

*COSMETIQUES*

*BIOCIDES*

*DISPOSITIFS MEDICAUX*



*FORMULATION*

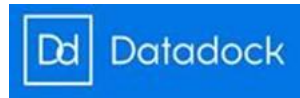
*REGLEMENTATION*

*FORMATION*



# LMIS

## LABORATOIRE MIDAC & INSTITUT SCIENTIS Experts Associés



Organisme de formation enregistré  
n° 1175 54659 75

COSMÉTIQUES	●	FORMATION
BIOCIDES	●	MICROBIOLOGIE
DÉTERGENTS	●	FORMULATION
DÉSINFECTANTS	●	RÉGLEMENTATION
DISPOSITIFS MÉDICAUX	●	MARKETING SCIENTIFIQUE



L'addition des compétences de deux sociétés pour l'évaluation de la sécurité de vos produits.

# ALLEGATIONS COSMETIQUES REGLEMENTATION ET MARKETING



Quelle place pour l'épigénétique ?

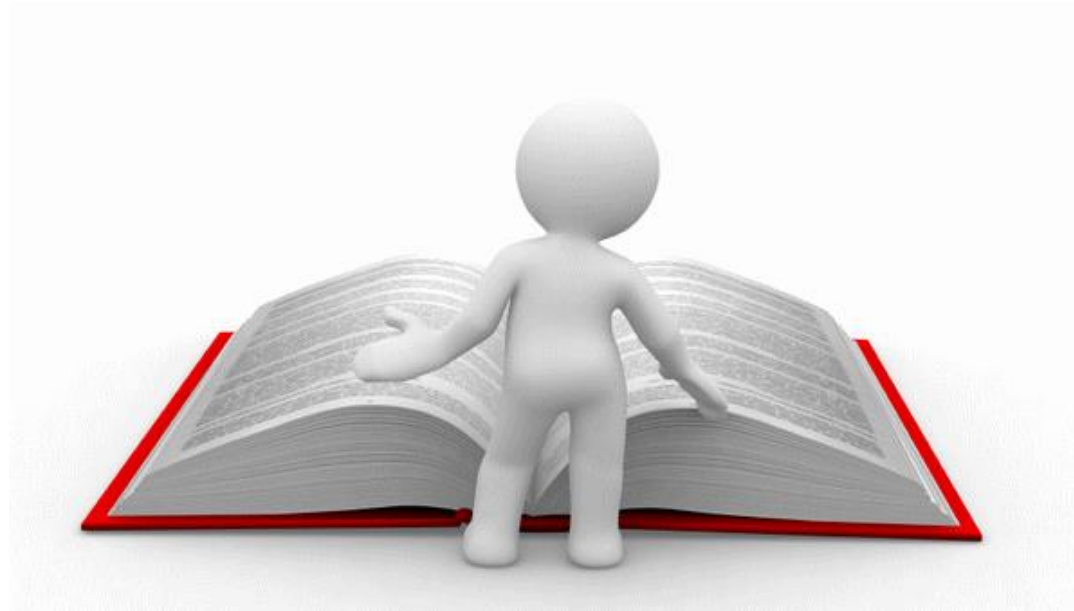


- I. Cadre réglementaire européen des produits cosmétiques
- II. Focus sur les allégations cosmétiques

