 - QUESTIONNAIRE TCHÈQUE	76

ANNOTATION	77
ANNOTATION (EN).....	78

INTRODUCTION

De nos jours, nous rencontrons de plus en plus le concept de bio et les principales raisons sont les effets négatifs de l'agriculture intensive, dont la population est très facilement informée. Les gens sont également les témoins eux-mêmes de ces problèmes qu'ils voient de leurs propres yeux et alors, l'intérêt pour leurs solutions commence à augmenter. Il s'agit des problèmes tels que la cruauté envers les animaux, la pollution de l'environnement ou les impacts négatifs sur la santé humaine. Par conséquent, les consommateurs commencent à réfléchir davantage à la protection de l'environnement ainsi qu'à un mode de vie sain. Ils portent une attention accrue aux produits utilisés en ce qui concerne leur production, composition, stockage, distribution ou qualité pour diminuer ces problèmes.

Notre mémoire de master est focalisé sur le thème des produits bio et plus particulièrement sur la cosmétique bio, puisque la cosmétique fait déjà partie intégrante de chaque jour. Il examine principalement le point de vue sur la cosmétique bio dans deux pays suivants : la République tchèque et la France, et il souligne les différences entre les deux pays individuels dans le domaine de la perception de cette cosmétique.

Ce mémoire de master comprend trois chapitres essentiels. Le premier chapitre théorique est consacré aux informations générales sur l'agriculture écologique qui est la base de la cosmétique biologique et nous présentons les raisons de son origine, son sens, ses principes et ses objectifs. Nous nous concentrons également sur les différents types de cosmétiques pour comprendre l'essence de la cosmétique bio. La fin de ce chapitre traite des conditions d'obtention de certificats garantissant la qualité des produits naturels, comprend des exemples de ces certificats existants et montre les avantages et les inconvénients de la cosmétique bio.

Le deuxième chapitre examine la situation actuelle sur le marché des cosmétiques biologiques en République tchèque et en France. Il s'agit d'une recherche sur les marques de produits cosmétiques bio proposées sur les deux marchés. Nous traitons les données de base, l'histoire, et nous examinons également la satisfaction de la part de consommateurs.

Dans le dernier chapitre pratique, nous réalisons notre propre analyse à l'aide de deux questionnaires - l'un pour la République tchèque et l'autre pour la France afin de déterminer le point de vue de ces deux pays sur les cosmétiques bio. Ces questionnaires contiennent 15 questions principales. Nous découvrons ce qui motive les gens à les acheter, s'ils s'y intéressent ou, par exemple, quelles marques spécifiques ils achètent. Le but de notre

mémoire de master est de comparer les deux marchés (français et tchèque) avec les cosmétiques bio et d'évaluer la situation actuelle.

Pour ce travail, nous utilisons surtout les sources qui sont disponibles sur Internet mais aussi la littérature suivante : URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA. *Ekologické zemědělství : učebnice pro školy i praxi* et AMAND Laurence, LANGLOIS Nathalie. *Agriculture biologique : Les grands principes de production et l'environnement professionnel*.

1 À PROPOS DE LA COSMÉTIQUE BIO

Ce chapitre est consacré à l'agriculture biologique, qui est l'essence de la cosmétique biologique. Nous nous concentrons sur l'origine, le sens, les principes et aussi les objectifs de l'agriculture biologique. Ensuite, nous traitons également d'autres types de cosmétiques (naturels, vegan), et le problème du *greenwashing*, qui est lié à la stratégie marketing. Des certificats biologiques existants, qui nous garantissent la qualité des ingrédients naturels, sont également présentés. La dernière partie présente les avantages et les inconvénients de la cosmétique bio.

1.1 L'agriculture écologique

Avec le temps, l'agriculture biologique est une forme d'agriculture populaire, sans utilisation de produits chimiques, de sorte que le respect de l'environnement est maintenu. Par conséquent, la qualité est plus importante que la quantité. Les sous-chapitres suivants traitent ce sujet plus en détail.

1.1.1 L'origine et le sens

L'agriculture biologique est née au vingtième siècle avec le développement de la biochimie et de la technologie. Après la Seconde Guerre mondiale, il y a eu une forte industrialisation de l'agriculture en raison de pénuries alimentaires, ce qui a conduit à l'utilisation de pesticides et d'engrais synthétiques. Pendant cette période, des problèmes liés à la maltraitance des animaux, à la pollution de la nature, mais aussi à la baisse de la qualité des aliments commencent à apparaître ce qui a forcé une réflexion sur la création d'alternatives et donc une agriculture biologique. Elle commence à être encouragée avant tout dans les années 60, lorsque des fermes privées et des lieux de recherche sont fondés. Cependant, les premiers agriculteurs biologiques n'ont pas attendu ni les résultats de la recherche ni les subventions, ils ont abandonné les produits agrochimiques complètement volontairement et ont imposé l'agriculture écologique.

Quant aux raisons de sa naissance, il y a plusieurs aspects négatifs de l'agriculture conventionnelle. L'une des principales raisons est l'utilisation de produits agrochimiques qui provoquent des intoxications chez les animaux mais aussi chez l'homme. Ensuite, les engrais minéraux à dissolution rapide entraînent, par exemple, une réduction de la fertilité du sol ou des émissions industrielles pendant la production. En cas d'utilisation excessive de pesticides chimiques synthétiques, la biodiversité de l'environnement est réduite, la résistance de maladies

et de parasites est créée, ou les restes de ces pesticides eux-mêmes peuvent être trouvés dans les aliments, ce qui affecte la santé de tous les êtres vivants.

Un autre problème concerne l'élevage. Dans l'agriculture conventionnelle, des mélanges fourragers favorisant la croissance sont utilisés, ainsi que des médicaments préventifs tels que des antibiotiques et d'autres substances hormonales. Les résidus de ces substances réapparaissent dans les aliments et chez l'homme. Puis, la reproduction animale est conduite et cause que les animaux ne vivent pas longtemps et aussi la résistance aux maladies est pire, de sorte que la consommation de médicaments augmente.

En ce qui concerne le stockage et la conservation des aliments conventionnels, ils sont ajustés pour durer le plus longtemps possible. Alors, leur structure change, ils contiennent des conservateurs artificiels et d'autres additifs autrement indiqués E. Avec l'industrialisation de l'agriculture, l'importance de l'agriculture diminue, l'état de l'environnement s'aggrave, tout comme la qualité des aliments.

Le plus grand développement des produits biologiques en Europe est enregistré dans la seconde moitié des années 90 et les raisons essentielles du passage vers l'agriculture biologique sont économiques. Ce sont les subventions offertes aux agriculteurs, qui sont par exemple une raison clé du passage au biologique pour les agriculteurs de la République tchèque, mais aussi la demande croissante pour ces produits.

L'idée principale de l'agriculture biologique est alors une agriculture la moins dépendante sur les intrants externes et qui est en harmonie avec la nature¹. Elle représente un agrosystème équilibré, basé sur des ressources locales et renouvelables² et elle s'efforce de respecter l'environnement³.

1.1.2 Les principes

Pour que l'agriculture soit biologique, un agriculteur doit suivre plusieurs principes. L'une des plusieurs règles est de ne pas utiliser de produits chimiques synthétiques, y compris

¹ Úvod do ekologického zemědělství. *Ekologické zemědělství*. URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA, Praha: MŽP, 2003, p. 11

² Definice a cíle ekologického zemědělství. *Ekologické zemědělství*. PETR, Jiří, DLOUHÝ, Josef a kol., Praha: Zemědělské nakladatelství Brázda, 1992, p. 223

³ Jaké jsou hlavní přínosy ekologického zemědělství? *Ekologické zemědělství a biopotraviny, Otázky a odpovědi pro ekoporadny*. PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2010, p. 4

les engrais solubles. Par conséquent, il est nécessaire de remplacer les pratiques par d'autres. Au lieu d'utiliser les désherbants chimiques, d'autres méthodes peuvent être utilisées, telles que l'élimination mécanique ou la rotation contrôlée des cultures, qui réduiront la croissance des mauvaises herbes.

L'utilisation d'*Organismes génétiquement modifiés* (OGM) est également exclue⁴. Il s'agit de végétaux ou d'animaux dont le matériel génétique a été modifié pour produire une caractéristique nouvelle. Par exemple, une technique d'insertion directe de matériel héréditaire dans un organisme par des micro-injections⁵. Si la contamination est supérieure à 0,9%, le produit ne peut pas être indiqué et vendu comme bio.

Un autre principe important est la protection de l'environnement, et donc de ne pas polluer la biosphère. Un équilibre des éléments importés et des éléments exportés doit être maintenu pour éviter le gaspillage. Le maintien de la fertilité du sol de longue durée est aussi essentiel. La prévention et l'observation font partie de l'agriculture biologique pour découvrir les déséquilibres. Il est nécessaire de surveiller les relations entre l'animal et l'homme ou les résultats techniques⁶.

Comme cette agriculture abandonne les intrants, elle recherche l'autonomie alimentaire. Pour y parvenir, les aliments doivent être produits autant que possible au niveau des fermes pour assurer un lien entre l'animal et le sol. Les principes incluent également la nutrition, qui doit être naturelle. Cela signifie que les animaux doivent être nourris avec des aliments sains, équilibrés, naturels et variés.

D'autres principes incluent le respect des animaux, il s'agit d'une question de respect des besoins aussi bien physiologiques que comportementaux, ou aussi la préservation de la biodiversité concernant plusieurs d'espèces animales et végétales⁷.

⁴ Les principes de l'agriculture biologique. *Agriculture biologique : Les grands principes de production et l'environnement professionnel*, AMAND Laurence, LANGLOIS Nathalie, Dijon : Educagri éditions, 2004, p. 18

⁵ Qu'est-ce qu'un OGM ? *Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation*. [En ligne]. [Consulté le 19 janvier 2021] <https://agriculture.gouv.fr/quest-ce-quun-ogm>

⁶ Les principes de l'agriculture biologique. *Agriculture biologique : Les grands principes de production et l'environnement professionnel*. AMAND Laurence, LANGLOIS Nathalie, Dijon : Educagri éditions, 2004, p. 18

⁷ Les principes de l'agriculture biologique. *Agriculture biologique : Les grands principes de production et l'environnement professionnel*. AMAND Laurence, LANGLOIS Nathalie, Dijon : Educagri éditions, 2004, p. 19

1.1.3 Les objectifs

À cause de problèmes déjà mentionnés, l'agriculture biologique s'est fixée plusieurs objectifs. Le premier est la production d'aliments de haute qualité et dont la valeur nutritionnelle est élevée. L'agriculture s'efforce même de minimiser les pertes, d'utiliser les ressources locales et d'améliorer la fertilité des sols et la maintenir. Elle veut éviter la pollution de l'environnement et favorise la conservation de la nature et sa diversité. Il y a aussi un refus d'utilisation des matières premières non renouvelables comme les engrais minéraux ou les pesticides. Elle veut encourager la création d'emplois afin de maintenir le peuplement rural, supporter les agriculteurs au développement social et économique, mais aussi créer les meilleures conditions pour les animaux afin qu'elles correspondent à leurs besoins⁸.

1.2 Les différences entre naturel, bio et vegan

Pour une meilleure compréhension des cosmétiques bio, il faut expliquer d'autres types de cosmétiques qui peuvent parfois sembler similaires. Cependant, il y a des différences et surtout les termes bio et naturel sont souvent confondus⁹. Les termes qui sont de plus en plus utilisés sur le marché¹⁰. Les différences consistent en la composition¹¹ et de nos jours, nous distinguons les cosmétiques avec les substances naturelles, les cosmétiques naturels ou les cosmétiques bio¹².

1.2.1 La cosmétique naturelle

Les produits dits naturels sont ceux qui contiennent des ingrédients issus de la nature – des animaux, des végétaux ou des minéraux. Néanmoins, les produits « naturels » sont souvent déroutants car ils peuvent également inclure des substances chimiques telles que des parabènes¹³. Le problème est qu'à ce jour, il n'existe aucune loi dans l'Union européenne

⁸ Úvod do ekologického zemědělství. *Ekologické zemědělství*. URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA, Praha: MŽP, 2003, p. 23

⁹ Cosmétique : le Bio est-il meilleur que le naturel ? *Bio à la une*. [En ligne]. [Consulté le 20 janvier 2021] <https://www.bioalaune.com/fr/actualite-bio/6220/cosmetique-bio-il-meilleur-naturel>

¹⁰ What's Really Organic? *Natural & Organic Beauty Recipes*. SCOTT, Evelyn R. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015

¹¹ Jak skutečně poznat, že se jedná o přírodní či bio kosmetiku ? *Lovime.bio*. [En ligne]. [Consulté le 20 janvier 2021] <https://www.lovime.bio/poradna-prehled/jak-skutecne-poznat-ze-se-jedna-o-prirodni-ci-bio-kosmetiku/>

¹² *Přírodní kosmetika pro každý den*. KRAUS Christina, Praha: Grada, 2017, p. 16

¹³ LA DIFFÉRENCE ENTRE UN COSMÉTIQUE NATUREL, BIO ET VEGAN ? *Provence Chérie*. [En ligne].

déterminant les critères des cosmétiques naturels¹⁴. Naturel peut donc aussi être appelé le produit qui ne contient que 1% d'ingrédients minéraux, végétaux ou naturels¹⁵. Par conséquent, ce terme moderne est problématique car il est largement utilisé pour des objectifs marketing¹⁶.

Ainsi, les cosmétiques indiqués comme naturels signifient qu'ils contiennent un extrait de la nature, mais peuvent en même temps subir des transformations. Il n'y a pas de pourcentage pour les ingrédients bio ou naturels que ces cosmétiques doivent contenir, ni besoin d'origine particulière et de processus de production. Pour cette raison, la préférence devrait être donnée aux marques pour lesquelles les informations sur l'origine et les méthodes de production sont suffisamment claires¹⁷.

Les vrais cosmétiques naturels se caractérisent généralement par le fait qu'ils ont une durée de conservation plus courte¹⁸. Contrairement à la cosmétique bio, il existe une certaine tolérance dans la cosmétique naturelle car elle peut contenir des concentrations minimales d'huiles minérales et certaines substances animales, par exemple, du miel ou de la cire. De toute façon, elle ne doit pas être composée de colorants artificiels, de substances pétrolières, de sulfates ou silicones, qui sont des ingrédients courants dans les cosmétiques classiques¹⁹.

[Consulté le 20 janvier 2021] <https://provencecherie.com/difference-entre-cosmetique-naturel-bio-vegan/>

¹⁴ Jak skutečně poznat, že se jedná o přírodní či bio kosmetiku ? *Lovime.bio*. [En ligne]. [Consulté le 20 janvier 2021] <https://www.lovime.bio/poradna-prehled/jak-skutecne-poznat-ze-se-jedna-o-prirodni-ci-bio-kosmetiku/>

¹⁵ Rozdíly mezi přírodní, bio, veganskou, clean a fairtrade kosmetikou, které byste měla znát. *Marianne*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://www.marianne.cz/clanek/rozdily-mezi-prirodni-bio-veganskou-clean-fairtrade-kosmetikou-ktere-byste-mela-znat>

¹⁶ QUELLES DIFFÉRENCES ENTRE COSMÉTIQUES BIO ET NATURELS ? *Pulpe de vie*. [En ligne]. [Consulté le 20 janvier 2021] <https://www.pulpedevie.com/blog/engagees-pour-la-planete/cosmetiques-bio-et-naturels-quelles-differences/>

¹⁷ LA DIFFÉRENCE ENTRE UN COSMÉTIQUE NATUREL, BIO ET VEGAN ? *Provence Chérie*. [En ligne]. [Consulté le 20 janvier 2021] <https://provencecherie.com/difference-entre-cosmetique-naturel-bio-vegan/>

¹⁸ Rozdíly mezi přírodní, bio, veganskou, clean a fairtrade kosmetikou, které byste měla znát. *Marianne*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://www.marianne.cz/clanek/rozdily-mezi-prirodni-bio-veganskou-clean-fairtrade-kosmetikou-ktere-byste-mela-znat>

¹⁹ KONVENČNÍ, PŘÍRODNÍ A BIO KOSMETIKA – JAKÝ JE MEZI NIMI ROZDÍL? *Zajímavé čtení pro moderní dobu | Poznání magazín*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://poznani-magazin.cz/konvencni-prirodni-a-bio-kosmetika-jaky-je-mezi-nimi-rozdil/>

1.2.2 La cosmétique biologique

Par rapport aux cosmétiques naturels, les cosmétiques biologiques diffèrent en composition qui est clairement définie. Elle doit être composée d'au moins 95 % de substances naturelles et doit être fabriquée à partir de matières premières issues de l'agriculture biologique certifiée²⁰. L'emballage du produit est également respectueux de l'environnement, c'est-à-dire recyclable. Il est aussi interdit d'effectuer des tests sur les animaux ou d'utiliser des substances étant originaires d'animaux morts. Comme les cosmétiques naturels, aucune chimie ne doit en faire partie²¹, donc tous les ingrédients suivants : les conservateurs synthétiques tels que les parabènes, les parfums synthétiques à l'exception des huiles essentielles, les substances pétrolières comme l'huile minérale. De même, les filtres UV, les substances animales à l'exception de la cire d'abeille et de la laine de mouton, les colorants artificiels et les matières premières OGM sont également interdits. Pour être sûr qu'il s'agit bien de cosmétiques bio, il existe des certificats et alors, les producteurs doivent prouver que les matières premières sont issues de l'agriculture biologique et sont naturelles²². Ces certificats seront présentés plus tard dans le prochain sous-chapitre.

1.2.3 La cosmétique vegan

Un autre type de cosmétique est vegan. Elle diffère du naturel et du bio parce qu'elle ne contient pas de substances animales et donc, elle est contre la cruauté envers les animaux²³. Aujourd'hui, il y a déjà 19 organisations officielles pour certifier les produits vegans. Cela revient à dire qu'il existe 19 labels, grâce auxquels nous sommes sûrs qu'il s'agit d'une

²⁰ Konvenční, přírodní, bio a biodynamická kosmetika. *Die Nikolai biodynamická kosmetika*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021]

https://www.biodynamickakosmetika.cz/zajimavosti/10_rozdily-jednotlivych-druhu-kosmetik

²¹ KONVENČNÍ, PŘÍRODNÍ A BIO KOSMETIKA – JAKÝ JE MEZI NIMI ROZDÍL? *Zajímavé čtení pro moderní dobu | Poznání magazin*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://poznani-magazin.cz/konvenci-prirodni-a-bio-kosmetika-jaky-je-mezi-nimi-rozdil/>

²² Co je biokosmetika. *Zdraví online*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://www.zdravionline.cz/clanek/Co-je-biokosmetika>

²³ Vegan. *BIOOO.CZ* [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/vegan/>

cosmétique vegan²⁴. Le plus célèbre est le logo *Vegan*, où est représenté un tournesol vert et il est décerné par une organisation britannique à but non lucratif appelée *Vegan Society*²⁵.



Image 1 – La certification de cosmétique vegan²⁶

Pour obtenir ce label, les cosmétiques ne doivent pas être testées sur les animaux et aucune substance d'origine animale ne doit apparaître non plus²⁷.

1.3 Le greenwashing

Pour les cosmétiques bio, il faut aussi mentionner le « *greenwashing* », aussi appelé comme « *l'écoblanchiment* » en français, les termes, qui sont utilisés pour la stratégie marketing. Cette stratégie est utilisée par les entreprises qui tentent d'amener le client à acheter son produit à l'aide de termes écrits sur le produit tels que naturel ou bio mais en réalité, il s'agit d'informations mensongères²⁸. Ils veulent convaincre qu'ils se soucient de l'environnement, mais au contraire, ils lui nuisent avec leur production²⁹. Ils portent préjudice également aux entreprises véritablement impliquées dans le développement durable et d'autres initiatives de *Responsabilité Sociétale des Entreprises* (RSE) efficaces³⁰.

²⁴ List of vegan labels. *Vegan Official Labels*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021] <http://vegan-labels.info>

²⁵ Qu'est ce que la cosmétique végan? *Pulpe de vie*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021] <https://www.pulpedevie.com/blog/engagees-pour-la-planete/quest-ce-que-la-cosmetique-vegan/>

²⁶ VEGAN SOCIETY (UK). *Vegan Official Labels*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021] <http://vegan-labels.info/vegan-society/>

²⁷ Vegan. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/vegan/>

²⁸ Définition du greenwashing. *Youmatter*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021] <https://youmatter.world/fr/definition/greenwashing-definition-cest-quoi-le-greenwashing/>

²⁹ Je to greenwashing, nebo ne? Pět zelených strategií, kterými firmy matou. *StartupJobs*. [En ligne]. [Consulté le 25 janvier 2021] <https://www.startupjobs.cz/newsroom/je-to-greenwashing-nebo-ne-tady-je-5-aktivit-na-ochranu-prirodu-na-kterych-si-to-predvedeme>

³⁰ Définition du greenwashing. *Youmatter*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021] <https://youmatter.world/fr/definition/greenwashing-definition-cest-quoi-le-greenwashing/>

Ce terme est composé des mots green comme vert et « *brainwashing* », ce qui signifie le lavage de cerveau. En 1990, il a été créé par des *Organisations non gouvernementales* (ONG) qui s'opposent à ces entreprises. En France, il y a même des organisations qui luttent contre eux, comme l'*Autorité de régulation professionnelle de la publicité* (ARPP) ou l'*Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie* (ADEME)³¹. Par conséquent, il est nécessaire d'être attentif et vérifier davantage les informations que nous voyons sur l'étiquette³².

1.4 La certification de cosmétique bio

L'objectif de la certification est de savoir si l'entreprise respecte les règles de l'agriculture biologique et même s'assurer de l'authenticité des produits³³. Et alors, ils existent les labels sur les produits qui assurent les cosmétiques bio³⁴. Étant donné qu'il existe plus de marques de certification pour la cosmétique bio, nous présentons celles qui sont les plus couramment utilisées³⁵.

1.4.1 Ecocert

Le premier à présenter est la célèbre marque « *Ecocert* ». Il s'agit de l'une des plus grandes sociétés internationales de certification qui a été fondée en France en 1991. Actuellement, plus de 70 % des producteurs bio en France disposent de cette certification et l'entreprise est également présente dans plus de 80 pays. Pour obtenir cette marque de certification, il faut que les produits contiennent au moins 95% de substances naturelles. Il est nécessaire de respecter les conditions de production, les conditions d'hygiène, l'écologie, la clarté sur l'étiquette, mais aussi la recyclabilité des emballages.

