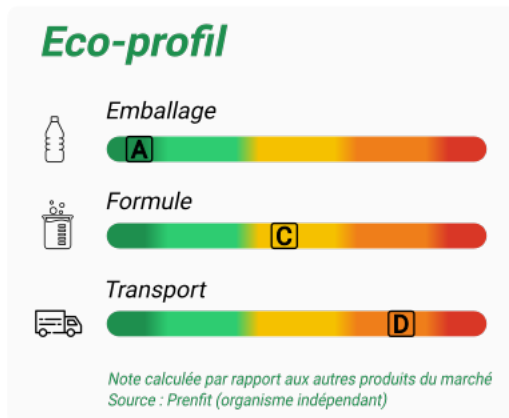




## Dossier de presse

*Lancement de l'Éco-Profil, le premier affichage environnemental indépendant des secteurs Hygiène-Beauté et Entretien-Nettoyage.*



### CONTACT PRESSE

Alban Fournier,

mail : [afournier@prenfit.com](mailto:afournier@prenfit.com) / tel : 06 30 87 84 86

Les secteurs de l'Hygiène-Beauté et Entretien-Nettoyage sont en mutation vers des produits plus sains et durables. Dans ce contexte, la **transparence et l'information consommateur** se renforcent afin de permettre une consommation plus responsable.

Aujourd'hui, les marques usent de labels et d'auto-déclarations pour mettre en avant leurs produits. Lors de l'acte d'achat, le **consommateur fait face à de nombreuses informations** parfois contradictoires rendant difficile l'identification des produits les plus vertueux. Par ailleurs, les produits cosmétiques et détergents ne sont pas concernés par l'affichage environnemental (note A-B-C-D-E) actuellement en cours d'expérimentation dans le cadre de la loi AGECE.

Dans ce contexte, Prenfit lance le **premier système d'affichage environnemental** indépendant du secteur. Son nouveau service, **Éco-Profil**, permettra aux entreprises de mettre en avant la performance environnementale de leurs produits sous la forme d'un score unique tandis que le consommateur bénéficiera d'une information fiable et intelligible lors de l'acte d'achat.

Prenfit est une startup française qui développe une **plateforme d'évaluation environnementale** des produits cosmétiques et détergents. La startup est incubée au sein de Telecom Paris et travaille déjà avec plusieurs entreprises du secteur.

## Un secteur qui plébiscite l'affichage environnemental

Les consommateurs européens sont de plus en plus sensibles aux enjeux sanitaires et environnementaux de leurs consommations. En 2019, dans un [sondage](#) effectué par Accenture auprès de 6 000 consommateurs, 81% des sondés envisagent d'acheter plus de biens éco conçus et 83% incitent les entreprises à réutiliser ou recycler leurs produits.

## Une recherche de transparence et d'informations fondées

Lors de l'acte d'achat, le consommateur fait face à de multiples informations parfois contradictoires (autodéclarations environnementales, labels, notation des applis consommateur, etc.). Par ailleurs, avec le développement de l'économie circulaire, l'argument environnemental est devenu clé pour les marques. Dans ce contexte, les allégations infondées considérées comme du greenwashing se sont développées ces dernières années.

Dans ce contexte, les consommateurs sont de plus en plus vigilants et recherchent des informations fiables. En 2017, seulement 24,7% des Français estimaient que les entreprises étaient honnêtes dans leur communication (d'après une étude Greenflex). Les consommateurs évoluent progressivement vers un profil de consomm'acteurs avec une prise de conscience de l'impact de leurs décisions d'achats sur l'évolution de l'offre.

Par ailleurs, les utilisateurs de produits cosmétiques et détergents ne bénéficient pas encore d'un affichage environnemental (note A-B-C-D-E) à grande échelle facilitant la comparaison de produits. En effet, aucun dispositif n'est disponible sur ce secteur contrairement à l'alimentaire et au textile. Pour l'alimentaire, l'Éco-Score en France et une [initiative](#) au Royaume-Uni prennent les devants tandis que le textile fait l'objet d'une expérimentation avancée dans le cadre du projet de [loi Climat et Résilience](#).

## Un renforcement du cadre règlementaire

Que ce soit en France ou au niveau européen, les incitations à la mise sur le marché de produits plus durables se renforcent.

La stratégie de croissance verte (Green Deal) annoncée fin 2019 par la Commission européenne cherche à mobiliser l'industrie en faveur de produits éco conçus. Deux des objectifs de ce plan (Économie Propre et Circulaire & Zéro Pollution) impactent directement les entreprises du secteur tandis que ces dernières font l'objet de la régulation la plus stricte dans le monde (cf. le règlement REACH et les règlements européens des produits cosmétiques et détergents).