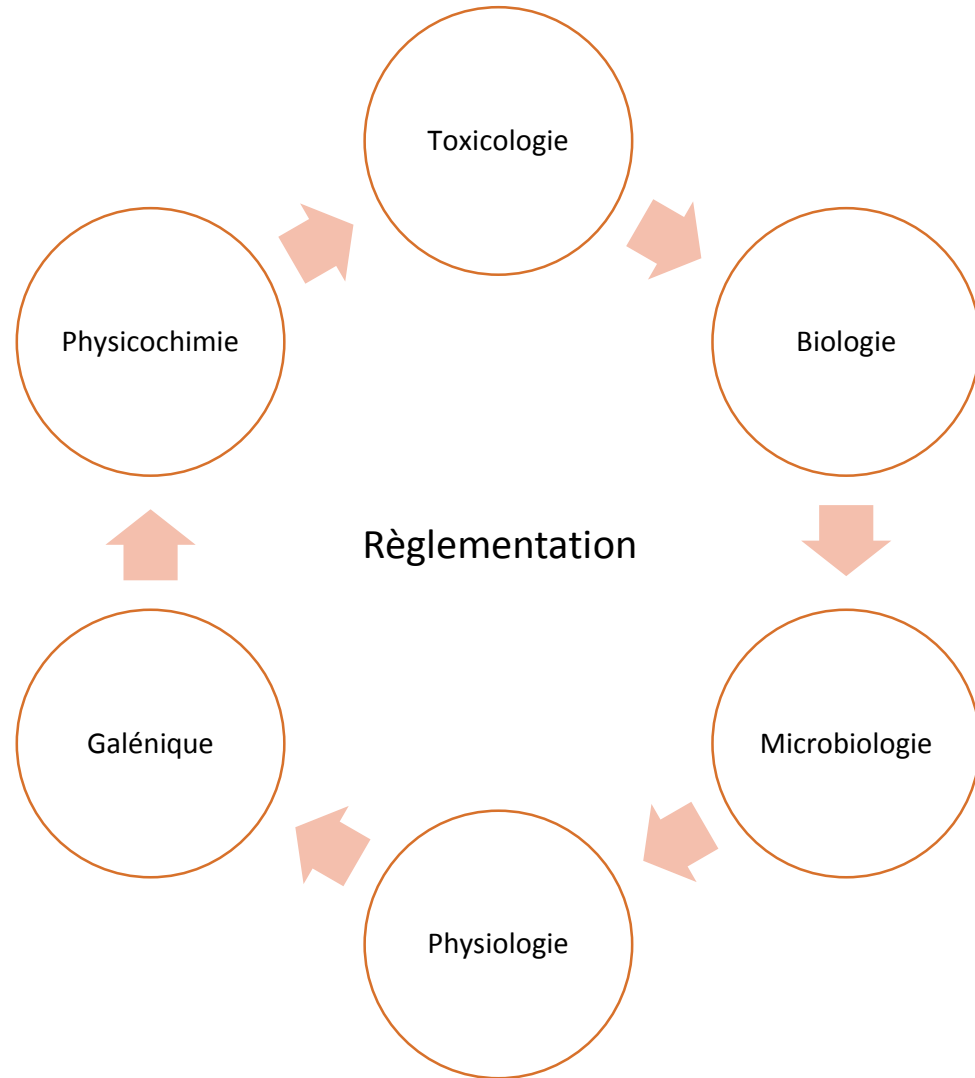
**C'est parti !**



# I. Cadre réglementaire européen des produits cosmétiques



## Introduction

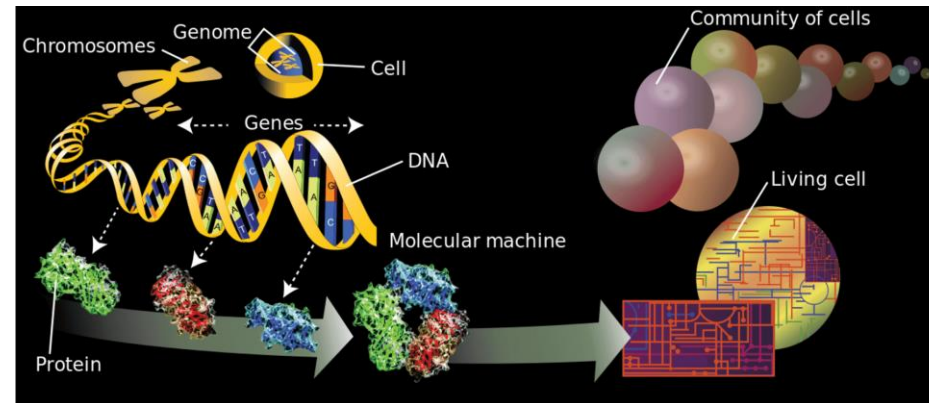


Mettre sur le marché **un produit cosmétique** nécessite de bien maîtriser la **réglementation** correspondante ...

**En génétique aussi ?!**

## A propos de l'épigénétique

L'être vivant peut s'adapter à l'exposome en générant des modifications dans l'expression de ses propres gènes et en les transmettant via des mécanismes épigénétiques.