³¹ Définition du greenwashing. *Youmatter*. [En ligne]. [Consulté le 25 janvier 2021] <https://youmatter.world/fr/definition/greenwashing-definition-cest-quoi-le-greenwashing/>

³² Greenwashing: Jak se neekologické firmy lakuji na zeleno? *Flowee*. [En ligne]. [Consulté le 26 janvier 2021] <https://www.flowee.cz/planeta/77-archiv-2017/eco/zivotni-prostredi/3261-greenwashing-jak-se-neekologicke-firmy-lakuji-na-zeleno>

³³ Úvod do ekologického zemědělství. *Ekologické zemědělství*. URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA, Praha: MŽP, 2003, p. 26

³⁴ *Créez vos cosmétiques bio*. HAMPIKIAN Sylvie, Mens : Terre Vivante, 2007, p. 15

³⁵ Co je biokosmetika. *Zdraví online* [En ligne]. [Consulté le 26 janvier 2021] <https://www.zdravionline.cz/clanek/Co-je-biokosmetika>

Il existe deux types de labels *Ecocert*, qui dépendent du nombre de matières premières utilisées en qualité biologique. Pour obtenir *Ecocert Organic Cosmetic*, le produit doit contenir au moins 95% d'ingrédients d'origine végétale et naturelle et la proportion minimale d'ingrédients biologiques est de 10%. À la différence de *Ecocert Natural Cosmetic*, où la proportion d'ingrédients naturels nécessaires est plus faible, car en termes d'origine végétale, 50% suffisent et dans le cas des ingrédients bio, seulement 5%. Nous pouvons voir cette certification, par exemple, chez les marques de cosmétiques *Natura Siberica* ou *Urtekram*³⁶.



Image 2 - La certification de la société Ecocert³⁷

1.4.2 CPK bio

Une autre marque de certification importante est CPK, qui est tchèque. Cette abréviation se traduit comme la cosmétique naturelle certifiée (en tchèque *Certifikovaná přírodní kosmetika*). Pour l'obtenir, il faut accomplir le critère de 20% de produits qui sont issus de l'agriculture biologique. Celui qui la décerne est un organisme d'inspection KEZ appelé le Contrôle de l'Agriculture Biologique (en tchèque *Kontrola ekologického zemědělství*). Comme pour les autres certificats étrangers, la priorité est la recyclabilité des emballages, mais aussi l'acceptabilité écologique. En aucun cas les OGM, les dérivés pétroliers, les colorants artificiels, les produits chimiques synthétiques ainsi que les substances d'origine animale sont autorisés. Les exceptions sont la lanoline, le miel et le lait. Ce certificat peut être trouvé, par exemple, chez la marque de cosmétiques *Annabis*³⁸.

³⁶ ECOCERT. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 28 janvier 2021]

<https://encyklopedie.bioooo.cz/certifikaty/ecocert/>

³⁷ ECOCERT. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 28 janvier 2021]

<https://encyklopedie.bioooo.cz/certifikaty/ecocert/>

³⁸ CPK BIO. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021]

<https://encyklopedie.bioooo.cz/certifikaty/cpk-bio/>



Image 3 - La certification de la société Certifikovaná přírodní kosmetika³⁹

1.4.3 Natrue

Il existe également une organisation internationale à but non lucratif bien connue appelée *Natrue*, connue même sous le nom *True Friends of Natural and Organic Cosmetics*⁴⁰. Elle est basée à Bruxelles et a été fondée en 2008⁴¹. Avec son logo, il est garanti que les cosmétiques répondent aux normes les plus élevées et de haute qualité, car ils doivent être à 75% naturels. Ce label diffère des autres par la durée de validité car il n'est valable que 2 ans et pour son renouvellement, le contrôle est à nouveau effectué. La marque bien connue des porteurs de ce logo est *Weleda*⁴².



Image 4 - La certification de la société Natrue⁴³

1.4.4 Charte Cosmebio

La certification *Charte Cosmebio* est décernée par l'association française et nous pouvons la voir principalement chez les produits français et danois. Pour que les cosmétiques

³⁹ CPK BIO. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021]

<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cpk-bio/>

⁴⁰ NATRUE. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021]

<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/natrue/>

⁴¹ NATRUE. *2 nature*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021] <https://2nature.cz/natrue>

⁴² NATRUE. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021]

<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/natrue/>

⁴³ NATRUE. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021]

<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/natrue/>

soient certifiés, les conditions basées sur les normes Ecocert doivent être remplies. Selon la quantité de matières premières biologiques utilisées, la certification est divisée en deux types : la marque verte et bleue. Dans le cas de la marque verte, les cosmétiques contiennent au moins 95% de plantes en qualité biologique et au moins 10% de la structure totale est en qualité biologique. En revanche, pour la marque bleue, seuls 50% des plantes en qualité bio sont suffisantes, et pour la quantité totale en bio, 5% suffisent⁴⁴. Nous pouvons voir ce logo, par exemple, chez la marque de cosmétiques *Acorelle*⁴⁵.



Image 5 - La certification de la société Charte Cosmebio (la marque verte)⁴⁶



Image 6 - La certification de la société Charte Cosmebio (la marque bleue)⁴⁷

1.4.5 Soil Association

Une autre société de certification bien connue est *Organic Soil Association*, qui est britannique. Ce nom est traduit comme l'association pour les terres biologiques. Plus de 70% des produits bio portent ce logo en Grande-Bretagne. Pour son acquisition, il est nécessaire de contenir 70% de produits bio mais aussi d'autres conditions strictes pour le stockage,

⁴⁴ COSMEBIO. *BIONeeds*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]
<https://www.bionneeds.cz/certifikaty/cosmebio/>

⁴⁵ COSMETIQUE BIO - CHARTE COSMEBIO. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cosmetique-bio---charte-cosmebio/>

⁴⁶ COSMETIQUE BIO - CHARTE COSMEBIO. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cosmetique-bio---charte-cosmebio/>

⁴⁷ COSMETIQUE BIO - CHARTE COSMEBIO. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cosmetique-bio---charte-cosmebio/>

l'emballage ou la méthode de fabrication. Par exemple, la marque de cosmétiques pour le maquillage *Uoga Uoga* porte ce logo⁴⁸.



Image 7 - La certification de la société Soil Association⁴⁹

1.4.6 BDIH

La certification qui se classe parmi les plus anciennes et les plus utilisées est la marque allemande Bundesverband Deutscher Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und kosmetische Mittel e.V (BDIH). Une société à but non lucratif basée à Mannheim dont l'objectif principal est de formuler des cosmétiques naturels afin qu'ils soient les plus compréhensibles possibles pour le client. Elle essaie même d'unifier les normes pour maintenir une concurrence loyale. Une importance est accordée à l'acceptabilité écologique, aux matériaux d'emballage, mais aussi à la protection des animaux. Nous pouvons voir cette marque de fabrication chez les produits de la marque Sante⁵⁰.



Image 8 - La certification de la société BDIH⁵¹

⁴⁸ ORGANIC SOIL ASSOCIATION. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/organic-soil-association/>

⁴⁹ ORGANIC SOIL ASSOCIATION. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/organic-soil-association/>

⁵⁰ BDIH. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/bdih/>

⁵¹ BDIH. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/bdih/>

1.4.7 Cosmos

La certification *Cosmos* a été créée par la fusion de grands organismes de certification européens – *Ecogarantie*, *ICEA (Istituto per la Certificazione Etice e Ambientale)*⁵², *BDIH*, *Ecocert*, *Soil Association* et *Cosmebio*. Leur intérêt commun a été d’unifier les normes existantes pour les cosmétiques biologiques et naturels et finalement, la norme a été créée à la fin de l’année 2014. Grâce aux produits sur lesquels cette marque apparaît, le consommateur est sûr qu’elle répond aux normes de la plus haute qualité. Il y a deux niveaux de cette certification : *Cosmos natural* et *Cosmos organic*. Pour les deux, la chimie synthétique ne doit pas faire partie des produits. En ce qui concerne *Cosmos organic*, les cosmétiques doivent contenir au moins 95% de matières premières bio et, en plus, ces 95% doivent représenter 20% du poids total⁵³.



Image 9 - La certification de Cosmos⁵⁴

Par conséquent, pour pouvoir obtenir tous ces certificats, il est important que les produits ne contiennent pas de substances nocives et synthétiques, que tous les ingrédients soient d’origine naturelle, que les produits ne soient pas testés sur les animaux et que le soin de la nature soit également pris en compte⁵⁵.

1.5 Les avantages et les inconvénients de la cosmétique bio

Si nous nous concentrons sur les avantages de la cosmétique bio, l’un d’eux est avant tout sa composition et alors les vitamines, les ingrédients hydratants ou les antioxydants. Comme les produits ne contiennent aucune chimie synthétique, ils conviennent aux peaux

⁵² ICEA. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/icea/>

⁵³ COSMOS. *Alepiac*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://www.alepiacz.cz/certifikaty/cosmos/>

⁵⁴ COSMOS. *Alepiac*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://www.alepiacz.cz/certifikaty/cosmos/>

⁵⁵ CERTIFIKÁTY. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 1 février 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/>

sensibles. Par exemple, ils sont idéals pour les personnes atteintes d'eczéma atopique⁵⁶. Nous retrouvons dans ces cosmétiques des beurres végétaux et des huiles végétales, qui hydratent la peau et donc, ils lui fournissent une nutrition. Ensuite, ils ne contiennent pas d'odeurs fortes avec lesquelles les personnes tels que les asthmatiques peuvent avoir des problèmes. Avec les cosmétiques bio, la peau respire mieux par rapport aux produits classiques, où la peau respire mal et par conséquent, les pores sont obstrués. Un autre point positif est qu'ils ne sont pas testés sur les animaux et en les utilisant, nous protégeons l'environnement car les processus de production sont écologiques ainsi que l'emballage des produits qui est recyclable⁵⁷.

Quant aux inconvénients, il y a un risque de réaction allergique car toutes les peaux ne résistent pas au bio et par rapport aux produits classiques, les effets chez les bio sont plus lents. Ainsi, pour éviter ces problèmes, il est nécessaire d'essayer d'abord les produits sur des parties plus petites de la peau. Les cosmétiques doivent également être consommés le plus tôt possible, car la durée de conservation est plus courte qu'avec les cosmétiques conventionnels en raison du manque des éléments conservateurs⁵⁸. Le prix peut également être un inconvénient, car une qualité supérieure coûte plus cher⁵⁹.

⁵⁶ Výhody BIO kosmetiky. *BIO kosmetika*. [En ligne]. [Consulté le 1 février 2021] <https://biokosmetika.wordpress.com/2013/05/04/vyhody-bio-kosmetiky/>

⁵⁷ LES 10 AVANTAGES DES COSMÉTIQUES BIO ET DU MAQUILLAGE BIO. *Aromatic provence*. [En ligne]. [Consulté le 2 février 2021] <https://www.aromatic-provence.com/content/33-les-10-avantages-des-cosmetiques-bio-et-du-maquillage-bio->

⁵⁸ Les avantages et les inconvénients des produits cosmétiques Bio. *Produit cosmétique*. [En ligne]. [Consulté le 2 février 2021]

<https://www.produit-cosmétique.com/les-avantages-et-les-inconvenients-des-produits-cosmetiques-bio/>

⁵⁹ Výhody BIO kosmetiky. *BIO kosmetika*. [En ligne]. [Consulté le 2 février 2021]

<https://biokosmetika.wordpress.com/2013/05/04/vyhody-bio-kosmetiky/>

2 La cosmétique bio en France et en République tchèque

Dans ce chapitre, nous nous concentrons sur les marchés concrets de la cosmétique bio - le marché tchèque et français. Nous présentons l'histoire de l'agriculture biologique dans les deux pays et nous examinons la situation actuelle sur le marché. Nous recherchons la gamme de produits proposés dans les deux pays, les marques populaires, mais aussi la satisfaction de la part des clients pour découvrir les différences éventuelles entre les deux pays.

2.1 Le marché tchèque

L'agriculture biologique a commencé à être mentionné en Tchécoslovaquie entre les années 1985 et 1987 dans des revues professionnelles. En cette période, les gens s'intéressent de plus en plus à leur santé, parce que par exemple la littérature interdite indique une augmentation du nombre de cancers et une faible espérance de vie. Les fondations du système écologique sont introduites en République tchèque avant la révolution en 1989 par les agriculteurs eux-mêmes qui ont réagi aux inconvénients de la grande production agricole et qui ont repris les informations étrangères sur l'agriculture biologique⁶⁰. Vers 1990, les premières subventions financières sont accordées aux entreprises biologiques, grâce à des associations qui ont réuni des agriculteurs biologiques - *Ministère de l'agriculture de la République tchèque*, *Association Libera* et *Association PRO-BIO*. Ces subventions ont entraîné jusqu'en 1992 une augmentation des surfaces écologiques jusqu'à 15000 hectares. Avec le temps, ce type de production a augmenté de la même façon que les connaissances de l'agriculture écologique chez les consommateurs. L'aide internationale a également été impliquée dans le développement. Il s'agit par exemple de l'aide de la *Fondation allemande Heinrich Boll* publiant des livres sur l'agriculture biologique, ou de l'association suisse apportant un soutien financier et éducatif. La dernière étape importante a été la création d'une organisation de contrôle indépendante appelée *KEZ*, qui garantit le respect de règles strictes pour l'agriculture biologique⁶¹.

L'organisation *KEZ* a été fondée en 1999 et il s'agit de la première organisation accréditée tchèque de certification et de contrôle. Elle a été créée par *l'Association des*

⁶⁰ Ekologické zemědělství v České republice. *Ekologické zemědělství*. URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA, Praha: MŽP, 2003, p. 35 - 36

⁶¹ Vývoj ekologického zemědělství v ČR od roku 1990. *Envi Web*. [En ligne]. [Consulté le 14 février 2021] <http://www.enviweb.cz/39281>

conseillers en agriculture biologique EPOS, l'Association des producteurs et transformateurs d'aliments biologiques PRO-BIO et la Fondation pour l'agriculture biologique FOA⁶² et cette organisation à but non lucratif décerne par exemple un certificat tchèque CPK qui a été fondé en 2007⁶³.

Si nous nous orientons vers les cosmétiques naturels en République tchèque, nous constatons un intérêt croissant et surtout depuis 2015, lorsque de plus en plus de fabricants ont commencé à lancer les produits naturels sur le marché tchèque. Depuis ce temps-là, les Tchèques commencent à réfléchir davantage à la composition des cosmétiques et rejettent les substituts chimiques synthétiques⁶⁴.

Comme il existe déjà plusieurs marques de cosmétiques bio tchèques, nous avons choisi celles qui nous sont les plus proches et qui sont devenues populaires parmi les autres. Par la suite, nous présentons six marques à succès en République tchèque que nous observons plus en détail en termes d'informations de base, d'histoire, de qualité et de satisfaction client. Pour l'analyse des opinions des consommateurs, nous utilisons le plus grand portail Internet d'achat tchèque : *Heureka*.

2.1.1 Saloos

Saloos a été créé en 1993 et a d'abord été nommé *M+H (Miča a Harašta)*. Il s'est fait connaître sur le marché tchèque principalement grâce aux huiles essentielles 100% naturelles pour les brûleurs à huile. Progressivement, la gamme s'est enrichie d'huiles corporelles, de massage et d'autres produits pour le soin de tout le corps. L'entreprise s'est intéressée aux recettes naturelles pures, de nouveaux produits ont été introduits et ils ont finalement introduit la production de cosmétiques bio certifiés. Cette société a été la première en République tchèque à obtenir le certificat *CPK bio* en 2007.

Leur objectif principal est la meilleure qualité possible du produit et pour y parvenir, ils utilisent du beurre de karité biologique médicinal, des huiles essentielles 100% pures ou des huiles végétales biologiques, qui sont pressées à froid. Ces ingrédients donnent au corps les effets bénéfiques des herbes et contiennent des parfums.

⁶² Kdo jsme. KEZ. [En ligne]. [Consulté le 18 février 2021] <https://www.kez.cz/nabidka-sluzeb>

⁶³ CPK. BIOOO.CZ. [En ligne]. [Consulté le 18 février 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cpk/>

⁶⁴ Stále oblíbenější a kvalitnější české značky s přírodní kosmetikou. *Novinky.cz*. [En ligne]. [Consulté le 14 février 2021] <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/stale-oblubenejsi-a-kvalitnejsi-ceske-znacky-s-prirodni-kosmetikou-40328433>

Si nous nous concentrons sur des ingrédients que les cosmétiques de cette marque ne contiennent pas, ce sont des colorants et conservateurs artificiels, des produits pétroliers tels que des huiles minérales, des parfums synthétiques, et bien sûr ils ne sont pas testés sur les animaux⁶⁵.

Lors de la recherche d'avis sur cette marque, nous avons constaté que les avis positifs prédominent. Les clients sont principalement satisfaits de l'arôme agréable des huiles essentielles, du prix des produits ou de la qualité des produits. Ils les apprécient même dans le traitement du rhume et de l'eczéma atopique. Les critiques négatives se reflètent principalement dans l'emballage des produits en termes de doseurs et de manipulation plus complexe⁶⁶.



Image 10 - Le logo de Saloos⁶⁷

2.1.2 Nobilis Tilia

Depuis sa création en 1994, la société *Nobilis Tilia* est spécialisée dans la production de cosmétiques d'aromathérapie et au début de son développement son nom a été *Nobela*. Enfin, la marque a été renommée *Nobilis Tilia*, ce qui signifie *Krásná Lípa*, une ville qui se trouve dans la zone naturelle de la Suisse bohémienne. Cette ville a été également le siège social jusqu'en 2003. Puis il y a eu un déménagement dans une autre ville - *Vlčí Hora*. L'idée principale de leur travail est d'intégrer l'homme dans l'existence des systèmes vivants sur la planète.

Plus tard, cette société a commencé à se développer et à s'étendre à l'étranger. Par exemple, au Japon, en France ou en Angleterre. Elle ne vend pas seulement ses propres cosmétiques, mais propose également des matières premières à partir desquelles nous pouvons

⁶⁵ Saloos. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 21 février 2021]

<https://www.biooo.cz/znacky/saloos/>

⁶⁶ Recenze Saloos. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 22 février 2021]

<https://www.heureka.cz/znacky/saloos/recenze/>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

⁶⁷ Saloos. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 22 février 2021]

<https://www.biooo.cz/znacky/saloos/>

créer nos propres cosmétiques de qualité biologique, telles que des huiles végétales ou essentielles. Par conséquent, elle dispose de son propre laboratoire pour vérifier la sécurité de ses cosmétiques, mais aussi leur efficacité.

Ces cosmétiques ne contiennent qu'une seule matière première animale, la cire d'abeille et ils rejettent les autres matières premières animales ainsi que les tests sur les animaux. Aucun synthétique et conservateur n'est utilisé et les matières premières sont issues de l'agriculture biologique. Si la conservation est nécessaire, ils disposent d'un système propre de conservation qui est utilisé⁶⁸. En tant qu'entreprise soucieuse de l'écologie, *Nobilis Tilia* possède une station d'épuration et recycle les déchets⁶⁹.

Les cosmétiques sont évalués principalement positivement et parfois nous trouvons également des avis négatifs. Les clients louent l'odeur agréable des produits, leur qualité, mais aussi les effets hydratants. Ils mentionnent également positivement les cosmétiques pour enfants ou les grands effets sur le rhume et les maladies telles que l'eczéma atopique. Par contre, certains ne sont pas entièrement satisfaits du prix et certains aussi de la trop petite contenance des emballages⁷⁰.



Image 11 - Le logo de Nobilis Tilia⁷¹

2.1.3 Purity Vision

Purity Vision se caractérise principalement par le fait qu'elle essaie de combiner les méthodes traditionnelles avec les méthodes modernes⁷². Elle a été fondée en 2008 et s'efforce

⁶⁸ Nobilis Tilia. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 23 février 2021] https://www.biooo.cz/znacky/nobilis_tilia/

⁶⁹ Nobilis Tilia. *Econea*. [En ligne]. [Consulté le 23 février 2021] <https://www.econea.cz/nobilis-tilia/>

⁷⁰ Recenze Nobilis Tilia. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 24 février 2021] <https://www.heureka.cz/znacky/nobilis-tilia/recenze/>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

⁷¹ Nobilis Tilia. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 23 février 2021] https://www.biooo.cz/znacky/nobilis_tilia/

⁷² Purity Vision. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 28 février 2021] https://www.biooo.cz/znacky/purity_vision/

de rendre les produits accessibles à tous en termes de prix, et tout en conservant la meilleure qualité de produit possible. Cette entreprise est impliquée dans divers projets sociaux et suit les innovations de nutrition et de soins de santé. Ses fondateurs ont cherché l'inspiration lors de voyages à travers le monde et c'est pourquoi ils essaient de visiter régulièrement les pays d'où proviennent les produits. Après l'obtention de ces produits, le développement des technologies suit afin de maintenir la plus haute qualité. En ce qui concerne les matières premières, elles sont obtenues grâce à la coopération avec les agriculteurs individuels.

Leur tout premier produit était l'huile de coco vierge et ce produit est également toujours proposé. Nous pouvons le trouver dans plusieurs variantes, comme classique ou avec un emballage des Philippines, mais aussi avec des déclinaisons différentes de quantité.

Elle pense aussi à l'environnement et essaie de rendre les procédures, tant en préparation qu'en vente, respectueuses de l'environnement. Elle s'efforce d'être écologique à tous égards. Par exemple, les employés prennent le vélo pour aller au travail ou l'emballage du produit est réutilisé et recyclable. Les produits sont testés sur l'homme, ils rejettent donc les tests sur les animaux et les produits eux-mêmes ne contiennent pas de substances animales⁷³.

Pour cette marque, nous n'avons pas trouvé autant d'avis que pour les précédents. Nous avons donc choisi un produit spécifique et vérifié son évaluation. Mais ce sont surtout les positifs qui prévalent. Les clients apprécient avant tout l'odeur agréable, la bonne hydratation ou la qualité⁷⁴.



Image 12 - Le logo de Purity Vision⁷⁵

2.1.4 Havlíkova přírodní apotéka

La société cosmétique biologique tchèque *Havlíkova přírodní apotéka* a été créée en 2014 et sa fondatrice est Zuzana Krejčí, qui ramassait des herbes et faisait des onguents quand elle était petite fille. Elle a également collecté, par exemple, des herbiers ou des livres spécialisés sur les herbes et à l'âge adulte, elle s'est particulièrement intéressée aux cosmétiques

⁷³ O nás. *Purity Vision*. [En ligne]. [Consulté le 28 février 2021] <https://www.purityvision.cz/stranka/o-nas>

⁷⁴ Purity Vision Růžová voda 250 ml. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021] <https://pripravky-na-cistenipleti.heureka.cz/purity-vision-ruzova-voda-250-ml/#recenze/verified/3>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

⁷⁵ Purity Vision. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021] https://www.biooo.cz/znacky/purity_vision/

de soin de la peau, car peu de produits lui convenaient. Dès qu'elle a découvert le contenu chimique des produits individuels, elle s'est effrayée et a décidé de fabriquer ses propres produits cosmétiques.