En France, la loi AGECE et le projet de loi Climat et Résilience renforcent la transparence et l'information consommateur. Suite à la Feuille de Route Économie Circulaire (FREC), la loi Anti-Gaspillage et Économie Circulaire (AGECE) a mis en place un dispositif avancé d'affichage environnemental pour le secteur textile en 2020. Plus récemment, l'article 1er du projet de loi Climat et Résilience propose la mise en place d'un CO2 score pour plusieurs

secteurs (textile et produits électroniques notamment). Début 2021, la ministre Barbara Pompili a annoncé la mise en place d'un [ToxiScore](#) pour les produits ménagers d'ici 2022 afin de "permettre à chacun d'identifier la présence de substances chimiques dangereuses dans des produits du quotidien". De plus, l'ADEME vient de déployer (début 2021) plusieurs programmes de financement à destination des fabricants et des marques engagées dans des démarches d'écoconception.

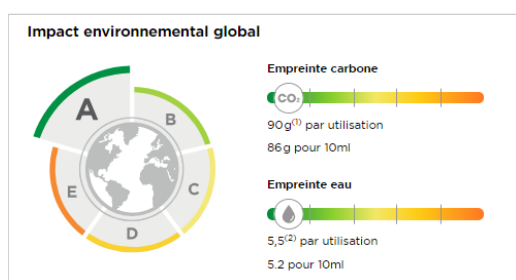
### Un dispositif win-win pour les producteurs et consommateurs

A l'image du Nutri-score pour les produits alimentaires et de la vignette énergétique pour les équipements d'électroménager, l'affichage environnemental gagne peu à peu les produits de grande consommation. Ce dispositif consiste à fournir au consommateur des informations quantifiées sur l'impact environnemental global d'un produit dans une logique cycle de vie, sous la forme d'une note entre A et E.

Malheureusement, jusqu'à aujourd'hui, aucun affichage environnemental n'est disponible pour les produits Hygiène-Beauté et Entretien-Nettoyage.

Seuls les groupes L'Oréal (avec l'outil [SPOT](#)) et Pierre Fabre (avec l'outil [Green Impact Index](#)) ont pu développer en interne un outil d'évaluation environnementale de leurs produits.

#### Outil SPOT (L'Oréal)



#### Outil Green Impact Index (Pierre Fabre)



A partir de septembre 2021, Preffit proposera le premier affichage environnemental indépendant des produits cosmétiques et détergents destiné à l'ensemble des marques et fabricants. Cette initiative permettra aux entreprises de renforcer la transparence de leurs produits et la mise en avant de leurs engagements durables. En parallèle, le consommateur bénéficiera d'une information fiable et intelligible permettant d'orienter ses décisions d'achats. Les entreprises pourront communiquer le score de leurs produits sur l'étiquette produit, sur les sites e-commerce ou sur les applications consommateurs.

## Prenfit dévoile le premier affichage environnemental des produits cosmétiques et détergents

### Présentation de la plateforme

Prenfit, start-up française, propose aux marques et fabricants de produits cosmétiques et détergents une plateforme d'évaluation environnementale de produits depuis janvier 2021.

Grâce à sa maîtrise du traitement de données de masse et de l'analyse de cycle de vie (ACV), la plateforme Prenfit rend accessible l'évaluation environnementale de produits.

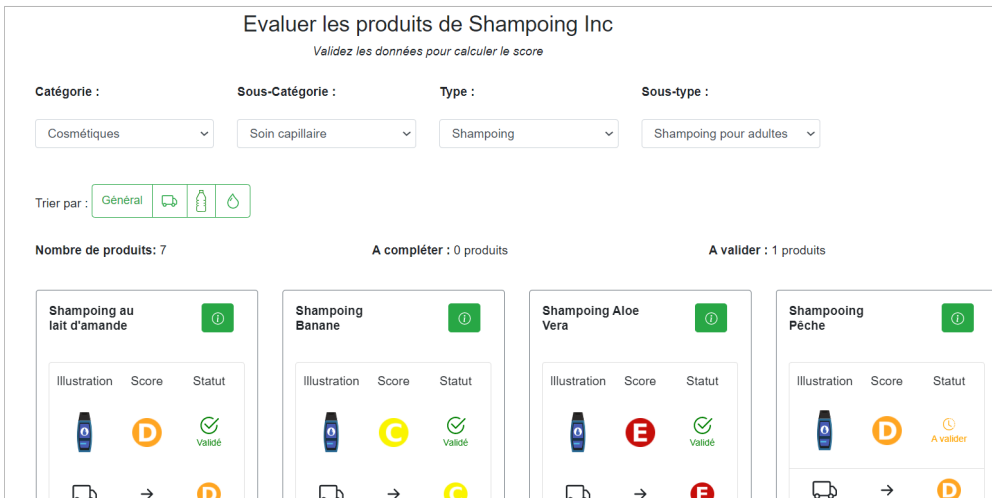
Le nom Prenfit provient de l'acronyme du référentiel européen d'évaluation environnementale produit : **P**roduct **E**nvironmental **F**ootprint (PEF).

Nos premiers clients utilisent la solution depuis janvier 2021, dont un sous-traitant cosmétiques (30m€ de CA), un laboratoire de tests solaires (1m€ de CA) et un groupe de détergents (40m€ de CA). Plusieurs discussions avancées sont en cours avec des acteurs majeurs de l'industrie tels que Sephora (groupe LVMH), le groupe Eugène Perma (76m€ de CA annuel) ou le groupe Anjac Health & Beauty (400m€ de CA annuel).