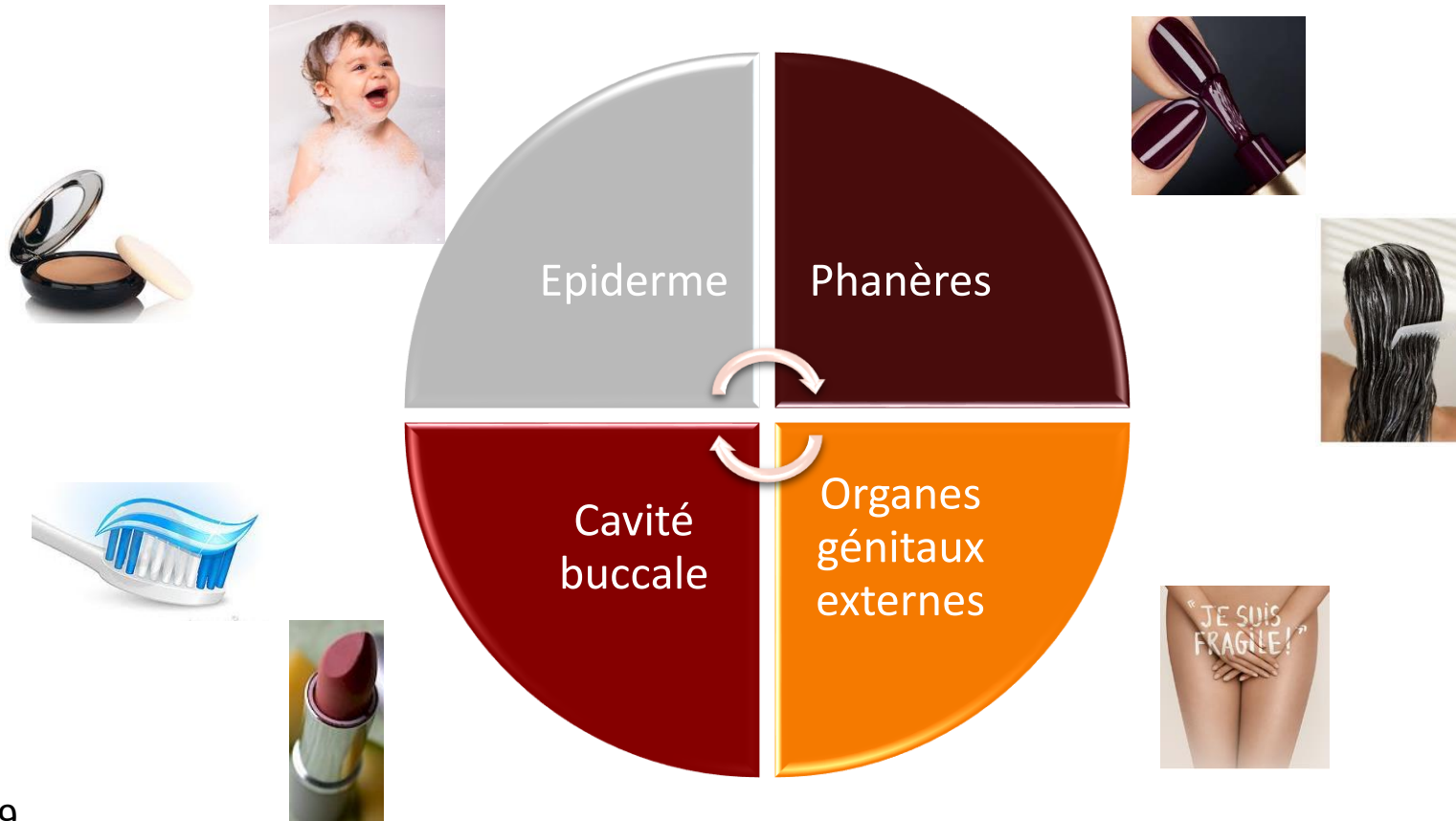
Aujourd'hui, il semble encore prématuré de répondre à la question « Un produit cosmétique appliqué sur la peau peut-il générer de telles modifications ? ».

Néanmoins l'appropriation du terme « épigénétique » commence à se répandre dans le secteur de la beauté.