La société se concentre sur l'histoire des herbes qui avaient autrefois des effets curatifs, sur les matières premières organiques et sur la qualité avec l'aide de la science moderne. Les herbes exotiques sont obtenues auprès de producteurs certifiés et d'autres sont cultivées dans les propres éco-jardins de l'entreprise. L'entreprise utilise également du miel d'abeille biologique issu de l'apiculture dans les Tatras slovaques. Le moment approprié pour la collecte des herbes est également important, car toutes les herbes n'ont pas la plus grande puissance en même temps. Leur premier produit était un onguent appelé « *Un miracle naturel* ». Sa préparation s'inspire de l'Égypte ancienne et des procédures d'embellissement utilisant des produits et des huiles d'abeille⁷⁶.

Quant à l'évaluation, les clients apprécient le parfum herbacé agréable des produits ou la consistance des produits. Ils aiment également que la peau ne graisse pas après utilisation, l'efficacité et aussi le fait qu'une petite quantité suffit. Les critiques négatives concernent principalement le prix par rapport à la quantité de produits ou à l'odeur, ce qui ne convient pas à tout le monde⁷⁷.



Image 13 - Le logo de Havlíkova přírodní apotéka⁷⁸

2.1.5 Cannaderm

La marque Cannaderm a été fondée par la société CANNABIS Pharma-derm en 2002, spécialisée dans le développement et la production de produits cosmétiques de qualité. Le contenu des produits de ces cosmétiques est de l'huile de chanvre, ce pourquoi elle est

⁷⁶ O apotéce. *HAVLÍK APOTEKA R. 1928*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021]

<https://havlikovaapoteka.cz/cs/o-apotece>

⁷⁷ Recenze Havlíkova přírodní apotéka. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021]

<https://www.heureka.cz/znacky/havlikova-prirodni-apoteka/recenze/>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

⁷⁸ Značka české bio kosmetiky Havlíkova přírodní apotéka. *Nu springblog*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021]

<https://www.nuspring.cz/blog/znacka-ceske-bio-kosmetiky-havlikova-prirodni-apoteka/>

connue. Plus tard en 2014, la marque a été reprise par l'entreprise *Simply You Pharmaceuticals*, une société qui développe et distribue des cosmétiques pharmaceutiques. Sur la plupart des produits, nous pouvons remarquer que la marque possède le logo *CPK bio*, qu'elle utilise depuis 2011.

La gamme de ses produits est vraiment large et ils sont fabriqués en République tchèque en utilisant des technologies qui répondent aux normes strictes pour la production des cosmétiques. Les consommateurs achètent principalement ceux qui les aident dans le traitement des problèmes de santé tels que l'herpès, les aphtes, le psoriasis ou l'eczéma atopique et apportent un soulagement. Quant au produit le plus populaire, il s'agit d'onguent en chanvre appelé *Mentholka*. Ce gel rafraîchissant est spécialement destiné aux sportifs ou aux personnes âgées qui ont un problème de mal de dos ou de fatigue musculaire⁷⁹.

En ce qui concerne les avis sur les produits, les clients sont satisfaits du soulagement que les produits apportent aux douleurs musculaires et dorsales. L'onguent chauffant appelé *Thermolka* et son efficacité est l'un des produits les mieux évalués. Ils apprécient également l'efficacité des problèmes de peau tels que l'eczéma ou l'acné. Le shampooing antipelliculaire a également reçu une évaluation positive, concernant l'efficacité et la résolution des problèmes des démangeaisons cutanées. Les opinions négatives sont principalement dues au prix plus élevé des produits et, il y a des gens qui n'aiment pas les produits en raison de l'apparition de réactions allergiques⁸⁰.



Image 14 - Le logo de Cannaderm⁸¹

⁷⁹ O Cannadermu. *Cannaderm*. [En ligne]. [Consulté le 3 mars 2021] <https://www.cannaderm.cz/o-nas>

⁸⁰ Recenze Cannaderm. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 8 mars 2021] <https://www.heureka.cz/znacky/cannaderm/recenze/>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

⁸¹ Cannaderm. *CPKshop*. [En ligne]. [Consulté le 9 mars 2021] https://www.cpkshop.cz/CANNADERM-c20_0_1.htm

2.1.6 Bebutter

La société de cosmétiques *Bebutter* appartient à une société appelée *Aromatica* qui se spécialise dans la production de produits à base d'herbes⁸². *Bebutter* est relativement nouvelle sur le marché car elle a été créée en 2017. Tout au début, la gamme de produits contenait 13 produits et sous 3 formes différentes : les beurres solides, beurres fouettés et crèmes. Le succès est venu déjà après six mois d'existence grâce à l'obtention de la première place en soins corporels pour le beurre de lavande fouetté au festival des cosmétiques naturels *Green Beauty Market*. Depuis ce temps-là, les produits sont devenus populaires sur le marché tchèque. Après un an d'existence, de plus petites quantités de produits ou des éditions limitées, comme la noix de coco fouettée, ont également commencé à être proposées. À l'avenir, *Bebutter* souhaite élargir encore sa gamme de produits pour tout le corps⁸³.

Cette marque détient la certification *CPK bio*. Les cosmétiques ne contiennent pas par exemple de colorants synthétiques, de silicones, de filtres UV chimiques, d'OGM ou de substances aromatiques synthétiques. Lors de l'obtention des matières premières, les créateurs pensent à l'environnement, à la protection des animaux et des espèces végétales. Les huiles essentielles naturelles sont utilisées pour le parfum⁸⁴.

Quant à l'évaluation, il n'y a pas beaucoup d'avis en raison d'une marque relativement nouvelle sur le marché tchèque. La grande majorité des opinions sont positives. Les clients sont satisfaits de la qualité des produits, du prix inférieur à d'autres marques et également de la conception de l'emballage⁸⁵.



Image 15 - Le logo de Bebutter⁸⁶

⁸² Náš příběh. *Aromatica*. [En ligne]. [Consulté le 9 mars 2021] <https://www.aromatica.cz/nas-pribeh/>

⁸³ Náš příběh. *Bebutter*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021] <https://www.bebutter.cz/nas-pribeh/>

⁸⁴ Certifikace. *Bebutter*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021] <https://www.bebutter.cz/certifikace/>

⁸⁵ Bebutter. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021] <https://obchody.heureka.cz/bebutter-cz/recenze/>
L'analyse des avis a été réalisée par nous.

⁸⁶ Bebutter. *Česká biokosmetika*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021]

<https://www.ceska-biokosmetika.cz/znacka/bebutter/>

2.2 Le marché français

Les débuts de l'agriculture biologique en France sont notés entre les années 50 et 60. Il s'agit d'une réaction aux augmentations chimiques et techniques de la production agricole. L'impulsion a été le système agricole écologique de la partie germanophone de l'Europe et des pays anglo-saxons et les principaux acteurs en France sont devenus les associations *Lemaire-Boucher* et *Nature et Progrès*.

Dans les années 1950, une méthode agrobiologique appelée *Lemaire-Boucher* a été créée par les professeurs Raoul Lemaire et Jean Boucher. Cette méthode a été utilisée sur la côte bretonne et se caractérise par l'utilisation de l'algue *Lithothamnium calcareum* comme un engrais pour améliorer la qualité des sols, ou en étant intégré au labour jusqu'à un maximum de 15 cm. Une autre méthode est la méthode Claude Aubert, qui est née dans les années 1960 et correspond à la description générale de l'agriculture biologique qui est soutenue par l'association *Nature et Progrès*. L'association a également été à l'origine de la création de l'organisation internationale IFOAM en 1972⁸⁷ qui exerce diverses activités liées à la production et au traitement biologiques⁸⁸.

En France, il existe l'*Institut National de l'Origine et de la qualité* (INAO) qui agréé les organismes certificateurs⁸⁹. Il s'agit d'un établissement public administratif qui est sous tutelle du *Ministère de l'agriculture et de la pêche*⁹⁰ et il est « chargé de la mise en œuvre de la politique française relative aux signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et agroalimentaires »⁹¹. Les organismes certificateurs français sont par exemple *Qualisud*, *Ecocert*, *Certis* ou *Certipaq BIO*⁹². L'INAO assure aussi par exemple la

⁸⁷ Ekologické zemědělství v České republice. *Ekologické zemědělství*. URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA, Praha: MŽP, 2003, p. 33 - 34

⁸⁸ IFOAM France. *IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.ifoam.bio/about-us/our-network/national-groups/ifoam-france>

⁸⁹ Les organismes certificateurs. *Agence BIO*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.agencebio.org/profil/pages-communes/les-organismes-certificateurs-en-france/>

⁹⁰ Institut national de l'origine et de la qualité (INAO). *Data.gouv.fr*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.data.gouv.fr/fr/organizations/institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite-inao/>

⁹¹ Institut national de l'origine et de la qualité. *Institut national de l'origine et de la qualité*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.inao.gouv.fr/Institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite>

⁹² Les organismes certificateurs. *Agence BIO*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.agencebio.org/profil/pages-communes/les-organismes-certificateurs-en-france/>

protection et la défense de la marque *Agriculture Biologique* qui est connue de 97 % des Français (AB). Mais en ce qui concerne l'utilisation, ce sont les organismes de certification qui autorisent l'utilisation de ce logo sur les produits. AB est un logo bio européen qui indique les produits 100 % bio ou qui contiennent au moins 95 % de produits qui sont issus de l'agriculture biologique⁹³.



Image 16 - Le logo de l'Agriculture Biologique⁹⁴

Les cosmétiques bio en France sont de plus en plus utilisés par les consommateurs, comme le confirme une étude réalisée par Cosmébio en 2020. Selon cette étude, l'intérêt pour le bio est en augmentation. En 2020, 50 % des Français achetaient des cosmétiques bio, alors qu'en 2016 ce n'était que 31 % des Français. Il a également été constaté que 45 % achètent leur premier produit bio dans un supermarché, 12 % dans les pharmacies et parapharmacies, 11 % via Internet et environ 7 % en parfumeries.

Actuellement, même avec la crise sanitaire liée à la pandémie de *Covid-19*, ces produits sont de plus en plus recherchés parmi les Français pour la santé humaine mais aussi pour protéger l'environnement. Dans l'ensemble, il est enregistré un énorme développement dans la cosmétique bio au cours des 5 dernières années, et un Français sur deux achète régulièrement ces produits. Cependant, à mesure que la demande pour les cosmétiques biologiques augmente, le problème du *greenwashing* augmente également où les fabricants trompent les clients en promouvant une forte proportion d'ingrédients naturels, mais non biologiques⁹⁵. La demande croissante a incité aussi les entreprises, comme par exemple *Garnier*, à ajouter les produits bio dans sa gamme de produits. La croissance est attribuée à

⁹³ Utiliser les logos. *Agence BIO*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <http://www.agencebio.org/vos-outils/utiliser-les-logos/>

⁹⁴ Utiliser les logos. *Agence BIO*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <http://www.agencebio.org/vos-outils/utiliser-les-logos/>

⁹⁵ Un Français sur deux achèterait des cosmétiques bio. *Fashion Network*. [En ligne]. [Consulté le 13 mars 2021] <https://fr.fashionnetwork.com/news/Un-francais-sur-deux-acheterait-des-cosmetiques-bio,1248070.html>

l'expansion des canaux de distribution, les publicités ou aussi l'augmentation de la capacité de dépense des consommateurs⁹⁶.

Étant donné que le marché français contient également d'innombrables marques de cosmétiques biologiques bien connues, nous en avons choisi six marques qui nous sont plus proches et populaires. Pour les marques individuelles, nous examinerons également les informations de base, leur histoire, leur qualité ainsi que les opinions des clients. Nous avons choisi deux portails d'évaluation *Avis-Véifiés* et *Monde Bio* pour analyser la satisfaction client.

2.2.1 Coslys

La marque française *Coslys* a été fondée en 2003 dans la ville de Somloire. Si nous nous concentrons sur l'histoire de cette marque, il faut mentionner le nom Jeanine Gabory. Une femme qui a déployé une allergie causée par des détergents chimiques et qui s'est occupée des conséquences des produits hydrocarbonés sur la peau, mais aussi sur l'environnement. Par conséquent, elle s'est intéressée aux ingrédients à base de plantes et en 1985, elle a créé ses propres produits de nettoyage ainsi que des cosmétiques naturels. Cette période est également liée à la création du *Comptoir des lys*, qui traite la fabrication et la commercialisation de produits à base végétale. L'histoire se poursuit également avec son fils Samuel Gabory, qui a participé à la création du cahier des charges de l'association *Cosmébio* garantissant la composition des cosmétiques bio. Et alors, *Coslys* a été l'une des premières marques de cosmétiques bio à proposer des produits efficaces et respectueux de l'environnement et de l'homme. De nos jours, il s'agit de produits d'hygiène qui sont certifiés et bio⁹⁷.

L'entreprise possède ses propres jardins dans sa ferme à Somloire, où sont cultivées les plantes qui sont utilisées dans la fabrication des cosmétiques. Elle propose des produits pour le corps, les cheveux, le visage mais aussi pour l'hygiène intime et bucco-dentaire. En ce qui concerne les produits, la quantité minimale d'ingrédients naturels doit être de 95 % et les parfums 100 % d'origine naturelle⁹⁸. Les valeurs de *Coslys* incluent la consommation et la

⁹⁶ Le marché de la cosmétique bio en pleine croissance en 2020. *CNEWS*. [En ligne]. [Consulté le 13 mars 2021] <https://www.cnews.fr/conso/2020-10-14/le-marche-de-la-cosmetique-bio-en-pleine-croissance-en-2020-1007814>

⁹⁷ Notre histoire. *Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.coslys.fr/la-marque/notre-histoire/>

⁹⁸ Coslys, votre partenaire beauté bio au quotidien. *Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.coslys.fr/la-marque/notre-marque-coslys-votre-partenaire-beaute-bio-au-quotidien/>

production de manière responsable, des partenaires pour la mise en œuvre de projets environnementaux, la réduction des déchets ou une énergie propre⁹⁹.

Coslys est l'une des marques de cosmétiques les mieux notées. Les opinions positives prévalent et les clients apprécient la qualité des produits, une large gamme de produits, leur efficacité ou un prix avantageux. Ils aiment également le fait que les cosmétiques ne soient pas testés sur les animaux et qu'ils soient fabriqués en France¹⁰⁰.



Image 17 - Le logo de Coslys¹⁰¹

2.2.2 Boho Green

Boho Green est une marque de cosmétiques certifiée biologique spécialisée dans le maquillage. Sa gamme comprend, par exemple, des produits pour le visage tels que la poudre, les ombres à paupières, les rouges à lèvres ou les vernis à ongles. Sa mission est de respecter les hommes et l'environnement. En ce qui concerne les ingrédients des produits tels que les huiles, les extraits de plantes et les cires, ils sont tous issus de l'agriculture biologique. De même, tous les procédés de transformation sont respectueux de l'environnement et c'est pourquoi la marque est détentrice de la certification *Cosmébio*, qui garantit aux clients le respect de tous les critères éthiques et techniques.

Cette marque propose plusieurs couleurs et alors, elle est aussi nommée comme colorée. Il s'agit de l'un des plus grands fabricants de couleurs sur le marché français. Sa priorité est de proposer des produits de haute qualité à un prix raisonnable. La marque s'efforce également de la conception écologique des packagings des produits, par exemple en utilisant du bois pour les bouchons de vernis à ongles ou les palettes d'ombres à paupières.

Elle a également participé à un mouvement appelé « *1% for the Planet* » où 1% du chiffre d'affaires de l'entreprise est reversé à des associations qui mènent des luttes pour l'écologie. En 2016, la marque a commencé à soutenir la *Fondation pour la Nature et l'Homme*

⁹⁹ Nos valeurs. *Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.coslys.fr/la-marque/nos-valeurs/>

¹⁰⁰ Avis clients de Coslys.fr. *Avis Vérifiés*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.avis-verifies.com/avis-clients/coslys.fr>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

¹⁰¹ *Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.coslys.fr/>

dont le but est d'influencer le comportement par rapport à la nature. En 2014, cette marque de cosmétiques a reçu la note *Slow Cosmétique* : un mouvement environnemental et éthique qui rassemble des personnes intéressées par une consommation naturelle et saine, fondé en 2012. Depuis 2020, elle soutient également des associations lyonnaises : *Zéro Déchet Lyon* et *The Greener Good*. Toutes les deux s'efforcent de diffuser des modes de vie plus écologiques¹⁰².

Les opinions des clients sont très diverses. D'une part, ils sont satisfaits de la texture, de la variété des couleurs, de la bonne couverture des parties rougies et de la bonne tenue sur la peau. D'autre part, il y a aussi des personnes à qui la marque ne correspond pas. Par exemple, ils ne sont pas satisfaits des couleurs qui ne sont pas si visibles, les couleurs de l'image ne correspondent pas à la réalité ou la texture est trop grasse¹⁰³.



Image 18 - Le logo de Boho Green¹⁰⁴

2.2.3 Cattier

L'histoire de la marque cosmétique *Cattier* a commencé en 1968 où Pierre Cattier vendait différents types d'argiles à Montmartre et il avait une passion pour les produits qui sont issus de la terre. Plus tard en 1987, l'entreprise a été reprise par le pharmacien et spécialiste de la cosmétique Daniel Aressy, qui a notamment élargi la gamme de produits et a commencé à vendre des masques, des peelings, des dentifrices ou des shampooings. Au cours de l'année 2000, la marque tente de se rapprocher des idées du fondateur et rejoint ainsi l'association *Cosmébio*. Ses produits portent également le logo *Cosmébio* et la marque devient l'une des principales marques de cosmétiques bio en France. La gamme de produits comprend des produits certifiés biologiques pour les soins du corps et du visage, mais aussi des soins pour bébés.

En 2008, l'entreprise acquiert sa propre usine pour renforcer son expertise et crée un nouveau laboratoire de recherche. En 2011, elle est devenue une filiale de la société

¹⁰² La marque Boho Green Make-Up. *Boho Green Make-Up*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.bohocosmetics.com/content/13-boho-green-make-up>

¹⁰³ Les avis Boho Green. *Monde Bio*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.mondebio.com/vosavis.php?fabIDA=628>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

¹⁰⁴ *Boho Green*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.bohocosmetics.com>

allemande de cosmétiques naturels *Kneipp*. La marque *Kneipp* est connue pour sa production durable, mais aussi pour la protection de l'environnement. Les deux sociétés sont fusionnées sous le nom *Pierre Cattier SAS* et elles partagent les valeurs similaires. En 2018, la marque fête ses 50 ans et à cette occasion, cinq éditions limitées sont habillées d'un logo au design végétal. Alors, la nature devient ainsi un élément essentiel de la marque.

De nos jours, la marque s'inspire de la nature. Son intérêt est la protection de l'environnement et la protection des animaux. En 2019, elle décide de certifier les produits végans par *Expertise Végan Europe*, qui garantit que les produits ne sont pas composés d'ingrédients d'origine animale. Et, elle soutient les valeurs du fondateur telles que la nature, la qualité ou la confiance¹⁰⁵.

Lors de l'évaluation de cette marque de cosmétiques, les clients partagent principalement des opinions positives. Ils sont satisfaits de l'efficacité des produits, de la qualité par rapport au prix, du fait que les produits sont bio et fabriqués en France. Ils aiment aussi une large gamme de produits et la facilité d'utilisation. Il y a aussi des avis négatifs, comme la couleur qui ne correspond pas à l'image¹⁰⁶.



Image 19 - Le logo de Cattier¹⁰⁷

2.2.4 Alphanova

La marque française de cosmétiques bio *Alphanova* est basée en Provence et elle propose des cosmétiques bio et naturels depuis plus de 10 ans. Tous ses produits sont fabriqués en France et environ 90% des produits sont fabriqués directement en Provence. Ces produits sont également sous contrôle dermatologique pour garantir aux clients l'authenticité de leur composition¹⁰⁸.

¹⁰⁵ Qui-sommes nous? *Cattier*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] https://www.cattier-paris.com/fr/qui_sommes_nous

¹⁰⁶ Avis clients de *Cattier-paris.com*. *Avis Vérifiés*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.avis-verifies.com/avis-clients/cattier-paris.com>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

¹⁰⁷ *Cattier*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.cattier-paris.com>

¹⁰⁸ COSMÉTIQUES BIO ET NATURELS. *Alphanova*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021] <https://alphanova.fr/fr/#soins>

Elle est participante du « 1% pour le corail » qui se rapporte aux crèmes solaires et aux coraux. Les consommateurs ont peu d'informations sur ce que les crèmes solaires contenant des produits chimiques peuvent causer. Ils constituent une menace pour la santé humaine, mais aussi pour l'environnement, en particulier les coraux, qui abritent plusieurs animaux marins. *Alphanova* propose également des crèmes solaires dans sa gamme de produits, mais ils sont bio. Et alors, la marque lutte contre l'extinction de milliers d'animaux en dédiant 1 % de son chiffre d'affaires aux associations intéressées par le développement des pépinières et du renouvellement du corail¹⁰⁹. Depuis 2019, elle est également porteuse du logo *Vegan*, les ingrédients ne sont donc pas d'origine animale.

Tous ses produits sont testés en termes d'efficacité, d'hypoallergénicité et d'innocuité, puis les résultats sont évalués par des experts. Ces cosmétiques n'utilisent pas de produits chimiques tels que les parabens et les substances irritantes. La marque respecte l'environnement, parce que les emballages sont recyclables, les produits sont conformes aux chartes comme *Cosmebio* ou *Cosmos* et ne sont pas testés sur les animaux¹¹⁰.

L'évaluation a révélé que les clients évaluent positivement la composition biologique, l'odeur et la texture agréable ou un bon moussage des produits. Par contre, certains clients n'aiment pas l'odeur et l'application des produits est difficile. Et pour les crèmes, il y a une critique concernant les traces blanches qui sont laissées sur la peau¹¹¹.



