Octobre 2024

EUROFRAGANCE
La durabilité comme boussole

Fondée en 1990 à Barcelone, Eurofragance est une maison de composition qui crée des parfums de haute qualité pour des marques de parfumerie fine, ainsi que pour les secteurs de l'entretien de la maison, des soins personnels et des produits d'ambiance. Centrée sur une activité B2B, l'entreprise familiale a étendu sa présence mondiale, avec des usines en Espagne, à Singapour et au Mexique, ainsi que des partenaires aux États-Unis, en Chine et en Inde. Sa croissance repose sur un équilibre entre créativité, innovation et durabilité.

Eurofragance – Community Day

Depuis plus de trois décennies, Eurofragance ne se contente pas de créer des parfums inoubliables : la durabilité est au cœur de sa stratégie, guidant chaque personne qui participe à la vie de l'entreprise, ainsi que chaque étape de son processus de création. Diana March, Global Director of Sustainability and Technical Compliance Eurofragance, déclare : « Pour nous, la durabilité n'est pas une option, mais une boussole morale. » Ce principe se reflète dans l'approche de l'entreprise face aux ingrédients mais aussi régulièrement avec des actions communes en dehors de l'entreprise.

Il ne s'agit pas de parler naturalité uniquement, mais d'inscrire la durabilité plus largement dans toutes nos initiatives. Car si nous prenons la définition officielle selon la norme ISO-16128, un ingrédient naturel est considéré comme tel lorsqu'il est obtenu à partir de plantes, d'algues, de champignons, d'animaux, de microorganismes ou de minéraux, y compris ceux obtenus par des procédés physiques tels que le broyage, le séchage ou la distillation, la fermentation naturelle ou d'autres procédés de préparation (même traditionnelles) tels que l'extraction à l'aide de solvants sans modification chimique intentionnelle. Les ingrédients obtenus à partir de combustibles fossiles sont exclus.

Sans aucun doute, la naturalité n'est pas incompatible avec la production industrielle. En comprenant que dans cette fabrication industrielle, des pratiques éthiques et des processus durables ont été adoptés. De la même manière que l'on s'attend à ce que le processus d'obtention des ingrédients naturels suive de bonnes pratiques en matière environnementale, sociale et de bonne gouvernance. **L'enjeu n'est donc pas seulement olfactif, mais aussi éthique.**

L'EXEMPLE DE LA VANILLE ILLUSTRE BIEN CET ENGAGEMENT.

Diana explique : « Qu'est-ce qui est le meilleur, la vanille naturelle ou la vanilline synthétique ? Naturelle, elle provient d'une orchidée originaire du Mexique, cultivée notamment à Madagascar. Elle est précieuse, rare, et pose des défis de durabilité tant au niveau de l'approvisionnement que de la préservation des écosystèmes fragiles. En parallèle, la vanilline synthétique, issue de processus industriels, permet de réduire la pression sur les plantations tout en offrant une alternative à grande échelle ».

Qu'est-ce qui est le meilleur, la vanille naturelle ou la vanilline synthétique ?
La réponse n'est pas évidente.

Les deux ont leur place dans une palette, et les parfumeurs ont besoin des deux pour créer des parfums harmonieux. Cette vision nuance le débat sur l'authenticité des ingrédients.

LES QUATRE PILIERS DE LA DURABILITÉ CHEZ EUROFRAGANCE

Pour Eurofragance, la durabilité repose sur la sécurité, l'éthique des affaires, l'engagement communautaire et la gestion des ressources. Sur le plan de la sécurité, l'entreprise travaille à minimiser les risques liés aux ingrédients naturels, parfois plus allergènes qu'on ne le pense. En termes d'éthique, elle exige de ses partenaires qu'ils partagent ses valeurs et respectent les écosystèmes.
La communauté n'est pas en reste : les producteurs, les cueilleurs et toutes les personnes travaillant en amont doivent être rémunérés équitablement et valorisés, tout en étant accompagnés pour mettre en place des initiatives de préservation de la biodiversité. L'humain et l'ingrédient sont au cœur de cette mission. Enfin, la gestion des ressources est stricte : de l'approvisionnement responsable aux innovations comme les ingrédients synthétiques captifs développés par l'entreprise, Eurofragance innove pour réduire son empreinte environnementale.

ALLIER CRÉATIVITÉ ET RESPONSABILITÉ

En 2024, Eurofragance a d'ailleurs été récompensée pour tous ses efforts continus, recevant la médaille de platine d'EcoVadis en reconnaissance de ses initiatives en matière d'ESG. Une médaille qu'elle a obtenu haut la main avec une note qui la place dans le top 1 percentile de toutes les organisations évaluées par EcoVadis.

Laurent Mercier, CEO Eurofragance souligne « Notre réussite assure à nos partenaires et clients qu'ils peuvent compter sur nous pour contribuer efficacement à leurs objectifs de durabilité. La reconnaissance d'EcoVadis témoigne de notre engagement envers notre stratégie commerciale, notre philosophie de durabilité et la qualité dans tous les aspects de nos opérations ; mais surtout, cette récompense atteste de notre volonté de toujours aller plus loin pour la planète ».

Laurent Mercier, CEO Eurofragance et Diana March, Global Director of Sustainability and Technical Compliance Eurofragance

WWW.EUROFRAGANCE.COM

Document annexe : Eurofragance_Sustainability Report Executive Summary - Mai 2024

CONTACT PRESSE FRANCE : NATHALIE GARNIER P/ + 33 6 15 19 45 57 – NATHALIE@AGENCEWSW.COM