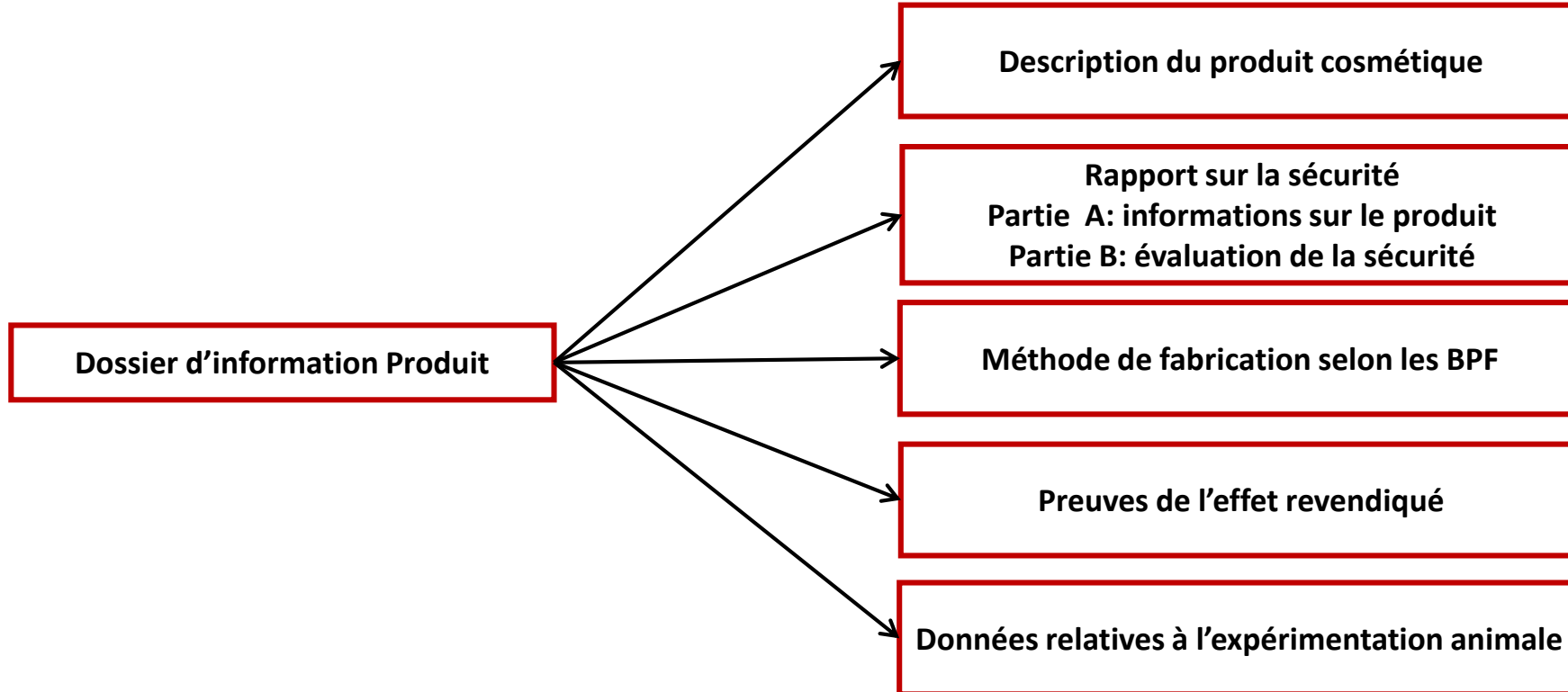


Quelles sont les exigences du règlement cosmétique au regard de ce type d'allégation ?

« Toute substance ou tout mélange destiné à être mis en contact avec les parties superficielles du corps humain (**épiderme, systèmes pileux et capillaire, ongles, lèvres** et **organes génitaux externes**) ou avec les **dents et les muqueuses buccales** en vue, exclusivement ou principalement, de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect, de les protéger, de les maintenir en bon état ou de corriger les odeurs corporelles. »

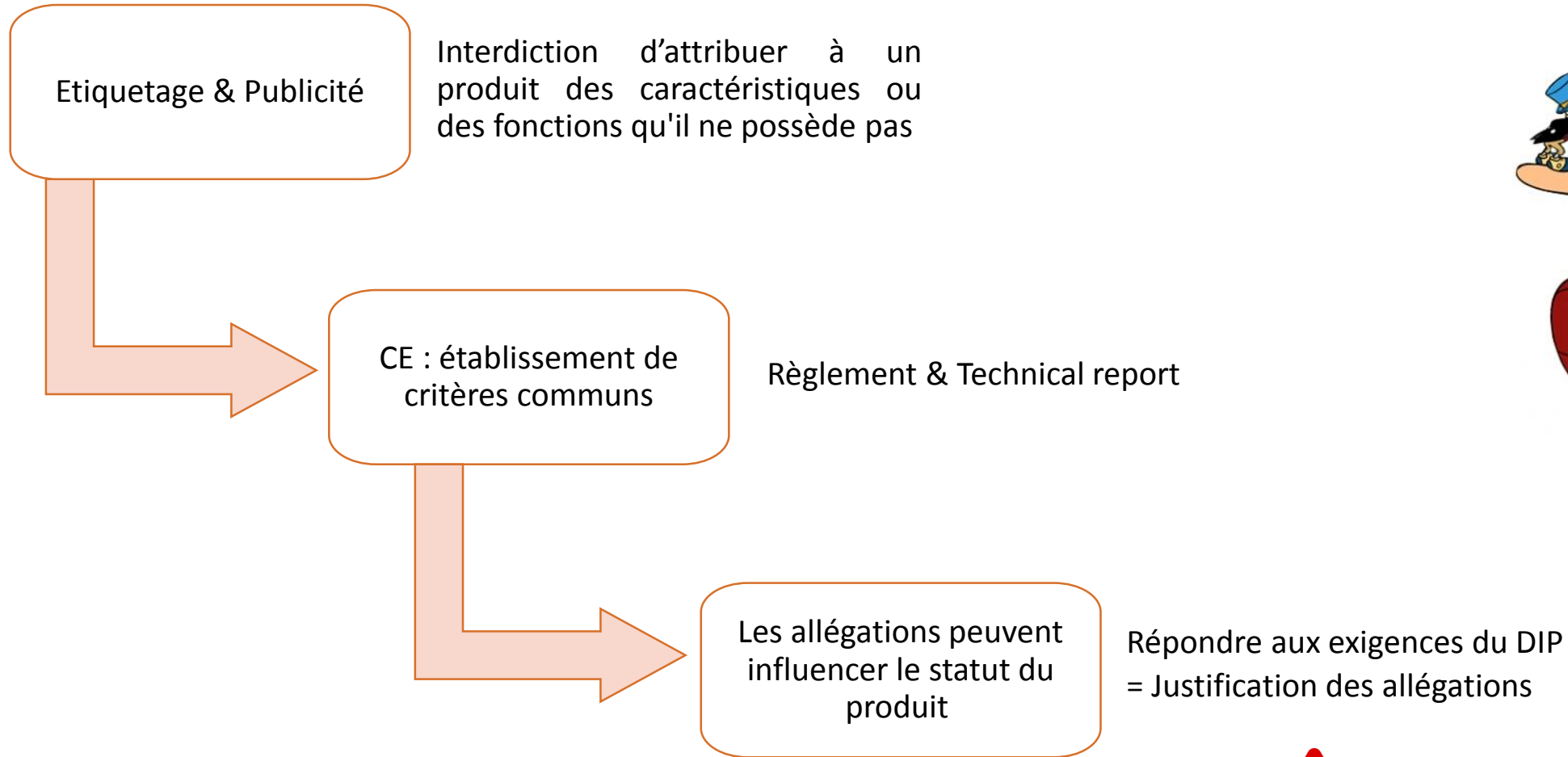






## II. Focus sur les allégations cosmétiques





Ne pas tromper le consommateur !



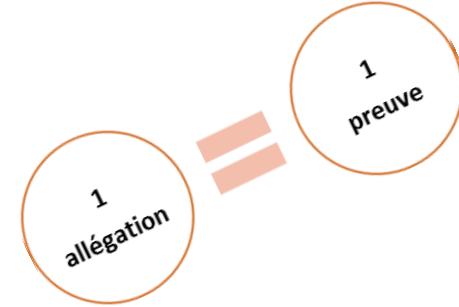
Allégations non conformes :  
Hors champ cosmétique / Non prouvées

**Les autorités compétentes demandent les preuves des effets revendiqués !**

- ❑ Règlement [n°655/2013](#) : liste des critères communs relatifs aux allégations pouvant figurer sur l'étiquetage des produits cosmétiques.
- ❑ Technical document on cosmetic claims ([Version juillet 2017](#))

Critères communs

Conformité aux lois	« Non testé sur les animaux » : interdite
Véracité	« Sans HYDROGEN PEROXIDE » (Produit de blanchiment avec UREA PEROXIDE): interdite
Fondement sur des preuves	<i>In vivo ≠ in vitro</i>
Honnêteté	« Sans conservateur » pour un parfum (fort % d'alcool) : interdite
Loyauté	Ne pas dénigrer la concurrence / ingrédients controversés
Permettre un choix avisé aux consommateurs	Sans substance d'origine animale (ok information pour les vegans)



Evaluation du produit fini directement

- Scorage : autoévaluation
- Mesures instrumentales
- Evaluations d'experts

**Comment savoir si un test relève de la loi RIPH?**

Bibliographie pertinente et fondée

- Ingrédient : Mise en évidence sur le produit (C° efficace dans le produit fini + Test sur le produit si la revendication lui est extrapolée)
- Produits similaires : Produits avec fonction / mode d'utilisation équivalents ou formules analogues

Extrapolation à partir de formulations similaires

- Besoin de prouver la pertinence de l'extrapolation
- Attestation d'équivalence signée par la personne responsable
- Gamme de produits dérivés

*Connaissance approfondie*

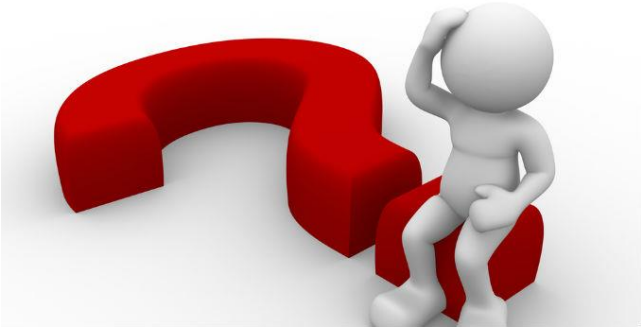
**Comment prouver un effet épigénétique sur le produit fini dans les conditions d'utilisation?**

**Quel sera l'impact de la loi RIPH ?**



**Epigénétique ?**





- Un produit cosmétique peut-il générer des modifications épigénétiques?
- Si oui, comment les prouver scientifiquement sur le produit cosmétique fini?
- Quelles allégations marketing possibles et accessibles à la compréhension du grand public?

**Rendez-vous lors de la table ronde ?**



**En attendant ...  
que dit le marketing aujourd'hui ???**



Merci pour votre attention !

Cosmétiques – Biocides - Dispositifs médicaux - Détergents



[www.institut-scientis.fr](http://www.institut-scientis.fr)



Pour toute question → [corinne.benoliel@scientis.fr](mailto:corinne.benoliel@scientis.fr)

- ❑ Spécialisée dans les domaines de la formulation, réglementation, microbiologie et marketing scientifique des produits cosmétiques, détergents, désinfectants (biocides et dispositifs médicaux).
- ❑ Fondatrice d'INSTITUT SCIENTIS, prestataire de service dans le domaine de la réglementation, la formulation et la formation des produits cosmétiques, biocides et dispositifs médicaux.
- ❑ INSTITUT SCIENTIS est organisme de formation, agréé par le Ministère de la Recherche.
- ❑ Docteur en Pharmacie, Experte microbiologiste, Evaluatrice de la sécurité sanitaire des produits cosmétiques et des ingrédients de parfumerie, titulaire d'un DESS de Marketing pharmaceutique. Membre expert des commissions AFNOR Antiseptiques et désinfectants chimiques/Cosmétiques. Formatrice auprès de professionnels et universitaires.
- ❑ Expériences professionnelles passées : Groupe ALES (Cosmétiques) / Laboratoire Prodene-Klint (Hygiène) / Directrice Scientifique de l'IRM (Institut de Recherche Microbiologique).