Image 20 - Le logo d'Alphanova¹¹²

2.2.5 Pulpe de Vie

Les fondatrices de *Pulpe de Vie* sont deux Françaises qui un jour ont eu l'idée de produire des cosmétiques qui seraient responsables. Elles voulaient produire ces cosmétiques

¹⁰⁹ 1% POUR LE CORAIL, ÇA VEUT DIRE QUOI? *Alphanova*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021] <https://alphanova.fr/2019/04/10/1-pour-le-corail-engagement-ecologique-alphanova-sun/>

¹¹⁰ Des cosmétiques bio fiables. *Alphanova*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021] <https://alphanova.fr/fr/#soins>

¹¹¹ Les avis Alphanova. *MondeBio*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021] <https://www.mondebio.com/vosavis.php?fabIDA=279>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

¹¹² *Alphanova*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021] <https://alphanova.fr/fr/>

uniquement en France, et la Provence est ainsi devenue un lieu de production¹¹³. Les fruits sont achetés directement auprès des producteurs locaux et après, ils sont transformés dans l'entreprise qui se trouve aussi dans le sud. Le reste des ingrédients tels que les extraits de plantes proviennent d'autres régions de France¹¹⁴.

Les cosmétiques ne contiennent pas de parabènes et d'autres substances nocives, au contraire, ils contiennent des vitamines ou des substances actives brevetées. Les conservateurs sont remplacés, par exemple, par le radis noir et, dans le cas des silicones par des dérivés de l'olive. Toute son expertise et son savoir-faire dans le domaine des cosmétiques bio se développent depuis plus de 10 ans. La marque s'efforce également de proposer des produits à des prix abordables afin qu'ils soient accessibles à tous.

Pour gagner la confiance des clients, la marque détient plusieurs certificats de cosmétique bio, par exemple *Cosmébio* ou *Ecocert*. Les cosmétiques sont issus de l'agriculture biologique et ne sont pas testés sur les animaux. La société favorise l'économie locale et donc, le laboratoire est situé à La Fare les Oliviers, les cartons proviennent des Bouches du Rhône et les colorants naturels du Lubéron¹¹⁵. Tous les emballages en carton des produits sont issus de forêts gérées durablement (FSC), les cartons reçus pendant le réapprovisionnement sont réutilisés pour les expéditions de commandes. Aussi, les produits qui sont dépassés (DLUO) mais toujours utilisables cheminent aux associations caritatives. Nouvellement à partir de 2021, la marque soutient la fondation *Pure Ocean* pour la protection des océans¹¹⁶.

De nombreux avis positifs ont été trouvés avec ces cosmétiques. Les consommateurs sont ravis de la qualité des produits qui respecte aussi bien la peau et l'environnement, des prix très abordables, de l'odeur et des textures formidables, de l'efficacité de produits ou du fait que les cosmétiques soient bio. Cependant, des avis négatifs sont également trouvés, car les cosmétiques ne conviennent pas à toutes les peaux. Par exemple, après l'application des produits, ils ont donné des boutons rouges ou la peau a été desséchée¹¹⁷.

¹¹³ Qui sommes-nous. *Pulpe de Vie*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021] <https://www.pulpedevie.com/qui-sommes-nous/>

¹¹⁴ Zoom sur... Pulpe de Vie. *MadmoiZelle*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021] <https://www.madmoizelle.com/pulpe-de-vie-52944>

¹¹⁵ Nos engagements. *Pulpe de Vie*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021] <https://www.pulpedevie.com/nos-engagements/>

¹¹⁶ 10 actions anti-gaspi. *Pulpe de Vie*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021] <https://www.pulpedevie.com/nos-10-actions-antigaspi/>

¹¹⁷ Avis clients de Pulpedevie.com. *Avis Vérifiés*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]



Image 21 - Le logo de Pulpe de Vie¹¹⁸

2.2.6 Avril

Avril est une société de cosmétique bio créée en 2012 dans le Nord de la France¹¹⁹. La plupart de ses produits sont fabriqués en France, elle essaie de réduire les emballages inutiles, réutilise les cartons d'emballage ou s'oppose aux tests sur les animaux. Sa priorité est la qualité, pour que les cosmétiques soient efficaces, tiennent, aient la bonne texture et soient faciles à appliquer. Une autre priorité est l'accessibilité des cosmétiques pour tous. Surtout, elle tente de s'adapter aux habitudes de consommation des clients et les prix sont justes pour tout le monde. La proximité avec les clients est également une priorité. La marque écoute les avis des clients qu'ils peuvent laisser dans la « *Boîte à idées* » sur son site Internet et essaie également de rendre la communication avec eux rapide et efficace¹²⁰.

Pour la composition garantie de la cosmétique bio, la marque porte le logo *Ecocert*. Elle pense également à l'environnement. Puisque par exemple, un emballage recyclable est préféré. Les produits ne sont pas testés sur des animaux et 70 % des produits sont également véganes, donc sans les ingrédients d'origine animale¹²¹.

Leurs engagements contiennent la réduction des émissions. En effet, l'entreprise plante des arbres et leurs bureaux et les entrepôts sont à énergie passive, par exemple grâce à l'utilisation d'un triple vitrage aux fenêtres. Elle réduit aussi les déchets. De plus, les

<https://www.avis-verifies.com/avis-clients/pulpedevie.com>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

¹¹⁸ Infos pratiques. *Marques de France*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]

<https://www.marques-de-france.fr/listing/pulpe-de-vie/>

¹¹⁹ Avril. *Marques de France*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]

<https://www.marques-de-france.fr/listing/avril/>

¹²⁰ Qui est Avril ? *Avril*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]

<https://www.avril-beaute.fr/content/27-qui-est-avril-marque-cosmetique-bio>

¹²¹ La qualité Avril. *Avril*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021]

<https://www.avril-beaute.fr/content/19-la-qualite-avril-cosmetique-bio-de-qualite>

emballages en plastique ont été remplacés par du papier, et les produits qui ne font plus partie des ventes dues à une date de péremption courte ou des emballages endommagés, sont livrés aux associations de charité. Dans les magasins, il est également possible d'ajouter un gel de douche directement dans une bouteille vide. En ce qui concerne la culture, les produits sont fournis gratuitement pour les grandes institutions de spectacles et ils sont utilisés par les artistes. La marque est mécène par exemple de l'*Opéra de Lille*¹²².

Des critiques positives mais aussi négatives ont été trouvées avec ces produits cosmétiques. Les avis positifs se réfèrent, par exemple, au bon rapport qualité prix, à une texture agréable, une application facile ou une bonne efficacité. Néanmoins, il y a aussi des clients qui critiquent l'hydratation, qui est insuffisante, et les produits peu moussants ou ayant tendance à couler¹²³.



Image 22 - Le logo d'Avril¹²⁴

¹²² Nos engagements. *Avril*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021]

<https://www.avril-beaute.fr/content/162-nos-engagements-ecologiques>

¹²³ Les avis Avril. *MondeBio*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021]

<https://www.mondebio.com/vosavis.php?fabIDA=409>. L'analyse des avis a été réalisée par nous.

¹²⁴ *Avril*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021] <https://www.avril-beaute.fr>

3 Le questionnaire

Le dernier chapitre pratique est consacré au questionnaire que nous avons créé et présenté aux consommateurs français et tchèques de cosmétiques. Nous avons partagé le questionnaire en ligne via les réseaux sociaux tels que *Facebook* ou *Reddit* et également par courrier électronique. Malheureusement, les problèmes actuels liés à la maladie *Covid-19* n'a pas permis de présenter le questionnaire en personne, ce qui a eu un impact significatif sur les résultats de la catégorie d'âge qui a rempli le questionnaire. En entier, nous avons reçu à peu près cent réponses, tant du côté français que du côté tchèque que nous comparons et la plupart des questions sont complétées par des graphiques.

Le questionnaire est au total composé de quinze questions. Il contient des questions sur l'âge, le sexe et la situation actuelle (chômeur, étudiant, etc.) pour connaître les différences éventuellement aussi dans ce domaine, des questions sur le montant d'argent dépensé pour les cosmétiques, car les cosmétiques bio ont tendance à être plus chers. Nous examinons le comportement d'achat, tels que le suivi des étiquettes sur les produits et leur compréhension, les endroits où les clients achètent le plus souvent des cosmétiques, les facteurs qui les influencent lors du choix des cosmétiques. Les questions suivantes sont plus orientées vers les cosmétiques biologiques. Nous recherchons les raisons de leur achat, dans le cas contraire, les raisons pour lesquelles les clients ne les achètent pas. Ensuite, des questions sont posées sur la connaissance des marques spécifiques de la cosmétique biologique, tant dans son pays qu'à l'étranger, et la connaissance des certificats existants qui nous garantissent que le produit est vraiment biologique.

Nous avons trouvé intéressant le taux de succès du remplissage du questionnaire. Pour les consommateurs tchèques, 103 personnes ont rempli notre questionnaire et 54 personnes ne l'ont pas rempli. Le taux de réussite du remplissage était donc d'environ 66 %. Tandis que pour les consommateurs français, 109 consommateurs ont rempli le questionnaire et 107 personnes ne l'ont pas terminé. Le taux de réussite total n'était que de 51 %. Ce chiffre nous a surpris car nous nous attendions à un succès plus élevé auprès des consommateurs français, étant donné que la France est l'un des principaux fabricants dans le domaine de la cosmétique et célèbre pour des célébrités comme Coco Chanel ou Christian Dior. Nous avons donc supposé que ce sujet pourrait intéresser davantage les clients français.

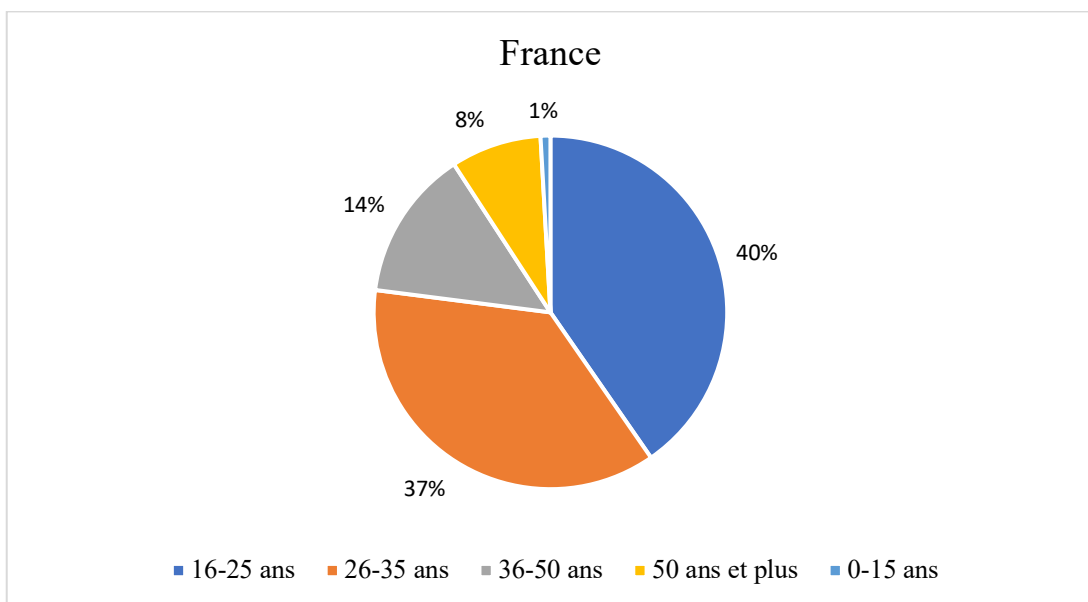
À l'aide de ce questionnaire, nous essayons de découvrir quelles sont les connaissances actuelles sur les cosmétiques biologiques dans les deux pays, ou quelles sont

éventuellement les différences entre deux pays en ce qui concerne l'achat des cosmétiques biologiques.

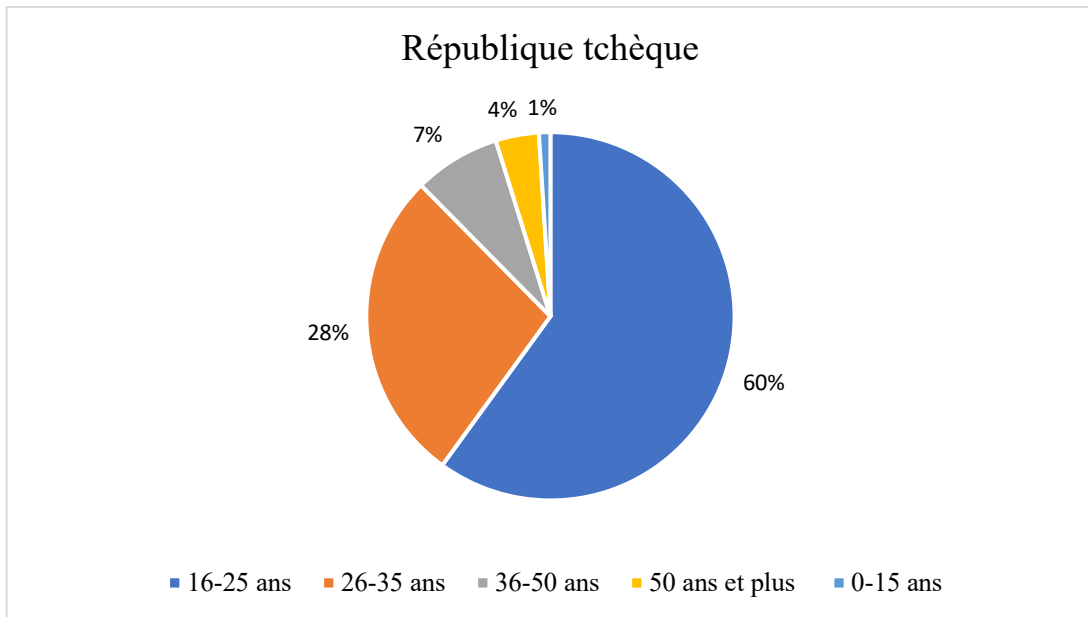
3.1 La question n° 1

« *Quel âge avez-vous ?* »

La première question importante que nous avons utilisée a été l'âge des répondants, que nous avons ensuite comparé à d'autres questions pour découvrir les différences éventuelles aussi pour les groupes d'âge individuels.



Graphique 1 - Âge des sondés français



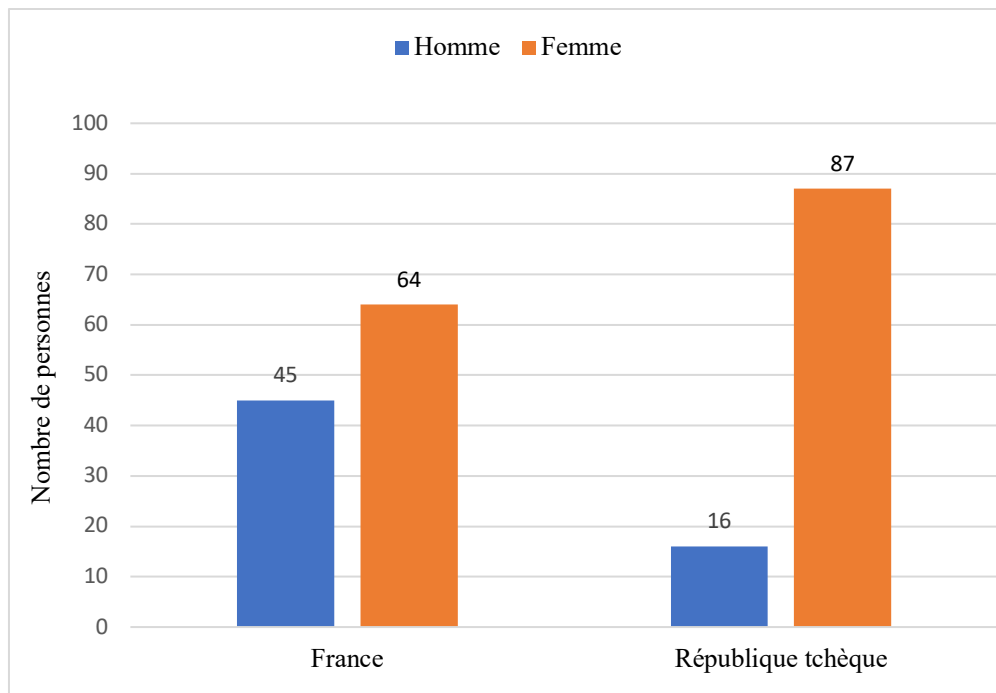
Graphique 2 - Âge des sondés tchèques

Grâce aux graphiques 1 et 2, nous avons constaté que les résultats de catégories d'âge sont en totalité pareil dans les deux pays. Et alors, nous avons reçu le plus de réponses de consommateurs âgés de 16 à 25 ans. Une grande partie des réponses concernait également la catégorie d'âge de 26 à 35 ans. Moins de réponses ont été reçues de personnes âgées de 36 à 50 ans. La catégorie d'âge des moins de 15 ans nous a répondu le moins et de la même manière, la catégorie d'âge de 50 ans et plus. Nous pensons que la raison pourrait être que de nos jours, toutes les personnes âgées et les enfants ne disposent pas de réseaux sociaux où le questionnaire a été partagé et l'impossibilité de remplir le questionnaire en personne à cause de la pandémie de *Covid-19*. Une autre raison pourrait venir du manque d'intérêt des enfants pour ce sujet, car ils n'achètent généralement pas de produits cosmétiques.

3.2 La question n° 2

« *Quel est votre sexe ?* »

Une autre question concerne le sexe que nous comparons également avec les questions suivantes pour trouver des différences par sexe.



Graphique 3 - Sexe des sondés

Comme nous pouvons le voir sur le graphique 3, le nombre d'hommes qui ont rempli le questionnaire varie considérablement. En République tchèque, la participation d'hommes a été très faible et seuls 17 hommes ont rempli le questionnaire. En revanche, 45 hommes ont participé en France, soit près de la moitié des sondés. Ainsi, ce sujet a plus attiré les hommes en France qu'en République tchèque et nous avons supposé ce chiffre en raison des différentes mentalités des nations. Concernant les femmes, 88 femmes ont rempli le questionnaire en République tchèque et 64 en France. Dans l'ensemble, le sujet de notre questionnaire intéressait principalement les femmes. Nous pensons que la cause peut être la quantité de produits cosmétiques utilisée par une femme et par un homme. Par exemple, les femmes utilisent en plus des produits de maquillage ou du vernis à ongles par rapport aux hommes, qui ont généralement des produits cosmétiques de base comme un shampooing, un gel douche ou un anti-transpirant.

3.3 La question n° 3

« Veuillez choisir parmi les réponses suivantes :

Je suis étudiant, une personne qui travaille, chômeur, en retraite, autre »

La troisième question est au sujet du statut social qui est aussi essentiel pour notre questionnaire, car cette réponse est comparée à certaines questions suivantes pour déterminer les différences selon le statut social. Nous avons reçu le plus de réponses des travailleurs, tant

en France qu'en République tchèque. Les étudiants sont arrivés en deuxième position et la troisième place était occupée par les chômeurs. Les derniers lieux concernent les retraités et les personnes en congé de maternité. Comme nous l'avons mentionné dans la première question, de nombreux retraités n'ont pas participé à notre questionnaire, probablement parce qu'ils n'ont pas de réseaux sociaux ou ne passent pas autant de temps sur Internet par rapport à d'autres groupes sociaux.

3.4 La question n°4

« Quels facteurs vous influencent lors du choix des cosmétiques ? »

Pour connaître le comportement d'achat des consommateurs, nous avons posé des questions sur les facteurs qui influencent les clients lors du choix. Dans les deux pays, la qualité des produits a été le choix le plus représenté. Il en résulte que les deux pays préfèrent les produits qui ne provoquent pas d'éruptions cutanées ou qui auront un bon effet sur certaines imperfections cutanées. Un autre facteur important est le prix dans les deux pays. Et alors, les clients veulent des produits de haute qualité, mais à des prix abordables. Pour le troisième facteur le plus important, les réponses des pays diffèrent. Pour la République tchèque, les avis sur Internet ou les recommandations de proches sont plus essentielles avant d'acheter des produits cosmétiques. Nous présumons qu'ils peuvent être influencés, par exemple, par les réseaux sociaux, où ils surveillent les soi-disant *influenceurs* qui présentent certains produits cosmétiques ou, par la recherche sur les portails Internet d'achat où d'autres personnes partagent leurs expériences. En France, la composition des cosmétiques est plus importante que des recommandations. D'autres facteurs d'achat dans les deux pays incluent la marque de cosmétiques. Les clients préfèrent une marque avec laquelle ils ont déjà une expérience ou qui convient le mieux à leur peau. La réponse concernant l'importance du design des produits a été rarement choisie. Nous avons découvert qu'il ne joue pas un rôle significatif dans la sélection des cosmétiques. En France, nous nous sommes intéressés à la réponse concernant la distance qui peut séparer les clients du magasin. Par conséquent, une situation peut se produire quand les consommateurs préfèrent acheter un produit qu'ils peuvent avoir immédiatement sur place, par exemple dans leur ville, qu'un produit qui se trouve loin, par exemple dans un autre pays. Parmi les réponses des Français figurait également l'allergie, qui limite les clients dans le choix des cosmétiques, et alors, ils peuvent être obligés d'acheter des produits cosmétiques qui ne leur causent pas d'allergies.

3.5 La question n° 5

« *Quel est le prix acceptable pour vous pour un produit cosmétique, spécifiquement pour un shampoing ?* »

Cette question s'est focalisée vers le prix que les clients sont prêts à payer pour les cosmétiques et plus particulièrement pour le shampoing, car les prix des cosmétiques bio sont souvent plus élevés. Par conséquent, nous voulions connaître leur attitude vis-à-vis du prix. Nous avons constaté dans les deux pays que les consommateurs paient le plus souvent entre 2 et 12 euros pour le shampoing. Dans les deux pays, il a été trouvé que les chômeurs dépensent le plus souvent un maximum de 6 euros. Nous avons donc supposé que les personnes qui ne travaillent pas essaient plutôt d'épargner. Quant aux retraités en France, il a été constaté qu'ils sont en mesure de dépenser plus en cosmétiques que les Tchèques, à savoir 6 à 12 euros. Les résultats étaient surprenants auprès des étudiants qui dépensent plus que les chômeurs, tant en France qu'en République tchèque. Ce résultat n'était pas attendu car les étudiants n'ont généralement pas les moyens d'acheter des produits pour des montants plus élevés. Il s'agit probablement de l'un des biens pour lesquels ils préfèrent payer plus par rapport aux autres biens. La raison pourrait être, par exemple, une plus grande conscience de la composition des cosmétiques ou de leurs conséquences, qui n'étaient pas si bien connues dans le passé. Aujourd'hui, les plus jeunes peuvent être donc plus intéressés par les cosmétiques bio en comparaison de personnes plus âgées, qui n'étaient pas habituées à une telle gamme de produits sur le marché et qui ont donc acheté ce qui était à l'époque disponible sur le marché, quelle que soit sa composition.