Les premiers clients de Prenfit utilisent la plateforme pour :

- **mesurer** l'impact environnemental de produits : benchmark des produits existants, comparaison de deux produits et comparaison par rapport au marché.
- **réduire** l'impact environnemental des produits : identification de pistes d'écoconception et modélisation de scénarios d'innovation.
- **communiquer** l'impact environnemental des produits : calcul et communication de l'Éco-Profil Prenfit (nouveau service lancé en septembre 2021).

### Illustration de la plateforme



The screenshot shows the 'Evaluer les produits de Shampooing Inc' interface. It features a header with the title and a sub-header 'Validez les données pour calculer le score'. Below this are four dropdown menus for 'Catégorie', 'Sous-Catégorie', 'Type', and 'Sous-type'. The 'Trier par' section includes 'Général' and three icons representing different sorting criteria. The main area displays a grid of product cards, each with an illustration, a score (D, C, E), and a status (Validé, A valider). The interface also shows 'Nombre de produits: 7', 'A compléter: 0 produits', and 'A valider: 1 produits'.

Produit	Score	Statut
Shampooing au lait d'amande	D	Validé
Shampooing Banane	C	Validé
Shampooing Aloe Vera	E	Validé
Shampooing Pêche	D	A valider

## L'Éco-Profil : un score unique pour mettre en avant ses produits

Avec son nouveau service Éco-Profil, Prenfit met à disposition des fabricants et des marques de produits cosmétiques et de détergents un affichage environnemental accessible de leurs produits. Les entreprises ont désormais la possibilité de calculer et communiquer la performance environnementale de leurs produits sous la forme d'une note A-B-C-D-E.

En termes techniques, ce nouveau système de notation est défini comme un éco-profil de type 3 (ISO 14025). Il se différencie du dispositif d'affichage environnemental en tant que dispositif non réglementé. En effet, le dispositif français d'affichage environnemental est piloté par l'ADEME et repose sur un socle technique (charte graphique, référentiels, bases de données, méthodologie de calcul du score unique, etc.).

A moyen terme, cet éco-profil est destiné à intégrer les dispositifs français et européen de l'affichage environnemental lorsque les produits Hygiène-Beauté et Entretien-Nettoyage seront concernés.

L'Éco-Profil est disponible sous deux formats qui peuvent être utilisés selon le contexte :



## A quels enjeux répondent les Éco-Profiles ?

### Pour le consommateur :

- adopter une consommation plus responsable grâce à une information fiable et accessible lors de l'acte d'achats (l'Éco-Profil est disponible sur l'étiquette produit, site e-commerce et/ou applis consommateur)
- soutenir les marques engagées dans la préservation de la planète et de la santé

### Pour les marques et fabricants :

- mettre en avant les démarches d'éco conception auprès du consommateur final
- anticiper la probable mise en place d'un affichage environnemental réglementé dans les prochaines années

### Cas d'usages :

- Mettre en avant ses produits dans les rayons grâce au logo sur l'étiquette
- Enrichir l'expérience produit du consommateur sur son site e-commerce
- Développer une nouvelle version plus durable d'un produit existant

- Mettre en avant ses produits dans les rayons grâce à l’affichage d’un QR Code (en cours de développement)

## CHIFFRES CLÉS

- 2020** Date de création de Preffit
- 2021** Incubation au sein de Telecom Paris
- 4** clients au premier semestre 2021
- 2** partenariats scientifiques
- 7** catégories de produit modélisées (shampoing, après-shampoing, nettoyant corps, dentifrice, lessive, vaisselle, désinfectant)
- 16** indicateurs environnementaux évalués (changement climatique, écotoxicité aquatique, acidification des sols, etc.)

## L'ÉQUIPE



**Alban Fournier**, co-fondateur (CEO) et contact presse

A travers 5 années d’expérience professionnelle en Industrie et Conseil, Alban a développé une expertise en gestion de projets complexes et évaluation environnementale de produits. Diplômé d’Audencia Nantes Ecole de Management, il crée Preffit en 2020.

Contact : [afournier@preffit.com](mailto:afournier@preffit.com) / 06 30 87 84 86



**Arnaud Pagniez**, co-fondateur (CTO)

Issu de l’Ecole Polytechnique, Arnaud s’est spécialisé en statistiques et traitement de données. Ses 4 années d’expérience professionnelle en tant que Data Scientist lui permettent de développer des modèles d’évaluation environnementale robustes.

Plusieurs profils seniors seront recrutés post-levée de fonds : développeurs fullstack, experts ACV, commerciaux et experts sectoriels. Une levée de fonds est prévue début 2022 afin d’accélérer notre croissance en nous entourant de profils spécialisés.

## POUR EN SAVOIR PLUS

Présentation de la plateforme Preffit : <https://preffit.com/product>

Blog Preffit : <https://preffit.com/blog>