3.6 La question n° 6

« *Vérifiez-vous la composition sur une étiquette lors de l'achat de cosmétiques ?* »

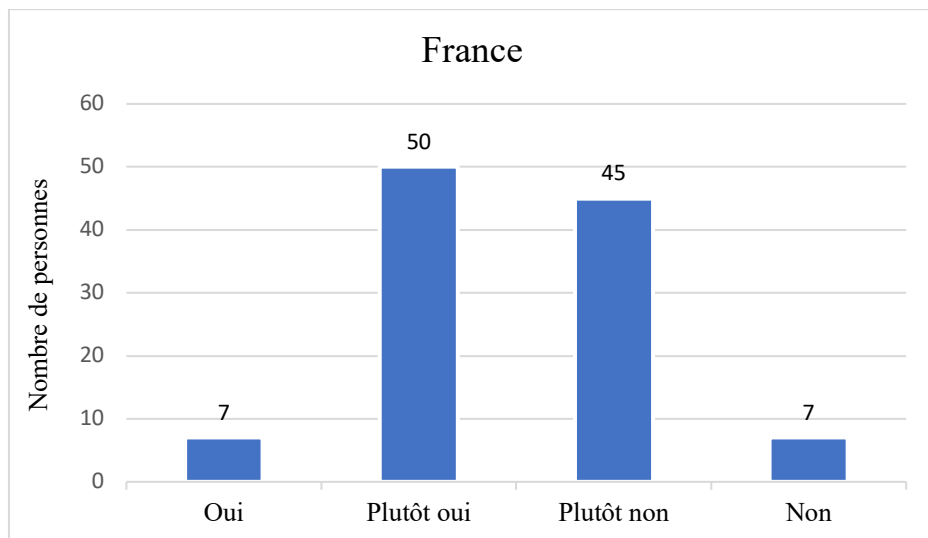
Avec cette question, nous voulions savoir si les clients qui achètent des cosmétiques regardent également la composition exacte au dos de l'étiquette ou s'ils sont influencés par ce qui est écrit sur le devant de l'étiquette et n'imaginent plus sa composition. En ce qui concerne les Tchèques, nous avons découvert qu'ils regardent rarement. Sur la base de ces résultats, nous pensons que les Tchèques peuvent être fortement influencés par le terme bio qui peut se trouver sur l'étiquette, même si cette donnée ne correspond pas à la réalité. Contrairement à la République tchèque, nous avons trouvé que les Français contrôlent dans la plupart des cas la composition des produits. En effet, plus de la moitié des répondants ont répondu *oui*. Par

conséquent, nous pensons qu'ils ne sont pas aussi victimes du *greenwashing* que les Tchèques, et ils vérifient de plus près la véracité des données avant l'achat.

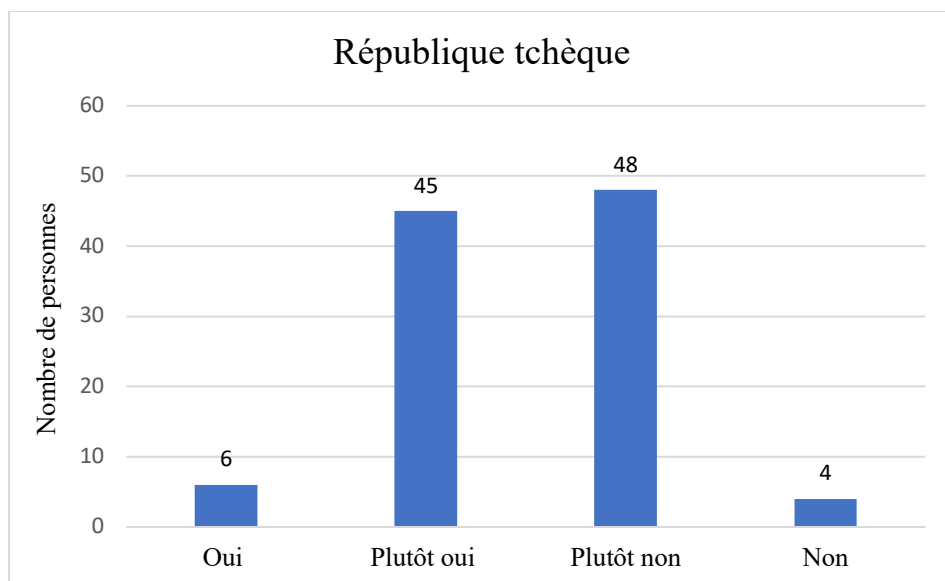
3.7 La question n°7

« *Comprenez-vous la composition qui se trouve sur l'étiquette de produit ?* »

Dans le contexte de la cosmétique bio, nous nous sommes également intéressés à savoir si les clients comprennent les ingrédients qu'ils trouvent sur l'étiquette des produits cosmétiques.



Graphique 4 - Compréhension de la composition des produits cosmétiques affichée sur l'étiquette (les consommateurs français)



Graphique 5 - Compréhension de la composition des produits cosmétiques affichée sur l'étiquette (les consommateurs tchèques)

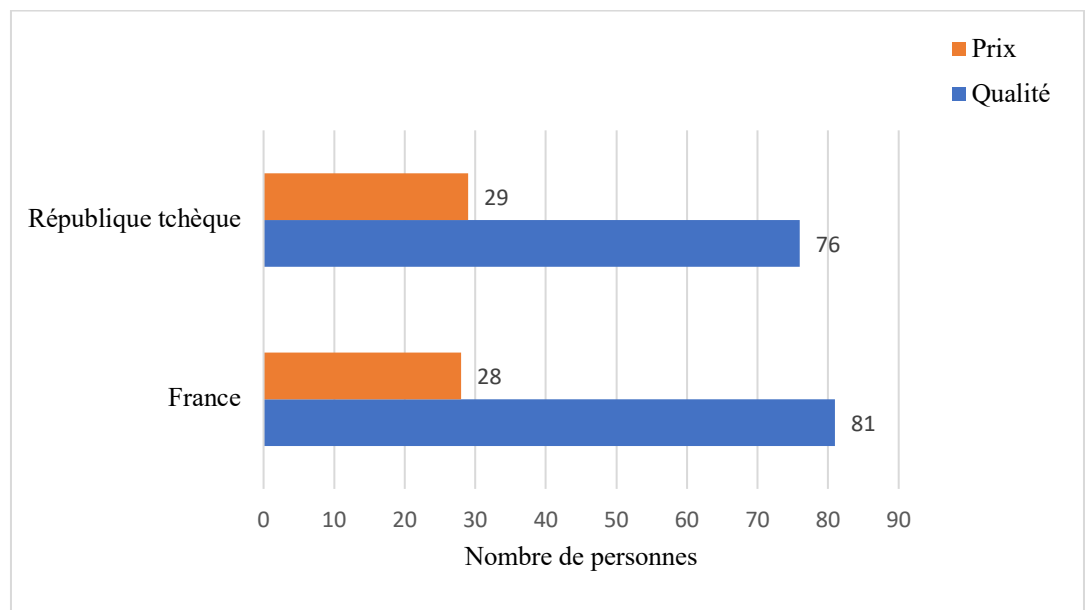
Dans les deux pays, les résultats se sont avérés presque égaux et alors, la plupart des réponses étaient *plutôt oui* ou *plutôt non*. En totalité, il s'agit de 90 % des répondants. Selon ces résultats, nous supposons que les consommateurs connaissent les ingrédients connus par la société en général, tels que l'eau, l'huile de romarin ou par exemple l'extrait de feuille d'aloès. Le reste des ingrédients peut être inconnu des gens ordinaires. Ce sont des ingrédients familiers aux professionnels du métier, comme les chimistes. Ces ingrédients comprennent par exemple la glycérine, l'acide lactique ou la lécithine, que le consommateur moyen peut trouver parmi les ingrédients indiqués sur l'étiquette du produit, mais la compréhension est pour lui plus difficile. De plus, le problème est que la composition est généralement en latin. Lors de l'analyse de cette question, nous avons constaté que seulement 5 % des sondés des deux pays comprenaient la composition figurant sur l'étiquette et 5 % ne comprenaient pas du tout. Ces réponses concernaient probablement des personnes familiarisées avec le domaine.

3.8 La question n° 8

« *Qu'est-ce qui est le plus important pour vous lors du choix des cosmétiques ?*

Prix/qualité »

Une autre des questions posées concerne la qualité et le prix. Nous voulions savoir ce que les consommateurs préfèrent le plus, car les produits biologiques sont souvent plus chers en raison de leur qualité.



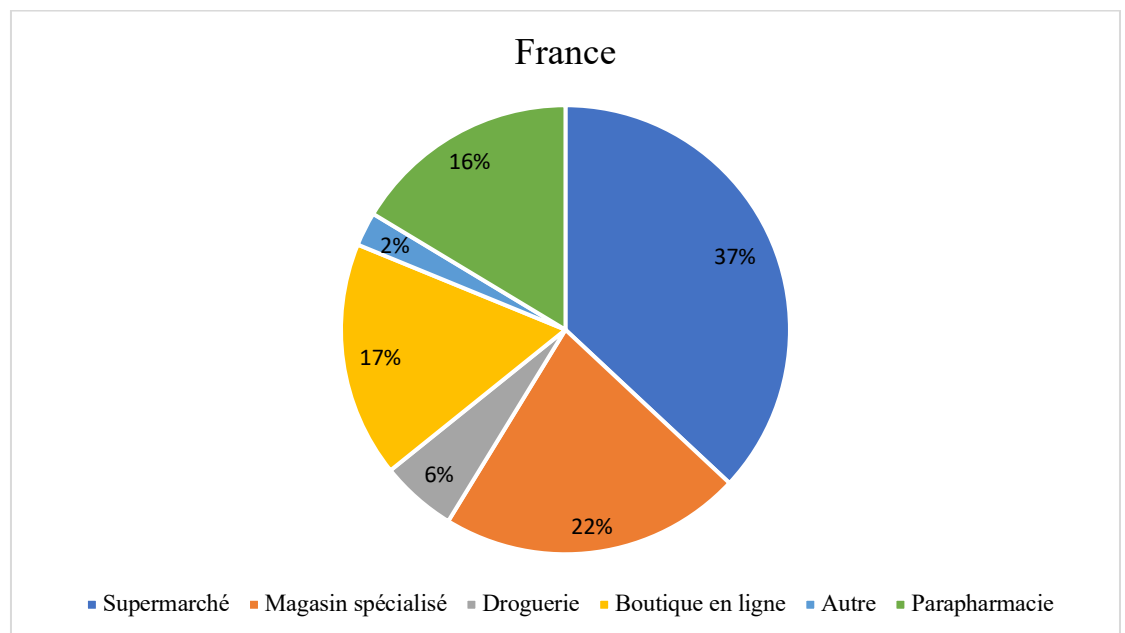
Graphique 6 - Facteur plus important (prix / qualité) pour les consommateurs lors du choix des cosmétiques

Pour cette question, nous avons constaté que les réponses étaient plus ou moins identiques pour les deux pays. Les Français et les Tchèques préfèrent la qualité des produits par rapport au prix. D'après ces résultats, nous présumons que les consommateurs achètent plutôt des produits plus chers mais ils sont, par exemple, plus doux pour leur peau, ne provoquent pas de réactions allergiques ou d'autres problèmes de peau, sont constitués de substances naturelles, sont respectueux de l'environnement ou n'ont pas été testés sur les animaux. Nous pensons également que des effets nocifs croissants tels qu'une eau calcaire de mauvaise qualité ou un air pollué peuvent également en être la cause, c'est pourquoi les consommateurs veulent acheter un produit de qualité qui soulagera la peau. Il a été révélé que la réponse concernant le prix a été donnée principalement par les étudiants et les chômeurs. Nous pensons que la raison de donner la priorité au prix à la qualité du produit peut donc être le manque de moyens pour ces groupes de personnes et c'est pourquoi ils peuvent préférer plutôt le prix.

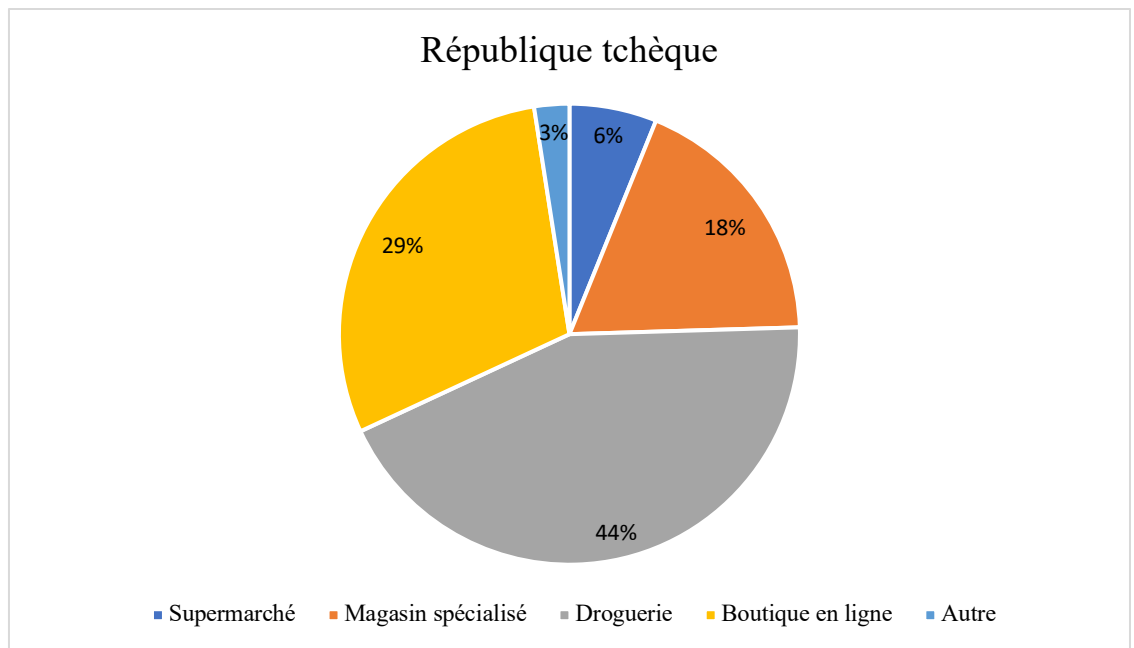
3.9 La question n°9

« Où achetez-vous le plus souvent des cosmétiques ? »

Puisque le plus grand choix de cosmétiques bio se trouve dans la plupart des cas sur Internet ou dans un magasin spécialisé pour les produits bio, nous voulions savoir quelles sont les différences de comportement d'achat des consommateurs pour les cosmétiques et chaque sondé pouvait remplir plusieurs réponses.



Graphique 7 - Lieux d'achat de produits cosmétiques par les consommateurs français



Graphique 8 - Lieux d'achat de produits cosmétiques par les consommateurs tchèques

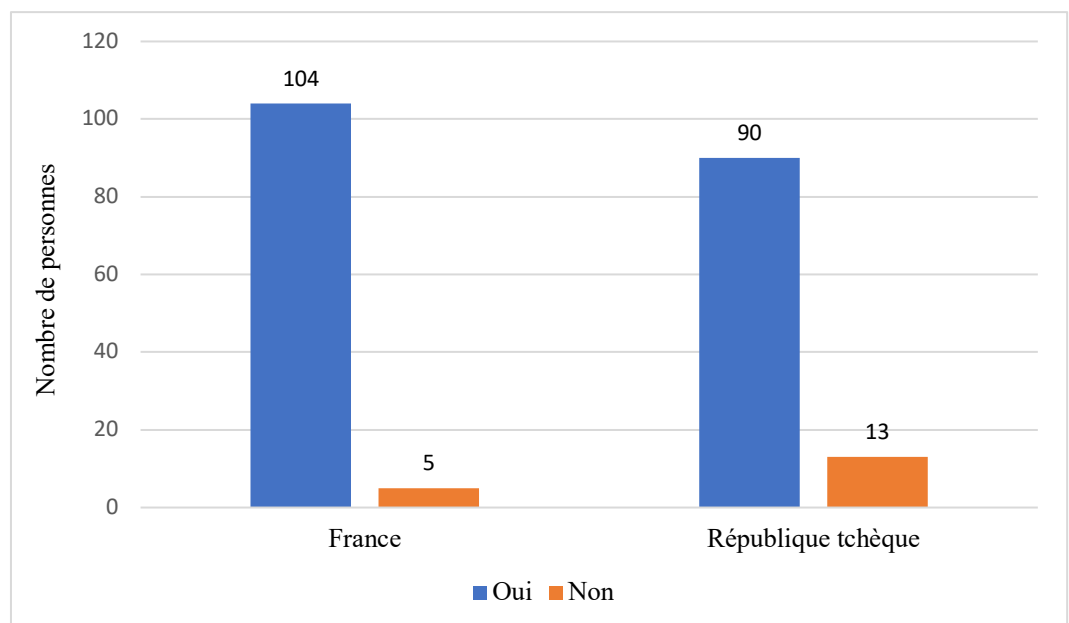
Comme nous pouvons le voir sur les graphiques 7 et 8, le comportement d'achat diffère selon les pays. Pour les consommateurs français, un supermarché est un endroit typique pour acheter des cosmétiques. D'après ce résultat, nous supposons qu'ils veulent probablement gagner du temps en faisant leurs courses et lors de l'achat de nourriture, ils achètent aussi les produits d'hygiène. En revanche, en République tchèque, il s'agit de l'un des endroits qui est le moins utilisé pour l'achat de produits cosmétiques. De ce résultat, nous concluons que les Tchèques achètent des cosmétiques, si nécessaire au supermarché, mais préfèrent d'autres endroits, car, par exemple, la diversité de choix de produits cosmétiques dans les supermarchés tchèques est plutôt limitée. Nous avons découvert qu'en République tchèque, ce sont principalement les hommes qui achètent des produits cosmétiques dans les supermarchés. Par conséquent, nous estimons qu'ils préfèrent plutôt les commerces de gros en raison de plus faibles exigences que par exemple les femmes qui achètent dans des endroits qui proposent une plus grande sélection de produits cosmétiques. Si nous nous concentrons sur la République tchèque, le principal lieu d'achat de produits cosmétiques est une droguerie. Ce résultat montre que les Tchèques aiment acheter des cosmétiques séparément des autres produits à l'endroit spécifié pour cette marchandise. La raison peut être due à une gamme plus large de produits ou à un personnel qualifié pour les aider à choisir des cosmétiques. Et, selon l'analyse, ce sont principalement les femmes tchèques qui font leurs achats dans les drogueries. Nous avons supposé cette interprétation parce que les hommes en République tchèque ne sont pas aussi

intéressés par les cosmétiques que les hommes en France, ce que nous avons remarqué dans les résultats de la question numéro deux de notre questionnaire. Aussi, contrairement à la République tchèque, les Français achètent rarement dans les drogueries et nous observons qu'ils achètent principalement dans les parapharmacies qui ne sont pas courantes pour l'achat de cosmétiques en République tchèque. Un autre endroit pour acheter est un magasin spécialisé. Nous supposons que les consommateurs y achètent, par exemple, des marques spécifiques qui leur conviennent. Un pourcentage important comprend les boutiques en ligne, en particulier en République tchèque. Nous nous attendions à ce résultat compte tenu de la situation actuelle liée à la pandémie de *Covid-19* où les consommateurs essaient de passer moins de temps dans les lieux publics et de faire leurs achats en ligne. La raison de l'achat peut être, par exemple, une plus grande disponibilité des produits, des prix plus bas ou l'épargne de temps. D'autres réponses incluent, par exemple, l'autoproduction ou les magasins bio.

3.10 La question n° 10

« *Avez-vous déjà entendu parler des cosmétiques bio ?* »

Une autre question posée est portée sur la connaissance du concept de cosmétiques bio.



Graphique 9 - Connaissance du concept de cosmétiques bio

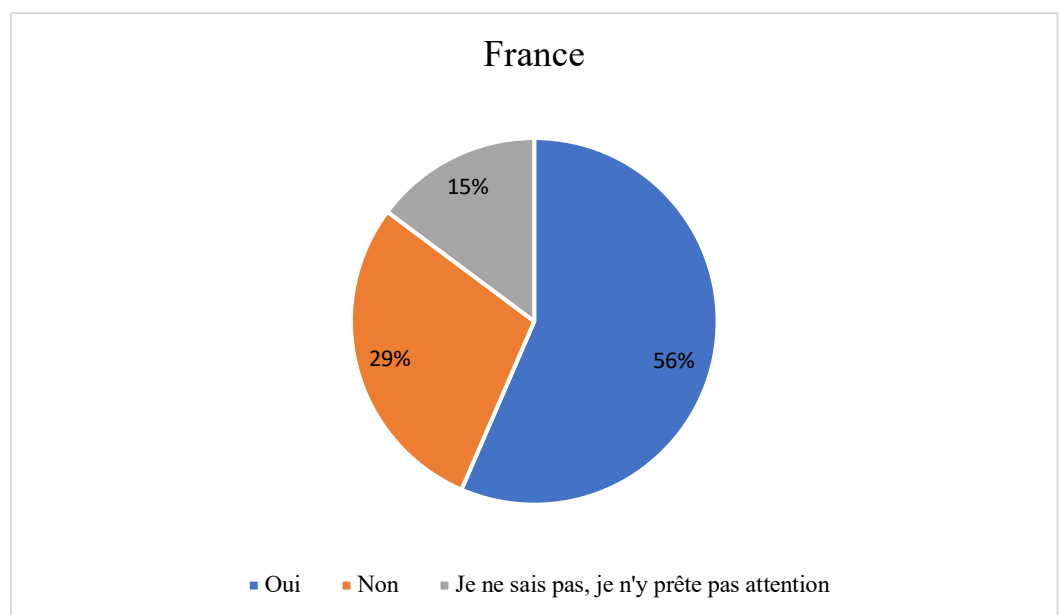
Comme nous l'avons enregistré dans le graphique 9, de nos jours le terme est familier à la plupart des gens. Cependant il y a des personnes qui ne connaissent pas les cosmétiques biologiques. Sur la base de ces résultats, nous pouvons résumer que la

connaissance des cosmétiques bio est en forte augmentation pour les deux pays. La cause pourrait être des informations facilement traçables sur les problèmes actuels ou leur diffusion dans les médias. Les problèmes liés à la pollution de l'environnement, aux effets négatifs des cosmétiques sur les animaux tels que l'expérimentation animale ou, en particulier, sur notre santé tels que les problèmes cutanés. Après avoir découvert ces informations, les consommateurs choisissent des produits cosmétiques qui réduisent ces problèmes. En République tchèque, le nombre de sondés n'ayant pas entendu parler de la cosmétique bio était plus élevé qu'en France, et nous avons trouvé que les résultats concernent principalement des réponses d'hommes, ce qui correspond aux résultats des questions précédentes, où il a été trouvé que les hommes n'ont pas un tel intérêt dans le domaine des cosmétiques. Comme nous nous y attendions, l'autre catégorie qui n'a pas entendu parler des cosmétiques bio est celle des enfants. Il s'agit d'une catégorie d'âge qui n'achète généralement pas de produits cosmétiques, donc elle n'en sait pas grand-chose, ce que nous avons déjà mentionné à la question numéro un. Le questionnaire sur les cosmétiques bio a été rempli par un très faible pourcentage d'enfants, ce qui confirme leur désintérêt.

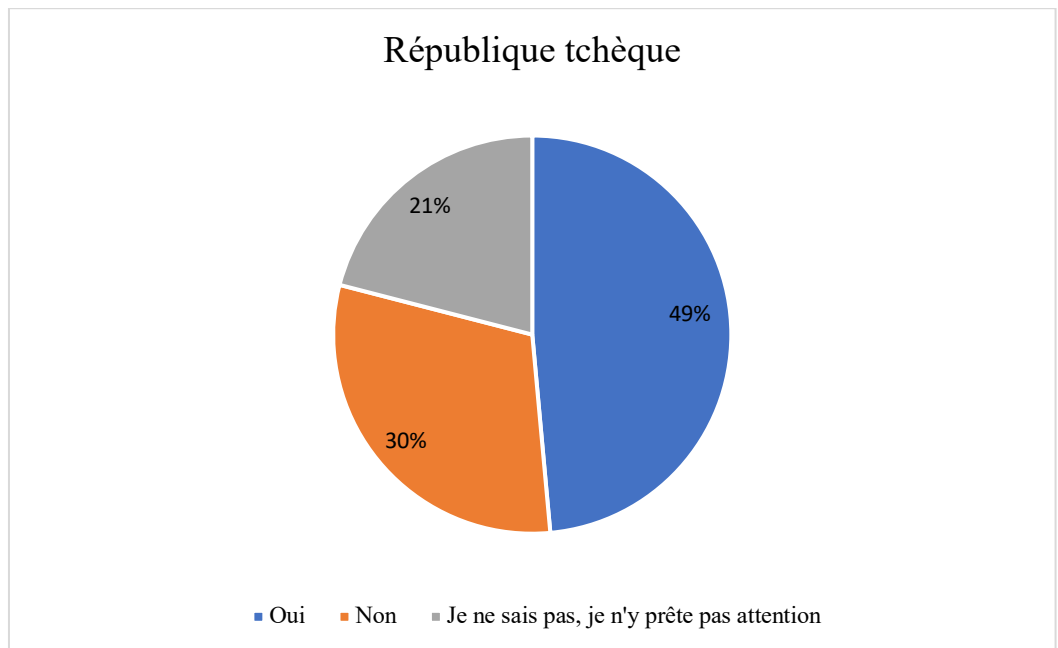
3.11 La question n° 11

« *Achetez-vous des cosmétiques bio ?* »

Dans le cadre du sujet analysé de la cosmétique bio, nous nous sommes également intéressés à savoir si les consommateurs achètent les cosmétiques bio.



Graphique 10 - Nombre de consommateurs français achetant des cosmétiques bio



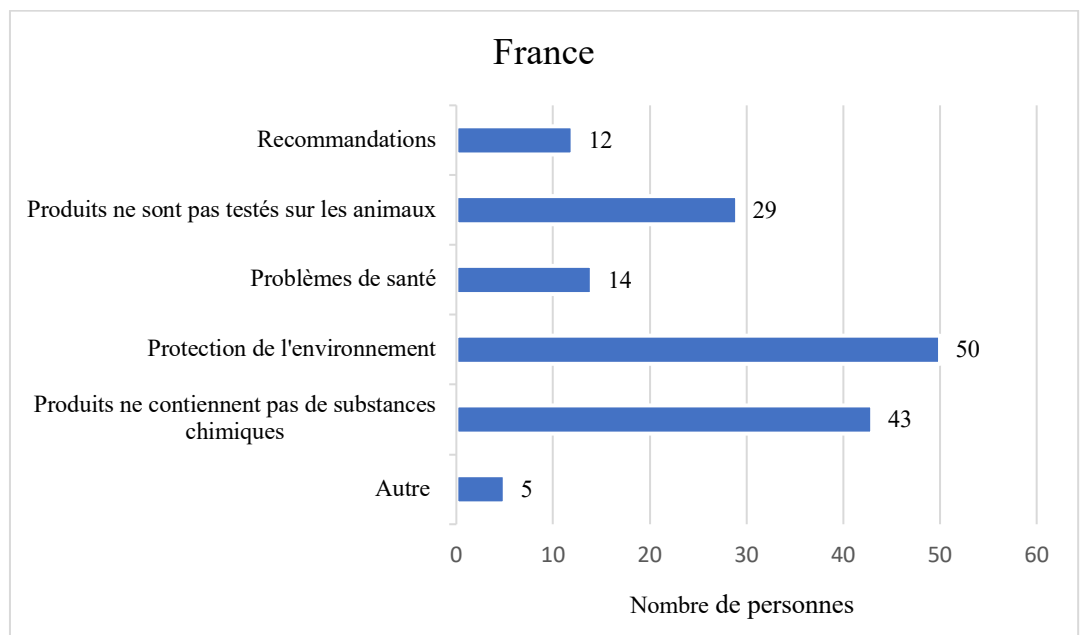
Graphique 11 - Nombre de consommateurs tchèques achetant des cosmétiques bio

Nous pouvons voir d'après les résultats que le plus grand pourcentage comprend des réponses *oui* dans les deux pays, ce qui est encourageant et la preuve que avec le temps, la mentalité des européens change et leur intérêt pour la cosmétique biologique augmente. Les raisons de l'intérêt croissant seront abordées dans la question suivante. Ce qu'il faut mentionner est aussi un pourcentage considérable de personnes qu'ils ne savent pas parce qu'ils n'y prêtent pas attention ou qu'ils n'achètent pas. Nous avons reçu des réponses remarquables de la part de retraités. En nous concentrant sur les retraités, nous avons constaté des différences entre les pays, parce qu'en République tchèque, dans la majorité des cas, il a été enregistré qu'ils n'achètent pas de produits cosmétiques biologiques. Par contre, les résultats auprès des retraités français nous ont étonnés, puisque la plupart d'entre eux achètent des cosmétiques bio. D'après ce résultat, nous concluons que les retraités en France essaient peut-être de s'adapter à leur époque et de s'intéresser aux problèmes actuels en achetant du bio en comparaison avec les retraités tchèques qui continuent d'utiliser les mêmes produits toute leur vie tant qu'ils leur conviennent.

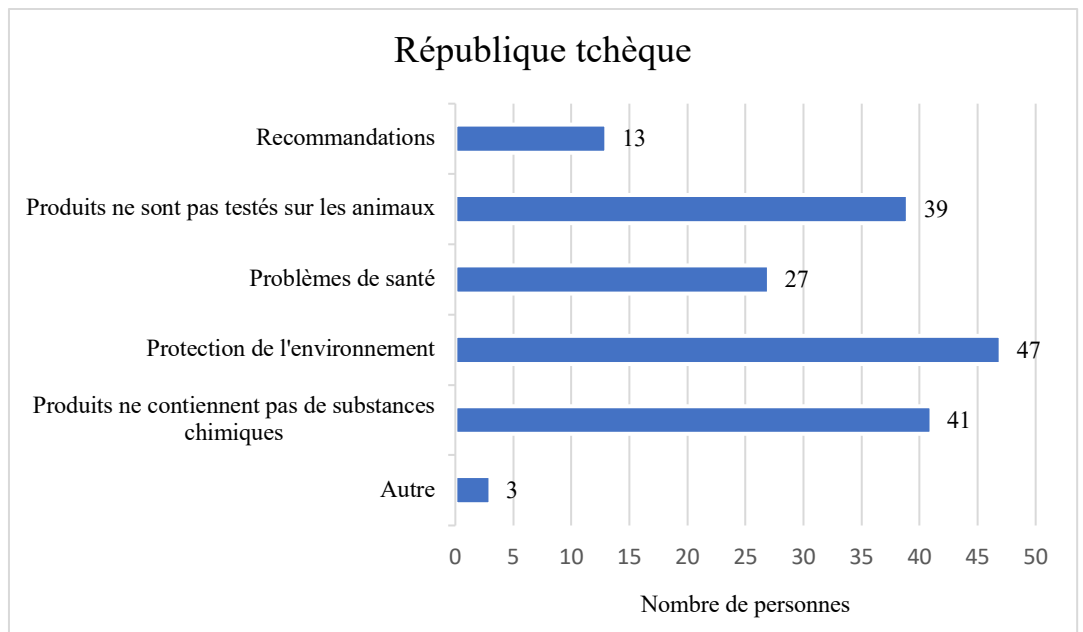
3.12 La question n° 12

« Si vous achetez des cosmétiques bio, quelle est la raison ? Dans le cas contraire, pourquoi pas ? »

Une autre question était dirigée vers la question précédente, lorsque nous nous sommes intéressés aux raisons de ces réponses et d'après les résultats de la question précédente, nous voulions principalement connaître les raisons de l'intérêt croissant pour les cosmétiques bio. En ce qui concerne la comparaison des deux pays, nous avons découvert que les réponses étaient assez similaires lorsque les consommateurs achètent des cosmétiques biologiques. S'ils n'achètent pas de produits cosmétiques bio, les raisons varient d'un pays à l'autre. Chaque répondant pouvait indiquer plusieurs réponses.



Graphique 12 - Raisons d'acheter des cosmétiques bio (les consommateurs français)



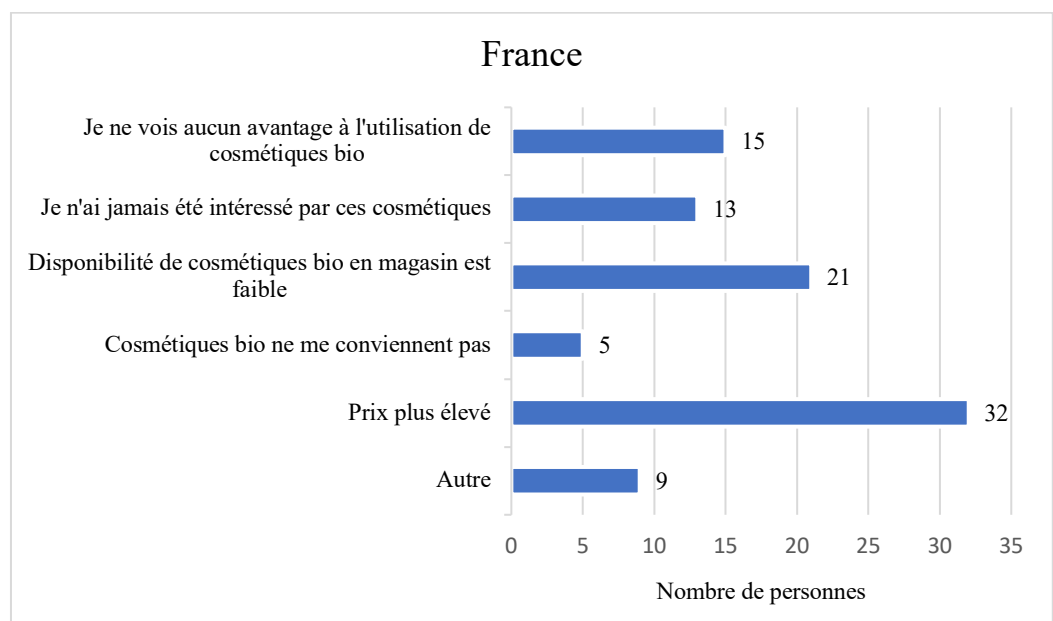
Graphique 13 - Raisons d'acheter des cosmétiques bio (les consommateurs tchèques)

Après avoir regardé les graphiques, nous pouvons remarquer que la plupart des réponses ont été enregistrées pour la protection de l'environnement. Nous comprenons donc que les consommateurs veulent être plus écologiques, par conséquent, ils achètent des cosmétiques qui ne nuisent pas à l'environnement, ou à une échelle minimale. Ils veulent des produits dont les emballages sont recyclables et réutilisés ou ils préfèrent les marques qui pratiquent des méthodes de production plus vertes et réduisent ainsi les émissions. Nous pensons que les consommateurs sont également fortement influencés par les médias, où des conséquences spécifiques sur l'environnement peuvent être montrées, comme par exemple les déchets plastiques dans les mers et leurs effets sur les animaux marins.

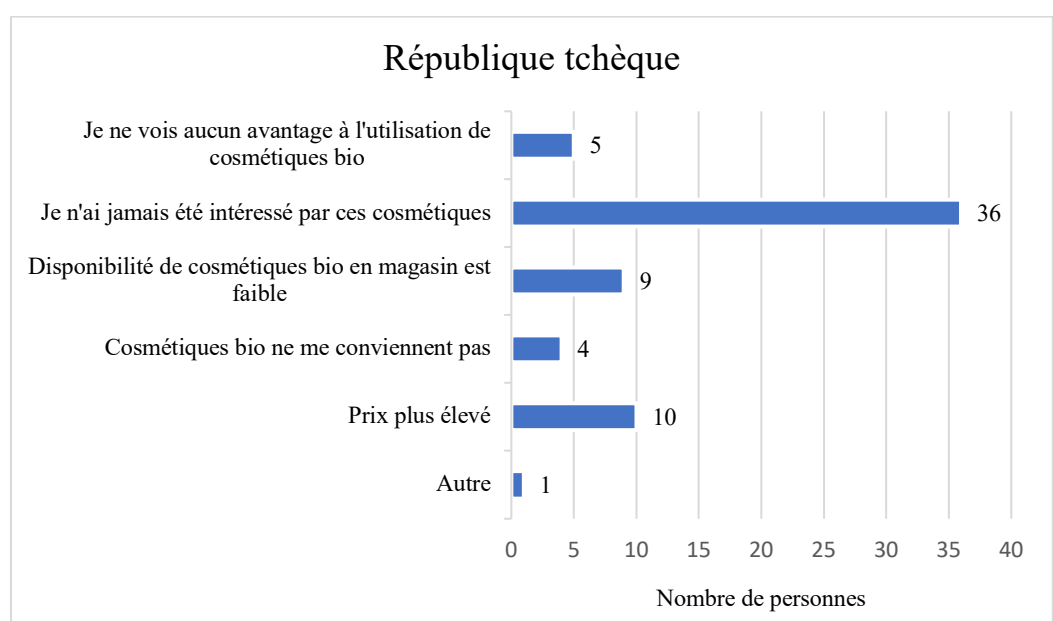
La deuxième raison d'achat la plus courante est d'éviter les produits contenant des produits chimiques. Les consommateurs veulent acheter des cosmétiques qui ne contiennent pas, par exemple, de colorants artificiels, de parabènes ou de filtres UV chimiques et qui n'ont donc pas d'effets négatifs sur l'environnement et la santé humaine. Les sondés pensent également beaucoup aux animaux. Nous supposons qu'ils ne sont pas indifférents à l'origine des cosmétiques et, plutôt que des produits contenant des substances d'origine animale, ils achètent ceux qui contiennent des substances végétales.

Nous avons noté que les réponses concernaient aussi la santé humaine. Certains consommateurs sont passés aux cosmétiques bio, probablement en raison de problèmes de peau. Ils peuvent être atteints, par exemple, par de l'eczéma atopique ou de l'acné, et alors, les cosmétiques bio sont mieux adaptés à leur peau.

Il a été constaté que certains consommateurs sont influencés par les opinions des autres. Sur la base de ces résultats, nous pensons que certains consommateurs achètent selon des avis en ligne ou peuvent être motivés à acheter des cosmétiques biologiques s'ils voient la promotion de ces produits sur les réseaux sociaux par certaines célébrités. Dans le cas de la France, d'autres réponses incluent, par exemple, l'évitement spécifique des emballages en plastique ou essayer d'allier le soin et l'environnement. Et dans le cas des Tchèques, par exemple, le changement occasionnel de produits courants a été mentionné.



Graphique 14 - Raisons de ne pas acheter des cosmétiques bio (les consommateurs français)



Graphique 15 - Raisons de ne pas acheter des cosmétiques bio (les consommateurs tchèques)

Ensuite, en ce qui concerne les raisons de ne pas acheter de cosmétiques bio, nous avons remarqué des différences de réponses entre les deux pays. Comme nous pouvons le voir, il y avait beaucoup plus de raisons indiquées de la part des consommateurs français. Nous avons découvert que le non-achat auprès des Tchèques est principalement dû à un manque d'intérêt pour les cosmétiques biologiques. Plusieurs raisons peuvent l'expliquer, comme le fait que ce sont des consommateurs qui ne prêtent pas autant d'attention que d'autres aux problèmes qui se produisent autour d'eux, par exemple liés à l'environnement. Une autre piste d'explication concernerait les gens qui utilisent toujours la même marque de cosmétiques non biologique par exemple dans le cas des retraités, comme nous l'avons déjà mentionné dans la question numéro onze. Enfin, le manque d'intérêt peut être expliqué par les gens qui n'ont pas de problèmes cutanés, donc ils ne se préoccupent pas de la composition des cosmétiques.

Une comparaison des résultats en République tchèque et en France a montré que seulement la moitié des sondés français ont sélectionné la réponse liée au manque d'intérêt pour les cosmétiques biologiques. Les Français n'achètent pas de cosmétiques bio principalement en raison du prix plus élevé par rapport aux cosmétiques conventionnels. Ainsi, nous pensons que la question financière joue un rôle important pour eux. Nous avons également reçu plus de réponses du côté des français concernant la faible disponibilité de ces cosmétiques bio en magasin.

Cela peut être expliqué par le fait que les Français, selon les résultats de la question 9 sur le lieu d'achat, achètent principalement dans les supermarchés et n'achètent pas autant sur Internet où ils pourraient trouver une plus grande quantité de cosmétiques bio qui ne sont normalement pas proposés à une telle échelle dans les supermarchés.

Aussi, en ce qui concerne la France, plus de réponses ont également été reçues par rapport à la République tchèque sur le fait de ne pas voir les avantages de l'utilisation de cosmétiques biologiques. Ce sont donc probablement des personnes qui ne sont pas intéressées par les cosmétiques biologiques.

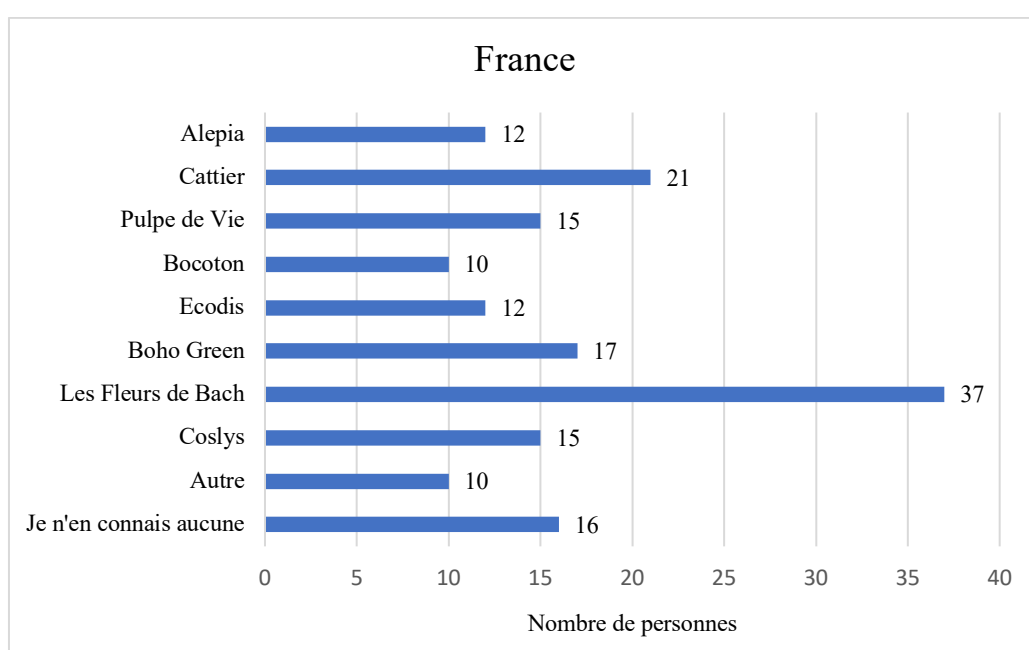
Le nombre de sondés associés à la réponse des cosmétiques biologiques indiqués comme inconvenants était surprenant pour nous parce que nous avons obtenu peu de réponses et donc nous le voyons positivement. Ces données montrent que dans la plupart des cas, ces cosmétiques ne provoquent pas, par exemple, de réactions allergiques. D'autres réponses mentionnent, par exemple, le problème du *greenwashing*, où certains fabricants écrivent des informations trompeuses sur l'étiquette de leurs produits comme le terme « biologique » pour amener le client à acheter le produit.

3.13 La question n ° 13

Avec la cosmétique bio, nous voulions savoir si les consommateurs connaissent des marques spécifiques qui viennent de leur pays. Pour chaque pays, nous avons choisi des marques individuelles que les consommateurs pouvaient indiquer, mais il y avait aussi la possibilité d'en mentionner une autre.

« *Connaissez-vous l'une des marques de cosmétiques bio français ?*

Coslys, Les Fleurs de Bach, Boho Green, Ecodis, Bocoton, Pulpe de Vie, Cattier, Alepia, Autre, Je n'en connais aucune »

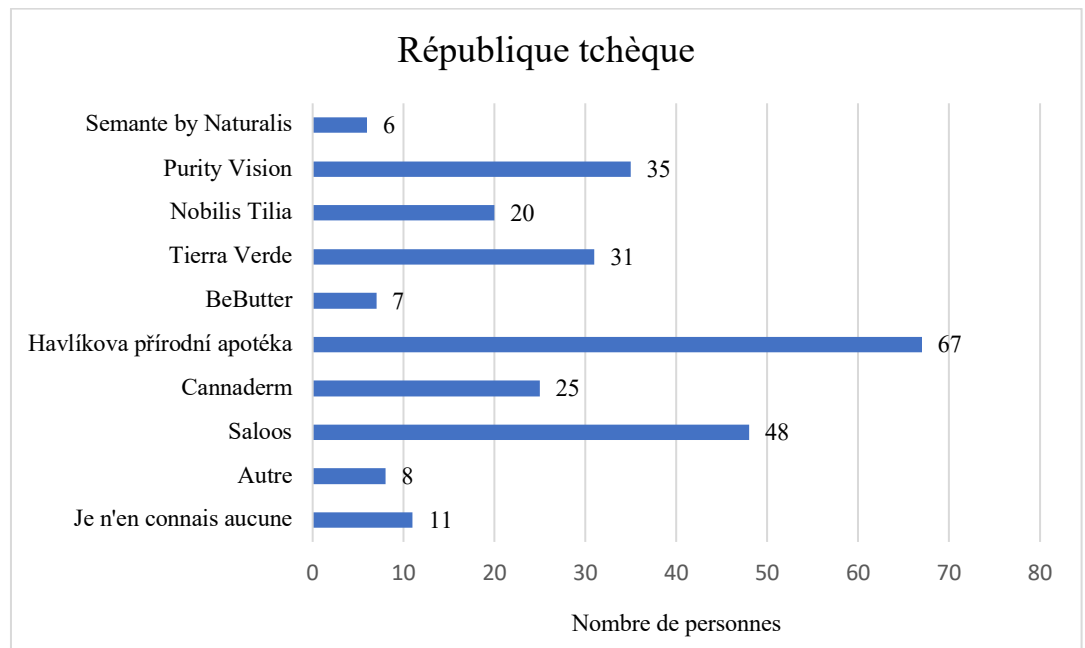


Graphique 16 - Connaissance des marques de cosmétiques bio françaises par les consommateurs français

Comme nous pouvons le remarquer dans le graphique 16 concernant les consommateurs français, la plupart des réponses ont été enregistrées pour la marque *Les Fleurs de Bach* et les autres marques ont reçu plus ou moins le même nombre de réponses. Parmi les autres réponses, il y avait des marques comme *Avril, La Provençale* ou *Acipia*. Sur la base des résultats de cette question, nous avons découvert que les Français ont une vue d'ensemble des marques françaises de cosmétiques bio, car seuls 16 d'entre eux ont répondu qu'ils n'en connaissent aucune parmi 109 sondés.

« *Connaissez-vous l'une des marques de cosmétiques bio tchèques ?*

Saloos, Cannaderm, Havlíkova přírodní apotéka, BeButter, Tierra Verde, Nobilis Tilia, Purity Vision, Semante by Naturalis, Autre, Je n'en connais aucune »



Graphique 17 - Connaissance des marques de cosmétiques bio tchèques par les consommateurs tchèques

Comme pour la France, nous avons été surpris par le faible nombre de consommateurs tchèques qui ne connaissent pas une seule marque bio. Le plus de votes ont été reçus pour les cosmétiques biologiques bien connus *Havlíkova přírodní apotéka*, ce que nous avons supposé pour la République tchèque. Les cosmétiques *Purity Vision*, *Saloos* et *Tierra Verde* ont également reçu de nombreuses réponses. Par rapport à la France, nous constatons que nous avons reçu beaucoup plus de réponses de la République tchèque. Il s'ensuit que les Tchèques connaissent plus de marques locales de cosmétiques bio que les Français, ce qui nous a surpris car nous nous attendions à un nombre plus élevé pour la France.

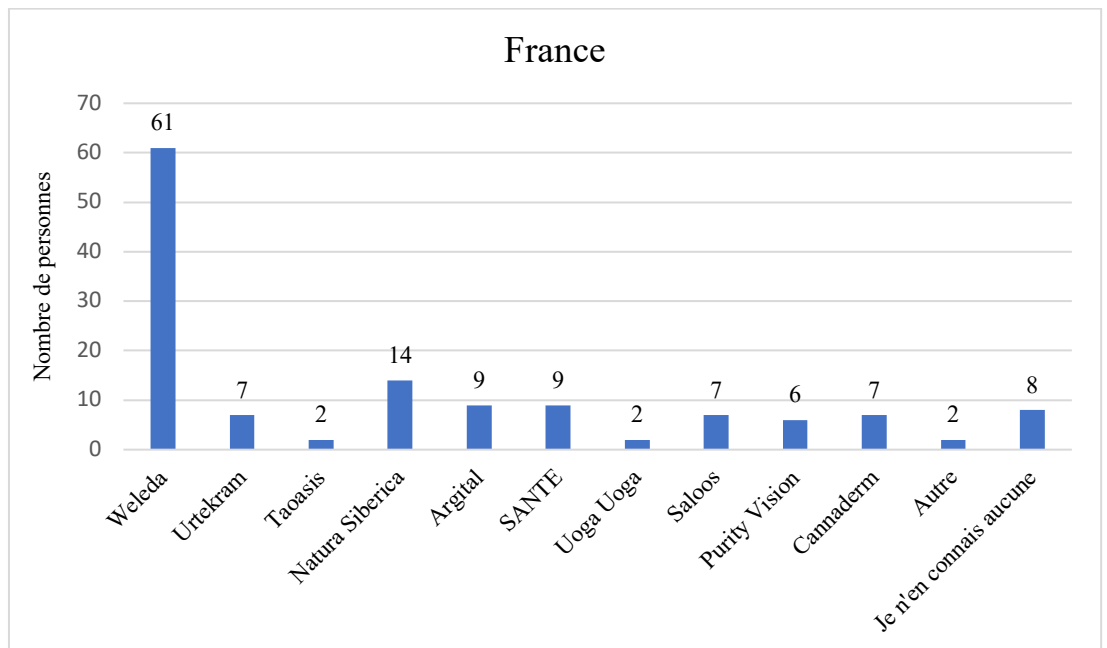
3.14 La question n° 14

« Connaissez-vous l'une des marques suivantes de cosmétiques bio étrangers ?

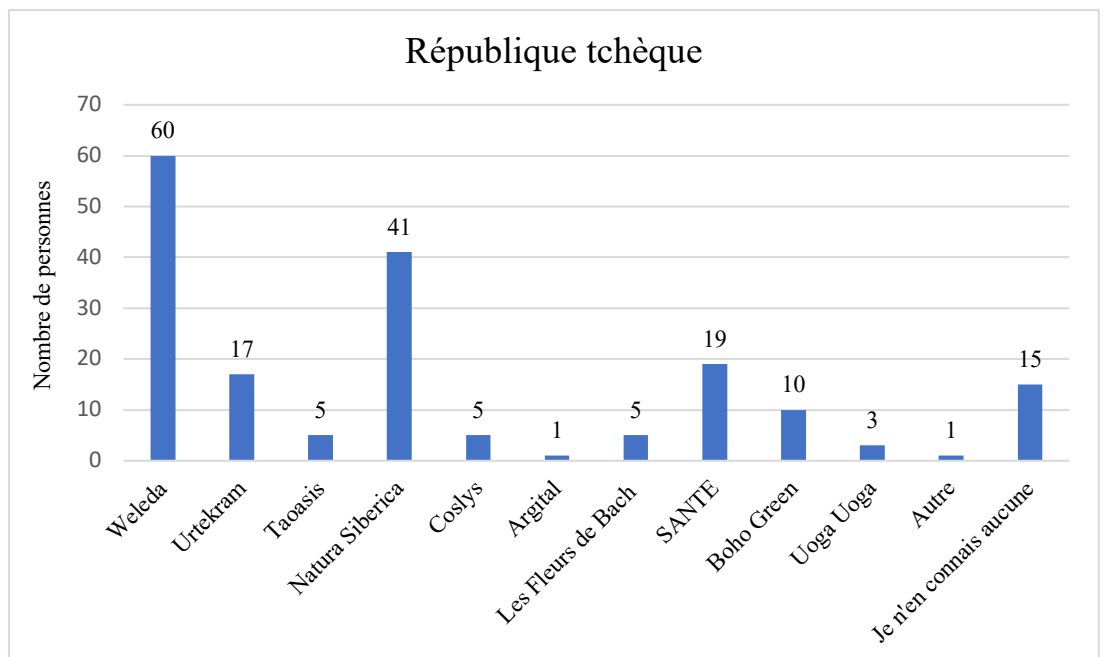
Weleda, Urtekram, Taoasis, Natura Siberica, Coslys, Argital, Les Fleurs de Bach, Sante, Boho Green, Uoga Uoga, Saloos, Purity Vision, Cannaderm, Autre, Je n'en connais aucune »

Pour cette question, nous voulions savoir si les pays connaissaient plus de marques de cosmétiques bio étrangères que celles de leur pays. Afin de savoir si les pays connaissent les marques cosmétiques bio du pays avec lequel nous les comparons, nous avons donné dans le

questionnaire des exemples de marques tchèques pour la France et des exemples de marques françaises pour la République tchèque. Ensuite, nous avons comparé le nombre de votes.



Graphique 18 - Connaissance des marques de cosmétiques bio étrangers par les consommateurs français



Graphique 19 - Connaissance des marques de cosmétiques bio étrangers par les consommateurs tchèques

D'après les résultats des graphiques 18 et 19, nous pouvons voir que la marque étrangère la plus connue pour les deux pays est la marque suisse *Weleda*. Par rapport à la

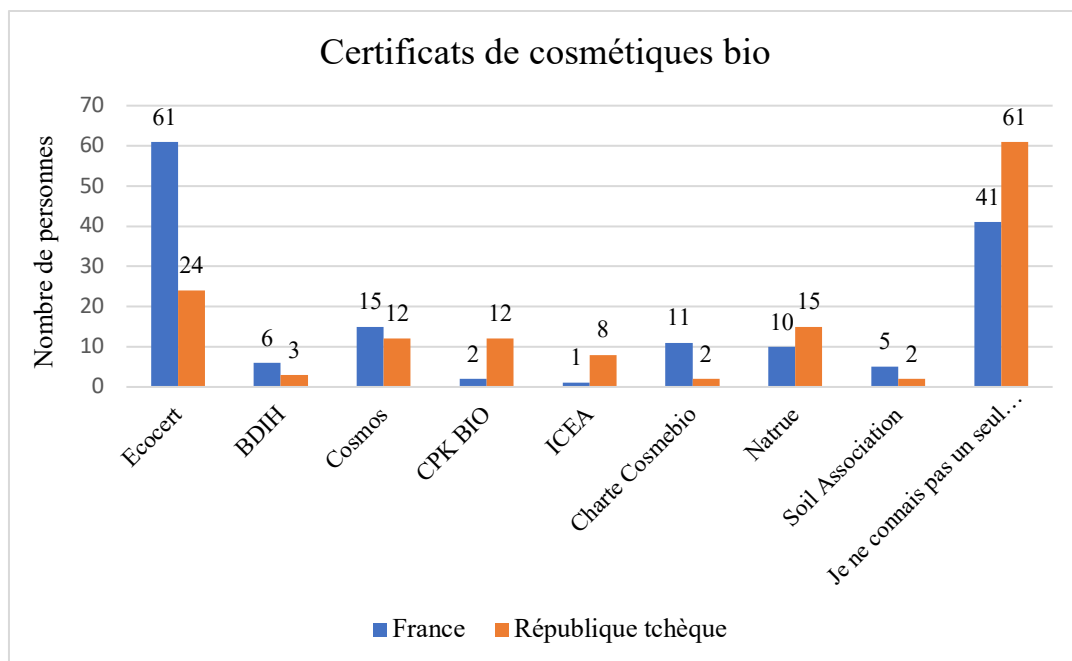
question précédente, nous avons constaté que les deux pays connaissent plus leurs marques que les marques étrangères. En République tchèque, nous avons découvert qu'une autre marque étrangère de cosmétiques biologiques est bien connue : la marque russe *Natura Siberica*, qui a reçu 41 réponses. Lorsque nous comparons les connaissances des pays sur leurs marques les uns avec les autres, nous trouvons qu'ils ne se connaissent pas beaucoup. La République tchèque connaît principalement la marque française *Boho Green* et la France a quelques réponses pour les marques tchèques *Saloos* ou *Cannaderm*. En conséquence, les marques étrangères étaient plutôt inconnues pour les deux pays et en examinant la question, il a été trouvé que certains consommateurs connaissent peu les cosmétiques biologiques car ils mentionnent des marques de cosmétiques qui sont non biologiques.

3.15 La question n ° 15

« Connaissez-vous l'un des certificats de cosmétiques bio suivants ? »

Ecocert, BDIH, Cosmos, CPK BIO, ICEA, Charte Cosmebio, Natrue, Soil Association, Je ne connais pas un seul certificat

Étant donné que les bons cosmétiques biologiques peuvent être reconnus en ayant un certificat biologique, que nous pouvons trouver directement sur l'étiquette du produit et grâce auquel nous pouvons croire qu'il s'agit vraiment d'un produit biologique, nous voulions savoir si les consommateurs connaissaient ces certificats. Pour cette question, nous avons choisi les certificats les plus connus, mais les consommateurs pouvaient également en remplir d'autres qu'ils connaissent.



Graphique 20 - Connaissance des certificats de cosmétiques bio par les consommateurs français et tchèques

D'après les réponses obtenues, nous avons appris que le plus connu pour les deux pays est le certificat international *Ecocert*. Puisque le certificat est d'origine française, nous attendions ce résultat de la part de France. Les Tchèques nous ont surpris car nous avons découvert que seuls 12 d'entre eux connaissent le certificat CPK BIO, qui est tchèque et étant donné qu'il s'agit d'un certificat tchèque, nous avons pensé qu'il serait mieux connu pour les Tchèques.

La majeure partie des sondés ont aussi exprimé leur ignorance de tous les certificats mentionnés et il s'agit principalement de la République tchèque. Lorsque nous comparons cette question avec la question numéro 11 concernant l'achat des cosmétiques bio, nous découvrons que les Tchèques pensent probablement qu'ils achètent du bio, car près de la moitié des sondés ont répondu qu'ils achètent du bio, mais nous supposons qu'ils deviennent plus victimes du *greenwashing*. Comme ils ont peu de connaissances sur les certificats, nous pensons qu'ils achètent en fonction de ce qu'ils voient sur l'étiquette des produits. Par conséquent, ils peuvent acheter un produit qui n'est pas du tout biologique. Pour la France, la connaissance des certificats est meilleure puisqu'il y a seulement une moitié d'entre eux qui ne connaissent aucun des certificats. Pour les autres certificats, les résultats sont plus ou moins les mêmes pour les deux pays.

CONCLUSION

L'objectif principal de notre mémoire de master était de comparer le marché français et tchèque avec les cosmétiques bio et d'évaluer la situation actuelle concernant la perception des cosmétiques bio par les consommateurs.

Dans le premier chapitre théorique, nous avons présenté les informations de base sur l'agriculture biologique qui est la base de la cosmétique biologique et nous avons découvert son origine, son sens, ses principes et ses objectifs. Nous avons aussi expliqué les différences entre les types de cosmétiques naturels, biologiques, vegan et le problème du *greenwashing* qui est lié à la stratégie marketing. Nous avons recherché les certificats biologiques existants, qui garantissent l'authenticité des produits biologiques et pour cette partie, nous avons choisi ceux qui sont les plus connus, dont deux français (*Ecocert, Charte Cosmebio*) et un tchèque (*CPK*). Le dernier point de ce chapitre concernait les avantages et les inconvénients des cosmétiques biologiques.

Dans le deuxième chapitre, nous nous sommes consacrés aux marchés individuels - français et tchèque. Nous avons mentionné l'histoire de l'agriculture biologique dans chaque pays puis nous avons traité les marques concrètes de cosmétiques biologiques proposées sur les marchés. Étant donné qu'il existe plusieurs marques bio, nous avons choisi celles qui nous étaient les plus proches, ou qui étaient les plus populaires parmi les autres. En tout, nous avons analysé 6 marques cosmétiques proposant des produits biologiques pour les deux pays. Nous avons examiné l'histoire des marques, les données de base, leur qualité et nous nous sommes également concentrés sur l'évaluation des consommateurs. Nous avons constaté que les marques de cosmétiques bio sont très diverses. Chacune propose une gamme de produits différente, a des engagements différents ou, elle dispose d'un certificat biologique différent. Les marques de cosmétiques analysées ont été principalement dominées par les évaluations positives des consommateurs. Les Tchèques ont évalué positivement en particulier la qualité des produits et l'efficacité des produits contre les maladies de peau. Les Français ont noté positivement la qualité par rapport au prix ou la texture agréable. En général, il a été trouvé que l'intérêt pour les cosmétiques biologiques augmente dans les deux pays.

Le troisième chapitre pratique traite du questionnaire sur les cosmétiques biologiques que nous avons créé pour la France et pour la République tchèque afin de découvrir les différences éventuelles entre les pays dans le domaine de la cosmétique bio. Dans les deux pays, nous avons recherché que le concept de cosmétiques bio ne leur est pas inconnu. De plus,

il a été trouvé que plus de la moitié des sondés achètent déjà des cosmétiques bio, donc l'intérêt est vraiment important.

Les deux pays ont mentionné les mêmes raisons pour l'achat des produits cosmétiques biologiques : la protection de l'environnement, des animaux, mais aussi l'achat de produits ne contenant pas de produits chimiques synthétiques. Par contre, ils n'étaient pas d'accord sur les raisons de ne pas acheter de produits cosmétiques bio. Pour les Français, le prix plus élevé est un frein, tandis que pour la République Tchèque, il s'agit principalement du manque d'intérêt pour les cosmétiques bio. Il a également été évoqué que les deux pays connaissent un plus grand nombre de marques de cosmétiques bio de leur propre pays plutôt que de pays étrangers.

La plus grande différence a été remarquée dans la connaissance des certificats de cosmétiques bio, qui confirment l'authenticité des produits biologiques. Nous avons trouvé que les Français connaissent beaucoup plus de certificats biologiques, alors que les Tchèques pour la plupart ne connaissent pas un seul certificat. De ce résultat, nous estimons que les Tchèques pensent qu'ils achètent des cosmétiques bio, mais comme ils ne connaissent pas les certifications, ils ne peuvent devenir que victimes du *greenwashing*. Donc ils ne lisent que le terme bio représenté sur l'étiquette du produit, mais ils ne se préoccupent pas de la composition des cosmétiques. Par rapport à la République tchèque, les Français surveillent la composition des cosmétiques et la certification des cosmétiques bio, qu'ils achètent, avec plus de soin.

En général, nous constatons que les cosmétiques bio suscitent un intérêt important dans les deux pays, ce que nous avons conclu de notre questionnaire, mais aussi de la large gamme de marques cosmétiques bio sur les deux marchés.

LISTE DES ABRÉVIATIONS

OGM	Organismes génétiquement modifiés
RSE	Responsabilité Sociétale des Entreprises
ONG	Organisation non gouvernementale
ARPP	Autorité de régulation professionnelle de la publicité
ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
CPK	Certifikovaná přírodní kosmetika
KEZ	Kontrola ekologického zemědělství
ICEA	Instituto per la Certificazione Etica e Ambientale
FOA	Food and Agriculture Organization
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
INAO	Institut National de l'Origine et de la qualité
AB	Agriculture biologique
FSC	Forest Stewardship Council
DLUO	Date limite d'utilisation optimale

RESUMÉ

Tato diplomová práce se věnuje problematice biokosmetického segmentu na francouzském a českém trhu. Systematicky je rozdělena do tří částí.

První kapitola teoretické části je věnována ekologickému zemědělství, což je základem popisované problematiky. Pro uvedení biokosmetiky do celkového kontextu jsou zmíněny a popsány další typy kosmetiky, a to včetně pojmu *greenwashing*, který je nedílnou součástí celé marketingové strategie. Dále jsou zde popsány všechny jednotlivé výhody a nevýhody biokosmetiky a je objasněna současná certifikace tohoto produktového portfolia.

V druhé kapitole je zkoumána situace na českém a francouzském trhu. Vždy je pro danou zemi rozvedena historie ekologického zemědělství a kosmetické značky, které jsou v sektoru biokosmetiky nejznámější. Bylo tedy vybráno šest z nich a ty byly popsány z hlediska historie, kvality a základních údajů. Nebylo opomenuto ani hodnocení, a to ze strany spotřebitelů.

Poslední kapitola je praktická část, zde je kompletní vyhodnocení výsledků veškerých odpovědí na dotazníky, které byly předloženy francouzským a českým spotřebitelům kosmetiky, celkem se jednalo o přibližně 200 záznamů. Výsledky obou zemí jsou porovnávány, hodnoceny a popsány ve formě grafických výstupů.

BIBLIOGRAPHIE

AMAND Laurence, LANGLOIS Nathalie, *Agriculture biologique : Les grands principes de production et l'environnement professionnel*, Dijon : Educagri éditions, 2004.

ISBN 978-2-84444-749-4

HAMPIKIAN Sylvie, *Créez vos cosmétiques bio*. Mens : Terre Vivante, 2007.

ISBN 978-2-914717-28-1

KRAUS Christina, *Přírodní kosmetika pro každý den*. Praha: Grada, 2017.

ISBN 978-80-271-0165-8

PETR, Jiří, DLOUHÝ, Josef a kol., *Ekologické zemědělství*. Praha: Zemědělské nakladatelství Brázda, 1992. ISBN 80-209-0233-3

PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, *Ekologické zemědělství a biopotraviny, Otázky a odpovědi pro ekoporadny*. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2010.

ISBN 978-80-904223-2-2

SCOTT, Evelyn R. *Natural & Organic Beauty Recipes*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015. ISBN 978-1508651130

URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA, *Ekologické zemědělství*, Praha: MŽP, 2003.

ISBN 80-7212-274-6

SITOGRAPHIE

- Alphanova*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021] <https://alphanova.fr/fr/>
- Avis clients de Cattier-paris.com. *Avis Vérifiés*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.avis-verifies.com/avis-clients/cattier-paris.com>
- Avis clients de Coslys.fr. *Avis Vérifiés*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.avis-verifies.com/avis-clients/coslys.fr>
- Avis clients de Pulpedevie.com. *Avis Vérifiés*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021] <https://www.avis-verifies.com/avis-clients/pulpedevie.com>
- Avril*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021] <https://www.avril-beaute.fr>
- Avril. *Marques de France*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021] <https://www.marques-de-france.fr/listing/avril/>
- BDIH. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/bdih/>
- Bebutter. *Česká biokosmetika*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021] <https://www.ceska-biokosmetika.cz/znacka/bebutter/>
- Bebutter. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021] <https://obchody.heureka.cz/bebutter-cz/recenze/>
- Boho Green*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.bohocosmetics.com>
- Cannaderm. *CPKshop*. [En ligne]. [Consulté le 9 mars 2021] https://www.cpkshop.cz/CANNADERM-c20_0_1.htm
- Cattier*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021] <https://www.cattier-paris.com>
- Certifikace. *Bebutter*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021] <https://www.bebutter.cz/certifikace/>
- CERTIFIKÁTY. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 1 février 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/>
- Co je biokosmetika. *Zdraví online*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://www.zdravionline.cz/clanek/Co-je-biokosmetika>
- Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.coslys.fr/>
- Coslys, votre partenaire beauté bio au quotidien. *Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021] <https://www.coslys.fr/la-marque/notre-marque-coslys-votre-partenaire-beaute-bio-au-quotidien/>
- COSMEBIO. *BIOneeds*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://www.bionneeds.cz/certifikaty/cosmebio/>

COSMÉTIQUES BIO ET NATURELS. *Alphanova*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021]
<https://alphanova.fr/fr/#soins>

COSMETIQUE BIO - CHARTE COSMEBIO. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021] <https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cosmetique-bio---charte-cosmebio/>

Cosmétique : le Bio est-il meilleur que le naturel ? *Bio à la une*. [En ligne].
[Consulté le 20 janvier 2021] <https://www.bioalaune.com/fr/actualite-bio/6220/cosmetique-bio-il-meilleur-naturel>

COSMOS. *Alepi*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]
<https://www.alepiacz.cz/certifikaty/cosmos/>

CPK BIO. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cpk-bio/>

CPK. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 18 février 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/cpk/>

Définition du greenwashing. *Youmatter*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021]
<https://youmatter.world/fr/definition/greenwashing-definition-cest-quoi-le-greenwashing/>

Des cosmétiques bio fiables. *Alphanova*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021]
<https://alphanova.fr/fr/#soins>

ECOCERT. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 28 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/ecocert/>

Greenwashing: Jak se neekologické firmy lakují na zeleno? *Flowee*. [En ligne].
[Consulté le 26 janvier 2021] <https://www.flowee.cz/planeta/77-archiv-2017/eco/zivotni-prostredi/3261-greenwashing-jak-se-neekologicke-firmy-lakuji-na-zeleno>

ICEA. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/icea/>

IFOAM France. *IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL*.
[En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.ifoam.bio/about-us/our-network/national-groups/ifoam-France>

Institut national de l'origine et de la qualité (INAO). *Data.gouv.fr*.
[En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.data.gouv.fr/fr/organizations/institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite-inao/>

Institut national de l'origine et de la qualité. *Institut national de l'origine et de la qualité*.

[En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021] <https://www.inao.gouv.fr/Institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite>

Infos pratiques. *Marques de France*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]

<https://www.marques-de-france.fr/listing/pulpe-de-vie/>

Jak skutečně poznat, že se jedná o přírodní či bio kosmetiku ? *Lovime.bio*. [En ligne].

[Consulté le 20 janvier 2021] <https://www.lovime.bio/poradna-prehled/jak-skutecne-poznat-ze-se-jedna-o-prirodni-ci-bio-kosmetiku/>

Je to greenwashing, nebo ne ? Pět zelených strategií, kterými firmy matou. *StartupJobs*.

[En ligne]. [Consulté le 25 janvier 2021] <https://www.startupjobs.cz/newsroom/je-to-greenwashing-nebo-ne-tady-je-5-aktivit-na-ochranu-prirodu-na-kterych-si-to-predvedeme>

Kdo jsme. *KEZ*. [En ligne]. [Consulté le 18 février 2021] <https://www.kez.cz/nabidka-sluzeb>

Konvenční, přírodní a bio kosmetika – jaký je mezi nimi rozdíl ? *Zajímavé čtení pro moderní dobu | Poznání magazín*. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://poznanimagazin.cz/konvencni-prirodni-a-bio-kosmetika-jaky-je-mezi-nimi-rozdil/>

Konvenční, přírodní, bio a biodynamická kosmetika. *Die Nikolai biodynamická kosmetika*.

[En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021]

https://www.biodynamickakosmetika.cz/zajimavosti/10_rozdily-jednotlivych-druhu-kosmetik

La différence entre un cosmétique naturel, bio et vegan ? *Provence Chérie* [En ligne].

[Consulté le 20 janvier 2021] <https://provencecherie.com/difference-entre-cosmetique-naturel-bio-vegan/>

La marque Boho Green Make-Up. *Boho Green Make-Up*. [En ligne].

[Consulté le 18 mars 2021] <https://www.bohocosmetics.com/content/13-boho-green-make-up>

La qualité Avril. *Avril*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021]

<https://www.avril-beaute.fr/content/19-la-qualite-avril-cosmetique-bio-de-qualite>

Le marché de la cosmétique bio en pleine croissance en 2020. *CNEWS*.

[En ligne]. [Consulté le 13 mars 2021]

<https://www.cnews.fr/conso/2020-10-14/le-marche-de-la-cosmetique-bio-en-pleine-croissance-en-2020-1007814>

Les avantages et les inconvénients des produits cosmétiques Bio. *Produit Cosmétique*.

[En ligne]. [Consulté le 2 février 2021]

<https://www.produit-cosmetique.com/les-avantages-et-les-inconvenients-des-produits-cosmetiques-bio/>

Les avis Alphanova. *MondeBio*. [En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021]

<https://www.mondebio.com/vosavis.php?fabIDA=279>.
Les avis Avril. *MondeBio*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021]
<https://www.mondebio.com/vosavis.php?fabIDA=409>.
Les avis Boho Green. *Monde Bio*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021]
<https://www.mondebio.com/vosavis.php?fabIDA=628>.
Les organismes certificateurs. *Agence BIO*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021]
<https://www.agencebio.org/profil/pages-communes/les-organismes-certificateurs-en-france/>
LES 10 AVANTAGES DES COSMÉTIQUES BIO ET DU MAQUILLAGE BIO. *Aromatic provence*. [En ligne]. [Consulté le 2 février 2021]
<https://www.aromatic-provence.com/content/33-les-10-avantages-des-cosmetiques-bio-et-du-maquillage-bio->
List of vegan labels. *Vegan Official Labels*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021]
<http://vegan-labels.info>
Náš příběh. *Aromatica*. [En ligne]. [Consulté le 9 mars 2021]
<https://www.aromatica.cz/nas-pribeh/>
Náš příběh. *Bebutter*. [En ligne]. [Consulté le 10 mars 2021]
<https://www.bebutter.cz/nas-pribeh/>
NATRUE. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/natrue/>
NaTrue. *2 nature*. [En ligne]. [Consulté le 30 janvier 2021] <https://2nature.cz/natrue>
Nobilis Tilia. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 23 février 2021]
https://www.biooo.cz/znacky/nobilis_tilia/
Nobilis Tilia. *Econea*. [En ligne]. [Consulté le 23 février 2021]
<https://www.econea.cz/nobilis-tilia/>
Nobilis Tilia. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 24 février 2021]
<https://www.heureka.cz/znacky/nobilis-tilia/recenze/>
Nos engagements. *Avril*. [En ligne]. [Consulté le 26 mars 2021]
<https://www.avril-beaute.fr/content/162-nos-engagements-ecologiques>
Nos engagements. *Pulpe de Vie*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]
<https://www.pulpedevie.com/nos-engagements/>
Nos valeurs. *Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021]
<https://www.coslys.fr/la-marque/nos-valeurs/>
Notre histoire. *Coslys*. [En ligne]. [Consulté le 17 mars 2021]

<https://www.coslys.fr/la-marque/notre-histoire/>
O apotéce. *HAVLÍK APOTEKA R. 1928*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021]
<https://havlikovaapoteka.cz/cs/o-apotece>
O Cannadermu. *Cannaderm*. [En ligne]. [Consulté le 3 mars 2021]
<https://www.cannaderm.cz/o-nas>
O nás. *Purity Vision*. [En ligne]. [Consulté le 28 février 2021]
<https://www.purityvision.cz/stranka/o-nas>
ORGANIC SOIL ASSOCIATION. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 31 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/organic-soil-association/>
Přírodní a BIO kosmetika. *KRASA.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 26 janvier 2021]
<https://www.krasa.cz/prirodni-bio-kosmetika/>
Purity Vision. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 28 février 2021]
https://www.biooo.cz/znacky/purity_vision/
Purity Vision Růžová voda 250 ml. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021]
<https://pripravky-na-cisteni-pleti.heureka.cz/purity-vision-ruzova-voda-250-ml/#recenze/verified/3>
Quelles différences entre cosmétique bio et naturels ? *Pulpe de vie*. [En ligne].
[Consulté le 20 janvier 2021] <https://www.pulpedevie.com/blog/engagees-pour-la-planete/cosmetiques-bio-et-naturels-quelles-differences/>
Qu'est-ce que la cosmétique végan ? *Pulpe de vie*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021]
<https://www.pulpedevie.com/blog/engagees-pour-la-planete/quest-ce-que-la-cosmetique-vegan/>
Qu'est-ce qu'un OGM ? *Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation*. [En ligne].
[Consulté le 19 janvier 2021] <https://agriculture.gouv.fr/quest-ce-quun-ogm>
Qui est Avril ? *Avril*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]
<https://www.avril-beaute.fr/content/27-qui-est-avril-marque-cosmetique-bio>
Qui sommes-nous ? *Cattier*. [En ligne]. [Consulté le 18 mars 2021]
https://www.cattier-paris.com/fr/qui_sommes_nous
Qui sommes-nous. *Pulpe de Vie*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]
<https://www.pulpedevie.com/qui-sommes-nous/>
Recenze Cannaderm. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 8 mars 2021]
<https://www.heureka.cz/znacky/cannaderm/recenze/>

Recenze Havlíkova přírodní apotéka. *Heureka*. [En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021]
<https://www.heureka.cz/znacky/havlikova-prirodni-apoteka/recenze/>

Recenze Saloos. *Heureka*.
[En ligne]. [Consulté le 22 février 2021] <https://www.heureka.cz/znacky/saloos/recenze/>

Rozdíly mezi přírodní, bio, veganskou, clean a fairtrade kosmetikou, které byste měla znát.
Marianne. [En ligne]. [Consulté le 22 janvier 2021] <https://www.marianne.cz/clanek/rozdily-mezi-prirodni-bio-veganskou-clean-fairtrade-kosmetikou-ktere-byste-mela-znat>

Saloos. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 21 février 2021]
<https://www.biooo.cz/znacky/saloos/>

Stále oblíbenější a kvalitnější české značky s přírodní kosmetikou. *Novinky.cz*.
[En ligne]. [Consulté le 14 février 2021] <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/stale-oblubenejsi-a-kvalitnejsi-ceske-znacky-s-prirodni-kosmetikou-40328433>

Un Français sur deux achèterait des cosmétiques bio. *Fashion Network*.
[En ligne]. [Consulté le 13 mars 2021]
<https://fr.fashionnetwork.com/news/Un-francais-sur-deux-acheterait-des-cosmetiques-bio,1248070.html>

Utiliser les logos. *Agence BIO*. [En ligne]. [Consulté le 12 mars 2021]
<http://www.agencebio.org/vos-outils/utiliser-les-logos/>

Vegan. *BIOOO.CZ*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021]
<https://encyklopedie.biooo.cz/certifikaty/vegan/>

Vegan society (UK). *Vegan Official Labels*. [En ligne]. [Consulté le 24 janvier 2021]
<http://vegan-labels.info/vegan-society/>

Výhody BIO kosmetiky. *BIO kosmetika*. [En ligne]. [Consulté le 1 février 2021]
<https://biokosmetika.wordpress.com/2013/05/04/vyhody-bio-kosmetiky/>

Vývoj ekologického zemědělství v ČR od roku 1990. *Envi Web*. [En ligne].
[Consulté le 14 février 2021] <http://www.enviweb.cz/39281>

Zoom sur... Pulpe de Vie. *MadmoiZelle*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]
<https://www.madmoizelle.com/pulpe-de-vie-52944>

Značka české bio kosmetiky Havlíkova přírodní apotéka. *Nu springblog*.
[En ligne]. [Consulté le 1 mars 2021]
<https://www.nuspring.cz/blog/znacka-ceske-bio-kosmetiky-havlikova-prirodni-apoteka/>

1% POUR LE CORAIL, ÇA VEUT DIRE QUOI ? *Alphanova*.
[En ligne]. [Consulté le 24 mars 2021]

<https://alphanova.fr/2019/04/10/1-pour-le-corail-engagement-ecologique-alphanova-sun/>
10 actions anti-gaspi. *Pulpe de Vie*. [En ligne]. [Consulté le 25 mars 2021]
<https://www.pulpedevie.com/nos-10-actions-antigaspi/>

LISTE DES IMAGES

Image 1 – La certification de cosmétique vegan	13
Image 2 - La certification de la société Ecocert.....	15
Image 3 - La certification de la société Certifikovaná přírodní kosmetika	16
Image 4 - La certification de la société Natrue.....	16
Image 5 - La certification de la société Charte Cosmebio (la marque verte)	17
Image 6 - La certification de la société Charte Cosmebio (la marque bleue).....	17
Image 7 - La certification de la société Soil Association	18
Image 8 - La certification de la société BDIH	18
Image 9 - La certification de Cosmos	19
Image 10 - Le logo de Saloos	23
Image 11 - Le logo de Nobilis Tilia.....	24
Image 12 - Le logo de Purity Vision.....	25
Image 13 - Le logo de Havlíkova přírodní apotéka	26
Image 14 - Le logo de Cannaderm.....	27
Image 15 - Le logo de Bebutter	28
Image 16 - Le logo de l’Agriculture Biologique	30
Image 17 - Le logo de Coslys	32
Image 18 - Le logo de Boho Green.....	33
Image 19 - Le logo de Cattier	34
Image 20 - Le logo d’Alphanova.....	35
Image 21 - Le logo de Pulpe de Vie	37
Image 22 - Le logo d’Avril	38

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 - Âge des sondés français.....	40
Graphique 2 - Âge des sondés tchèques	41
Graphique 3 - Sexe des sondés	42
Graphique 4 - Compréhension de la composition des produits cosmétiques affichée sur l'étiquette (les consommateurs français)	45
Graphique 5 - Compréhension de la composition des produits cosmétiques affichée sur l'étiquette (les consommateurs tchèques).....	45
Graphique 6 - Facteur plus important (prix / qualité) pour les consommateurs lors du choix des cosmétiques	46
Graphique 7 - Lieux d'achat de produits cosmétiques par les consommateurs français	47
Graphique 8 - Lieux d'achat de produits cosmétiques par les consommateurs tchèques.....	48
Graphique 9 - Connaissance du concept de cosmétiques bio	49
Graphique 10 - Nombre de consommateurs français achetant des cosmétiques bio	50
Graphique 11 - Nombre de consommateurs tchèques achetant des cosmétiques bio.....	51
Graphique 12 - Raisons d'acheter des cosmétiques bio (les consommateurs français).....	52
Graphique 13 - Raisons d'acheter des cosmétiques bio (les consommateurs tchèques)	53
Graphique 14 - Raisons de ne pas acheter des cosmétiques bio (les consommateurs français)	54
Graphique 15 - Raisons de ne pas acheter des cosmétiques bio (les consommateurs tchèques)	54
Graphique 16 - Connaissance des marques de cosmétiques bio françaises par les consommateurs français.....	56
Graphique 17 - Connaissance des marques de cosmétiques bio tchèques par les consommateurs tchèques	57
Graphique 18 - Connaissance des marques de cosmétiques bio étrangers par les consommateurs français.....	58
Graphique 19 - Connaissance des marques de cosmétiques bio étrangers par les consommateurs tchèques	58
Graphique 20 - Connaissance des certificats de cosmétiques bio par les consommateurs français et tchèques.....	60

ANNEXE N° 1 - QUESTIONNAIRE FRANÇAIS

Bonjour,

Je m'appelle Andrea Hrabínová et je suis étudiante de master à l'Université Palacký à Olomouc en République tchèque. Afin d'obtenir des informations pour mon mémoire de master, je voudrais vous demander de remplir un court questionnaire anonyme sur le thème « La cosmétique bio en France ». Merci d'avance pour votre temps.

1. Quel âge avez-vous ?
2. Quel est votre sexe ?
3. Veuillez choisir parmi les réponses suivantes : Je suis étudiant, une personne qui travaille, chômeur, en retraite, autre
4. Quels facteurs vous influencent lors du choix des cosmétiques ?
5. Quel est le prix acceptable pour vous pour un produit cosmétique, spécifiquement pour un shampoing ?
6. Vérifiez-vous la composition sur une étiquette lors de l'achat de cosmétiques ?
7. Comprenez-vous la composition qui se trouve sur l'étiquette du produit ?
8. Qu'est-ce qui est le plus important pour vous lors du choix de cosmétiques ?
Prix/qualité
9. Où achetez-vous le plus souvent des cosmétiques ?
10. Avez-vous déjà entendu parler des cosmétiques bio ?
11. Achetez-vous des cosmétiques bio ?
12. Si vous achetez des cosmétiques bio, quelle est la raison ? Dans le cas contraire, pourquoi pas ?
13. Connaissez-vous l'une des marques de cosmétiques bio français ?
Coslys, Les Fleurs de Bach, Boho Green, Ecodis, Bocoton, Pulpe de Vie, Cattier, Alepia, Autre, Je n'en connais aucune
14. Connaissez-vous l'une des marques suivantes de cosmétiques bio étrangers ?
Weleda, Urtekram, Taoasis, Natura Siberica, Argital, SANTE, Uoga Uoga, Saloos, Purity Vision, Cannaderm, Autre, Je n'en connais aucune
15. Connaissez-vous l'un des certificats de cosmétiques bio suivants ?
Ecocert, BDIH, Cosmos, CPK BIO, ICEA, Charte Cosmebio, Natrue, Soil Association, Je ne connais pas un seul certificat

ANNEXE N° 2 - QUESTIONNAIRE TCHÈQUE

Dobrý den,

jmenuji se Andrea Hrabínová a jsem studentkou 2. ročníku magisterského studia na Univerzitě Palackého v Olomouci. Za účelem získání informací pro mou diplomovou práci bych Vás chtěla poprosit o vyplnění krátkého anonymního dotazníku na téma „Biokosmetika v České republice“. Předem děkuji za váš čas.

1. Jaký je váš věk?
2. Jaké je vaše pohlaví?
3. Vyberte prosím z následujících odpovědí: Jsem student, pracující osoba, nezaměstnaná osoba, důchodce, jiná
4. Které faktory vás ovlivňují při výběru kosmetiky?
5. Jaká je pro Vás přijatelná cena za kosmetický produkt, konkrétně za šampon?
6. Sledujete při nákupu kosmetiky její složení?
7. Rozumíte složení, které se nachází na etiketě produktu?
8. Co je pro vás při výběru kosmetiky důležitější?
Cena/kvalita
9. Kde nejčastěji nakupujete kosmetiku?
10. Slyšeli jste někdy o biokosmetice?
11. Nakupujete biokosmetiku?
12. Pokud nakupujete biokosmetiku, jaký je důvod? V opačném případě, proč ne?
13. Znáte některé z následujících značek české biokosmetiky?
Saloos, Cannaderm, Havlíkova přírodní apotéka, BeButter, Tierra Verde, Nobilis Tilia, Purity Vision, Semante by Naturalis, Jiná, Neznám ani jednu
14. Znáte některé z následujících značek zahraniční biokosmetiky?
Weleda, Urtekram, Taoasis, Natura Siberica, Coslys, Argital, Les Fleurs de Bach, SANTE, Boho Green, Uoga Uoga, Jiná, Neznám ani jednu
15. Znáte některé z následujících certifikátů biokosmetiky?
Ecocert, BDIH, Cosmos, CPK BIO, ICEA, Charte Cosmebio, Natrue, Soil Association, Neznám ani jeden

ANNOTATION

Nom et prénom de l'auteur :	Bc. Andrea Hrabínová
Faculté et département :	Faculté des Lettres, Département des études romanes
Titre de mémoire de master :	La comparaison du marché commercial tchèque et français avec les cosmétiques bio
Directeur :	doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.
Nombre de signes :	114 388
Nombre d'annexes :	2
Nombre de sources utilisée :	96
Les mots clés :	cosmétiques bio, marque de cosmétiques bio, France, République tchèque, consommateurs, marché

Caractéristiques de mémoire :

Ce mémoire de master est concentré sur la comparaison du marché tchèque et français avec les cosmétiques bio. Le travail est composé de trois chapitres. La première partie théorique contient les principales informations sur les cosmétiques bio. Le chapitre suivant traite de marché tchèque et français avec les cosmétiques bio, où sont surtout présentées les marques de cosmétiques bio proposées sur les marchés individuels. La dernière partie pratique analyse et évalue les réponses au questionnaire, qui a été présenté aux consommateurs français et tchèques. Le but de ce travail est de comparer la situation actuelle sur le marché tchèque et français avec les cosmétiques bio.

ANNOTATION (EN)

Author's name : Bc. Andrea Hrabínová
Faculty and department : Faculty of Arts, Department of Romance Studies
Title : Comparison of the Czech and French trade market with organic cosmetics
Supervisor : doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.
Number of characters : 114 388
Number of annexes : 2
Number of sources : 96
Key words : organic cosmetics, organic cosmetics brand, France, Czech Republic, consumers, market

Characteristics of the thesis :

This thesis is focused on the comparison of the Czech and French market with organic cosmetics. The work is divided into three chapters. The first theoretical part contains the main information about organic cosmetics. The following chapter deals with the Czech and French market with organic cosmetics, where the brands of organic cosmetics are offered on the individual markets. The last practical part analyzes and evaluates the responses to the questionnaire, which was presented to French and Czech consumers. The aim of this work is to compare the current situation on the Czech and French market with organic cosmetics.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2019/2020

Studijní program: Filologie
Forma studia: Prezenční
Obor/kombinace: Odborná francouzština pro hospodářskou
praxi (OFHP)

Podklad pro zadání DIPLOMOVÉ práce studenta

Jméno a příjmení: **Bc. Andrea HRABINOVÁ**
Osobní číslo: **F190613**
Adresa: **Za Humny 1528/3D, Ostrava – Polanka nad Odrou, 72525 Ostrava 25, Česká republika**
Téma práce: **Comparaison du marché commercial tcheque et français avec les cosmétiques bio**
Téma práce anglicky: **Comparison of the Czech and French trade market with organic cosmetics**
Vedoucí práce: **doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.**
Katedra romanistiky – francouzština

Zásady pro vypracování:

V úvodu autor představí pojem biokosmetika a bude se věnovat jejímu vývoji a motivaci spotřebitelů k nákupu. V hlavní části se bude zabývat porovnáním českého a francouzského trhu s biokosmetikou, kde se zaměří na konkrétní kosmetické značky.

Seznam doporučené literatury:

URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA. *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. Praha: MŽP, 2003.
AMAND, Laurence, LANGLOIS, Nathalie. *Agriculture biologique: Les grands principes de production et l'environnement professionnel*. Dijon: Educagri éditions, 2004.

Podpis studenta:

HRABINOVÁ

Datum:

1.7.2020

Podpis vedoucího práce:

Datum: