

TENDÊNCIAS DO USO DE PRODUTOS NATURAIS NAS INDÚSTRIAS DE COSMÉTICOS DA FRANÇA

Laís Mourão Miguel¹

Resumo

Os avanços das pesquisas em biotecnologia e as transformações recentes no perfil dos mercados de consumo têm propiciado novas oportunidades para diversos segmentos industriais contemporâneos e uma das inovações representativas desses processos está associada ao desenvolvimento de produtos cosméticos derivados de ativos naturais da biodiversidade. Sob essa perspectiva, algumas experiências internacionais têm se destacado no mercado mundial de cosméticos justamente pelo seu pioneirismo e liderança nessa modalidade de inovação, como é o caso do segmento desenvolvido na França. Dessa forma, o trabalho tem como objetivo identificar nesse país as principais etapas da cadeia produtiva dos cosméticos de origem vegetal, desde a produção das matérias-primas e produtos acabados, como também o desempenho comercial do setor, as novas exigências de certificação, dentre outros. A interpretação e as análises dos processos dominantes são feitas segundo o levantamento e a organização das informações de origem primária obtidas nos trabalhos de campo e dos indicadores secundários. A fim de ilustrar alguns dos seus principais circuitos produtivos, foi selecionado um grupo representativo de indústrias, associações de produtores e centros de pesquisa localizados na região de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Palavras chave: Bioindústria de Cosméticos, Produtos Naturais, Pesquisa e Desenvolvimento.

Eixo Temático: Abordagem da Geografia Econômica

¹ Geógrafa pela Universidade de São Paulo (USP). Mestre e Doutoranda em Geografia Humana pela USP. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). E-mail: laismourao@usp.br

1. Introdução

As últimas décadas têm registrado um crescimento do interesse nos produtos sob o rótulo de “naturais” e no caso da biodiversidade, ela ganha valor estratégico sobre os seus possíveis usos industriais e econômicos em diversos segmentos. Mediante essa tendência, cresce no mundo e, principalmente, nos países europeus, um mercado consumidor cada vez mais adepto das campanhas do chamado “consumo verde”, isto é, dos produtos elaborados com base em ativos naturais, como no caso dos desenvolvidos pela indústria de cosméticos, dentre outras. Estudos indicam que o mercado internacional de produtos naturais para cuidado pessoal segue um crescimento médio anual avaliado em torno de 8 a 25%. Os mesmos estudos apontam que para os mercados de produtos sintéticos, a taxa média de crescimento é inferior, girando em torno de 3 a 10% (JONES, A. e DUERBECK, K., 2004).

A expansão do consumo de produtos desenvolvidos com bases naturais vai de encontro com alguns dos novos valores da nossa sociedade contemporânea e que estão relacionados à qualidade de vida em geral, à beleza, ao bem-estar e ao prazer, onde a saúde, a estética, a juventude e a aparência saudável poderiam, dentre outros fatores, ser obtidas a partir do uso de ingredientes e formulações da “natureza”.

A demanda por esses tipos de produtos também está associada basicamente à crescente sofisticação dos mercados consumidores e o interesse pelo que é saudável e natural, à entrada de grandes empresas do setor nesse segmento, ao “marketing ambiental” ou “ecológico”, às mudanças nos indicadores demográficos com o envelhecimento da população de um modo geral e ao crescimento do interesse por produtos terapêuticos híbridos (fármacos e cosméticos), conhecidos por cosmeceúticos².

Desse ponto de vista, emerge uma questão acerca da importância do desenvolvimento tecnológico e do acesso às informações estratégicas associadas aos recursos naturais, isto é, da importância do avanço da ciência e da tecnologia (C&T) em

² Cosmeceúticos, denominados também de dermocosméticos ou cosméticos funcionais, são formulações de comprovada ação terapêutica e constituem uma combinação (ou híbridos) entre produtos cosméticos e farmacêuticos, cuja interação de seus ingredientes ativos seja benéfica à saúde e ao tratamento estético da pele. Os cosmeceúticos podem reparar tecidos danificados, proteger contra a radiação solar, entre outros. Em 1999, os principais mercados europeus para os produtos cosmeceúticos foram a Alemanha (€ 2.3 bilhões), França (€ 0.8 bilhões), Itália (€ 647 milhões), Inglaterra (€ 489 milhões) e Espanha (€ 426 milhões) (JONES, A. e DUERBECK, K., 2004).

diversos campos do conhecimento. No contexto de um ambiente de intensa competição internacional, os núcleos mais ativos no desenvolvimento de C&T avançada concentram-se ainda nos principais centros do poder mundial, sendo esses mais capazes de disputarem os novos mercados do competitivo cenário global atual e a biodiversidade entra no cerne do debate sobre as diversas experiências envolvendo novas tecnologias e os recentes sistemas de produção. Dessa forma, o presente artigo³ examina o processo de desenvolvimento e incorporação de produtos naturais nas indústrias de cosméticos da França, procurando destacar os principais circuitos desse segmento, desde a produção das matérias-primas e produtos acabados, como também o desempenho comercial do setor, as novas exigências de certificação, dentre outros.

2. Os produtos naturais nas indústrias de cosméticos

Segundo Capanema et al. (2007), cerca de 12 mil ingredientes em geral são utilizados na elaboração de produtos cosméticos e a padronização desses materiais é realizada a partir de um sistema de codificação dos ingredientes (International Nomenclature of Cosmetic Ingredient - INCI), que se baseia em nomenclaturas de acordo com listas internacionais utilizadas por cientistas e pesquisadores de todo mundo. Dessa forma, a composição dos diversos ingredientes é rotulada nas embalagens com uma identificação universal sem “distinção de idioma, caracteres ou alfabeto” (CAPANEMA et al., 2007, p.150).

Tomando como base a experiência acumulada na área de C&T e os estudos de mercado realizados até o momento, diversas matérias-primas, além das tradicionais, demonstram viabilidade técnica e econômica em diferentes segmentos industriais, e os produtos naturais têm se revelado uma alternativa aos produtos de origem animal e sintéticos. Dentre as matérias-primas com maior potencialidade econômica para o desenvolvimento de produtos naturais na indústria de cosméticos, destacam-se os diferentes tipos e frações de plantas medicinais e extratos vegetais, matérias-primas da

³ O artigo apresenta parte dos resultados obtidos nos trabalhos de campo realizados na França e do estágio de Doutorado Sanduiche desenvolvido no Institut des Hautes Études de l'Amérique Latine (IHEAL), vinculado a Université Paris III - Sorbonne Nouvelle, em 2010, com apoio financeiro da CAPES. O estágio integrou o projeto de cooperação internacional CAPES-COFECUB entre o Departamento de Geografia/USP e o IHEAL/Paris III.

flora tropical, como os corantes naturais, frutas, óleos vegetais, óleos essenciais e resinas.

As plantas medicinais possuem em sua composição princípios ativos utilizados em diversos tratamentos, servindo de base, principalmente, para os medicamentos fitoterápicos, mas também podendo ser aplicados na elaboração de novos produtos na área de cosméticos. Como todos os medicamentos, devem ter garantia de qualidade, efeitos terapêuticos comprovados, composição padronizada e segurança de uso para a população em geral. Quanto aos corantes naturais, além do desenvolvimento de novos aromatizantes, em especial para a indústria de alimentos e novos pigmentos para a indústria têxtil, o setor de cosméticos também utiliza corantes como material extremamente interessante para a produção de diferentes itens e produtos.

Diversas frutas também compõem a base para a formulação de cosméticos e têm sido utilizadas em diversos produtos, especialmente em cremes, xampus e condicionadores. A diversidade de princípios ativos presentes nas espécies frutíferas indicam grande potencial de aproveitamento industrial, sobretudo, das espécies de origem tropical. Já os óleos vegetais ou fixos são compostos basicamente por triglicerídios, extraídos normalmente por prensagem mecânica e apresentam difícil evaporação. Esses materiais têm seu uso difundido na indústria de cosméticos como ingredientes de bases, emolientes e hidratantes.

Dentre todos os produtos, um dos principais materiais de base natural para a produção de cosméticos diz respeito aos óleos essenciais. O uso de extratos e óleos essenciais nesta indústria e, em particular, no ramo de perfumes é muito antigo. No final do século XIX, com o desenvolvimento da química orgânica, descobriu-se a composição química dos óleos e dos extratos naturais e, como resultado dessas pesquisas, a indústria de perfumes ampliou significativamente sua produção (PALMA, 2000). Esses são obtidos basicamente através das técnicas de arraste a vapor, destilação e prensagem de sementes, frutos, flores, cascas e folhas. Por apresentarem características bioquímicas mais concentradas servem de matéria-prima para a composição de perfumes, mas as demais aplicações desses tipos de espécies oleaginosas também são encontradas nos segmentos industriais de alimentos, aromatizantes, bebidas, química e farmacêutica.

Em sua forma bruta ou processada, os óleos essenciais possuem componentes bioquímicos que são usados industrialmente como fixadores, fragrâncias, aromas e condimentos. Os materiais derivados da laranja, limão, hortelã, eucalipto, lima, citronela e lavanda constituem as principais bases para formulação de óleos essenciais utilizados nos diferentes segmentos. Na escala mundial de produção de óleos essenciais, cerca de 20 óleos representam quase 75% do total produzido (SHRINIVAS, P., 2009). Por outro lado, no mundo são registradas mais de 300 substâncias de aplicação industrial e mesmo que não representem grandes volumes de produção, envolvem importantes trocas comerciais.

Na França, os óleos essenciais de lavanda, lavandin, limão e os diferentes tipos de óleos-resinas e de soluções concentradas despontam como os principais óleos produzidos, comercializados e exportados. Dentre esses, a lavanda e o lavandin merecem destaque e representam o grupo das plantas tradicionalmente cultivadas no país.

3. Panorama das indústrias de cosméticos na França

De acordo com a literatura especializada e a auto-definição do setor, a indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos é um segmento da indústria química, vinculada à manipulação de fórmulas para o desenvolvimento de produtos de aplicação no corpo humano visando a limpeza, o embelezamento ou para alterar a aparência. O setor apresenta diversas interações com outros segmentos, como, por exemplo, a indústria farmacêutica e até mesmo a alimentícia. Desse modo, há certa dificuldade de delimitar as suas fronteiras externas e internas (GARCIA, R.; SALOMÃO, 2008), já que em geral, muitas empresas que produzem cosméticos também fabricam produtos de perfumaria e de higiene pessoal e parte delas desenvolve atualmente fortes interações com empresas de fora do seu segmento tradicional.

De acordo com os dados (2009) disponíveis no Instituto Nacional de Estatística e Estudos Econômicos da França (INSEE), existiam no país 994 indústrias⁴ que atuavam no mercado de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, representando um faturamento total em torno de €12 bilhões (incluindo sabões e

⁴ Nesta consulta, foram consideradas apenas as empresas com 20 ou mais assalariados.

produtos de limpeza, mas excluindo óleos essenciais e resinóides). Com exceção da indústria bélica, estudos apontam o setor de cosméticos francês como o quarto maior do país, seguido pelas indústrias de bebidas, automobilística e aeroespacial (MORETTI, C.; AUBERTIN, C., 2008). Este quadro exemplifica a importância e a participação do setor no conjunto da economia da França.

Os produtos de beleza, maquiagem e cuidado da pele, incluindo protetores solares, formam o maior grupo de indústrias, bem como as de maior faturamento. Na fabricação de óleos, as indústrias produtoras de óleos essenciais e aromáticos naturais também totalizam o maior grupo e em seguida as indústrias processadoras de misturas odoríferas e de resinóides (INSEE, 2009).

Dentre outros aspectos, o setor é intensamente caracterizado pela constante necessidade de inovações de seus produtos e processos, sendo considerado atualmente um segmento industrial profundamente dinâmico. A capacidade de inovação tecnológica e das atividades de P&D, a incorporação de novos insumos e princípios ativos, a produção de novas embalagens, entre outros, são alguns dos atributos indispensáveis para a competição dessas indústrias na economia de mercado e, sobretudo para o desenvolvimento de produtos mais diferenciados.

Dados da OCDE (2011) apontam as empresas como os principais agentes responsáveis pelas atividades de P&D na França, diferentemente do que acontece em outros países, como, por exemplo, no Brasil, onde a maior intensidade dessas atividades está vinculada aos governos. Em 2008, a indústria química francesa, da qual faz parte o setor de cosméticos, investiu cerca de €1,5 bilhões em P&D, representando 6,4% dos investimentos aplicados por todo o setor industrial do país (INSEE, 2009). Nos cosméticos, os componentes naturais têm sido um dos principais focos da pesquisa e inovação da indústria, sendo esses tipos de ingredientes mais significativos e concentrados em determinadas categorias e linhas de produtos, como nos de cuidado com a pele, seguidos dos produtos para cabelo e banho (JONES, A. e DUERBECK, K., 2004).

As empresas de cosméticos na França concentram-se em sua maioria em polos regionais, conhecidos no país como polos de competitividade, formados por indústrias, laboratórios, universidades, centros e institutos de pesquisa que visam, principalmente,

centralizar um conjunto de diversos mecanismos de desenvolvimento da sua estrutura produtiva, de cooperação, financiamentos e incentivos à ciência, tecnologia e inovação, etc. No caso dos cosméticos, eles são identificados especialmente em dois polos, o Cosmetic Valley (o maior deles, na região central) e o polo PASS (Pôle de Compétitivité Parfums, Arômes, Senteurs, Saveurs), que será detalhado mais adiante. Além desses, destaca-se o polo Trimatec, que apesar de não se dedicar exclusivamente ao setor, desenvolve pesquisas na área da nanotecnologia, com foco na extração de moléculas de plantas para o uso nas indústrias de alimentos, fármacos e cosméticos.

O panorama das indústrias no segmento dos bioprodutos indica que diversas empresas desenvolvem produtos com pequenas quantidades de ativos naturais, sobretudo, como estratégia de mercado. Dentre o grupo de grandes empresas mais representativas do setor no país, destacam-se a L’Oreal (maior indústria de cosméticos do mundo), a L’Occitane e a Yves Rocher. As duas últimas apresentam diversas linhas com matérias-primas naturais e os produtos são sofisticados e diferenciados, destinados em sua maioria para um público específico do mercado consumidor mundial. Esses tipos de produtos implicam altíssimos investimentos em C&T e de capacidade inovativa, sejam esses desenvolvidos internamente pelas indústrias ou em parcerias com laboratórios da área e outras instituições de pesquisa. Atualmente esse grupo desenvolve um amplo e diversificado conjunto de produtos com base em ativos naturais provenientes de diversos países, como da Índia, China, Filipinas, Malásia, Indonésia, Peru, Brasil, Argentina, EUA e também dos próprios países europeus (EUROSTAT, 2002).

Outra tendência relacionada aos cosméticos diz respeito à certificação e ao selo de origem das matérias-primas que atestem a qualidade aos produtos.

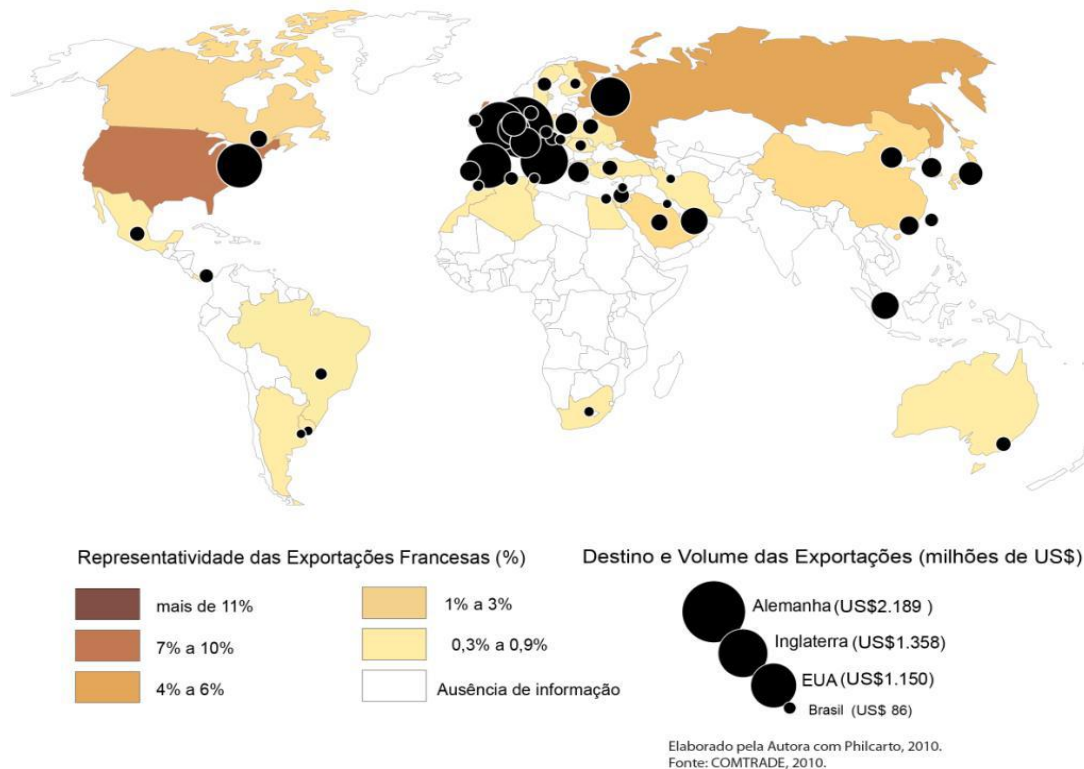
Esse aspecto tem se tornado cada vez mais presente no setor, especialmente naquelas indústrias mais inovadoras e que desenvolvem produtos com alto valor agregado e voltados também para exportação. Na Europa, diversos institutos e agências, como a Ecocert e a Cosmebio, destacam-se entre as principais entidades certificadoras de produtos naturais. Registre-se que cerca de 1.000 empresas de cosméticos e mais de 10 mil produtos estão inseridos na rede de controle e certificação de origem e qualidade das matérias-primas utilizadas pelas indústrias de cosméticos europeias (SHIELD,

2009). O organismo certificador dos cosméticos naturais é representado pela organização francesa Cosmebio e conta com o apoio de um grupo de laboratórios dedicados à normatização e padronização. Atualmente, a associação agrupa 200 membros e mais de 4 mil produtos são certificados.

Dentre os indicadores da expansão do setor, o mercado de consumo mundial registrou um intenso crescimento ao longo da última década, sendo computado nos dez maiores mercados do mundo US\$216 bilhões (EUROMONITOR, 2008). Neste cenário, a França detém o sexto maior mercado, participando com 4,9% do total. Interessante notar que os mesmos dados de 2008 demonstram que mercados emergentes, como da China e do Brasil, seguem num ritmo acelerado de crescimento, vinculado principalmente às recentes mudanças nos perfis de consumo, às novas demandas e do acesso aos produtos com a melhoria do poder aquisitivo da população em geral.

Em 2008, o comércio internacional de bens finais de perfumaria, óleos essenciais, cosméticos e produtos de higiene pessoal em todo o mundo envolveram mais de US\$ 84 bilhões de itens exportados e um crescimento de 12% entre o período de 2004 a 2008. Os principais países de exportação de produtos cosméticos são representados por aqueles com tradição no segmento, sendo a França o principal país exportador com US\$ 16,1 bilhões (19% das exportações mundiais), em seguida a Alemanha (US\$ 9,4 bilhões) e EUA (US\$ 8,4 bilhões). Os principais destinos das exportações francesas têm sido os países da União Européia, com destaque excepcional para o mercado alemão, onde foram movimentados mais de US\$ 2.189.136 bilhões, representando 13,6% das suas relações comerciais nesse segmento (FIGURA 1).

FIGURA 1 - Exportações Francesas de Óleos Essenciais, Perfumes, Cosméticos e Produtos de Higiene Pessoal – 2008



3.1 Os produtos naturais e os cosméticos na região de provence-alpes-côte d'azur

A fim de ilustrar alguns dos principais sistemas produtivos dos cosméticos naturais na França, a seguir são apresentados os exemplos mais representativos que se desenvolvem atualmente na região de Provence-Alpes-Côte d'Azur, localizada no sul do país. As informações aqui reunidas foram obtidas a partir de um conjunto de dados e materiais sobre o tema, bem como dos trabalhos de campo realizados nessa região, que envolveram visitas técnicas e entrevistas com dirigentes de um grupo de indústrias e centros de pesquisa e de desenvolvimento tecnológico.

Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA) é tradicionalmente conhecida como a região da França que concentra as plantas aromáticas e medicinais. Ela detém uma

extensa variedade de plantações de espécies que são utilizadas em diferentes segmentos industriais, sendo reconhecidas especialmente as “herbes de Provence” (ervas aromáticas) e os extensos campos de lavandas.

Como já dito anteriormente, a lavanda e o lavandin configuram o grupo de plantas com destaque nos diversos produtos da indústria de cosméticos, perfumaria e de higiene pessoal, daí o interesse no estudo dessas espécies.

Os óleos de lavanda são utilizados na produção de cosméticos, perfumes finos, medicamentos e na aromaterapia, e o lavandin, variedade híbrida do cruzamento da lavanda fina e da lavanda aspic, é destinado em sua maioria (90%) para a fabricação de sabão, amaciantes e detergentes (CIHEF, 2008). As culturas de lavanda e lavandin abrangem uma área de 12 mil hectares (ha) na região de PACA, sendo que a produção de lavanda representa 70% das áreas de cultivo desta espécie no país e equivale a 86% da produção nacional. O cultivo de lavanda rende cerca de 15kg/ha de óleo essencial, e o lavandin chega a produzir 100kg/ha. Por apresentar maior resistência e rendimento, as plantações de lavandin se multiplicaram para atender a demanda das grandes indústrias e, além disso, a expansão da produção em países concorrentes nas últimas décadas, como Bulgária e China, também impulsionaram as áreas de cultivo desta variedade na França.

Apesar do crescimento da produção, atualmente problemas de influência climática e pragas têm influenciado no decréscimo das áreas de cultivo dessas plantas e dos demais variados tipos de espécies aromáticas da região, como observado no quadro a seguir (AGRESTE, 2010).

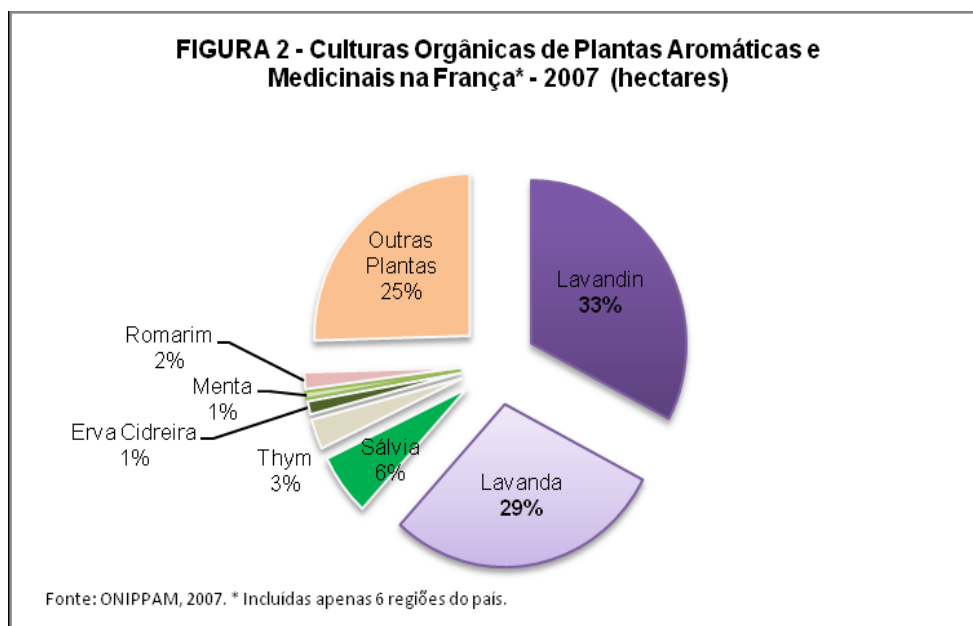
QUADRO 1 - Produção de Lavanda e Lavandin em Provence-Alpes-Côte d'Azur - 2009

Produção de Lavanda e Lavandin em hectares e toneladas	2009	Evolução (%)	
		2009/2008	2009/média entre 2004-2008
Área cultivada de lavanda (ha)	2.500	-1,8%	-17,3%
Produção de lavanda (ton)	41	2,1%	6,3%
Área cultivada de lavandin (ha)	9.440	-0,6%	-1,2%
Produção de lavandin (ton)	731	5,8%	11,8%

Fonte: AGRESTE, 2010.

Nesta região, as produções de lavanda e lavandin envolvem mais de 2 mil pequenos produtores, muitos deles agrupados em cooperativas, gerando também cerca de 25 mil empregos indiretos nesse circuito produtivo. Visando o aumento da produtividade, melhoramento genético, a otimização dos custos, entre outros, os centros e institutos de pesquisa instalados na região trabalham em parceria com as cooperativas e oferecem assistência técnica para os diversos pequenos produtores.

Outro aspecto deste circuito está relacionado à concorrência da grande produção das variedades sintéticas desenvolvidas pela Bulgária e China. Em resposta, a França tem expandido o cultivo do lavandin, mas em contrapartida também tem investido na mudança de seus sistemas produtivos com a introdução de matérias-primas orgânicas. Segundo a ONIPPAM (2007), existem mais de 3 mil hectares de culturas orgânicas e 1.882 produtores envolvidos nesses sistemas produtivos em seis das vinte e seis regiões administrativas da França, incluindo a região de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Do total de áreas cultivadas, 62% são destinadas às produções de lavanda e lavandin, e ressalta-se que a região de Provence concentra a maior parte das plantações dessas espécies. O cultivo da lavanda orgânica sempre superou o de lavandin, mas excepcionalmente no último inventário de 2007, a cultura da espécie híbrida excedeu as áreas de plantações da tradicional lavanda (FIGURA 2).



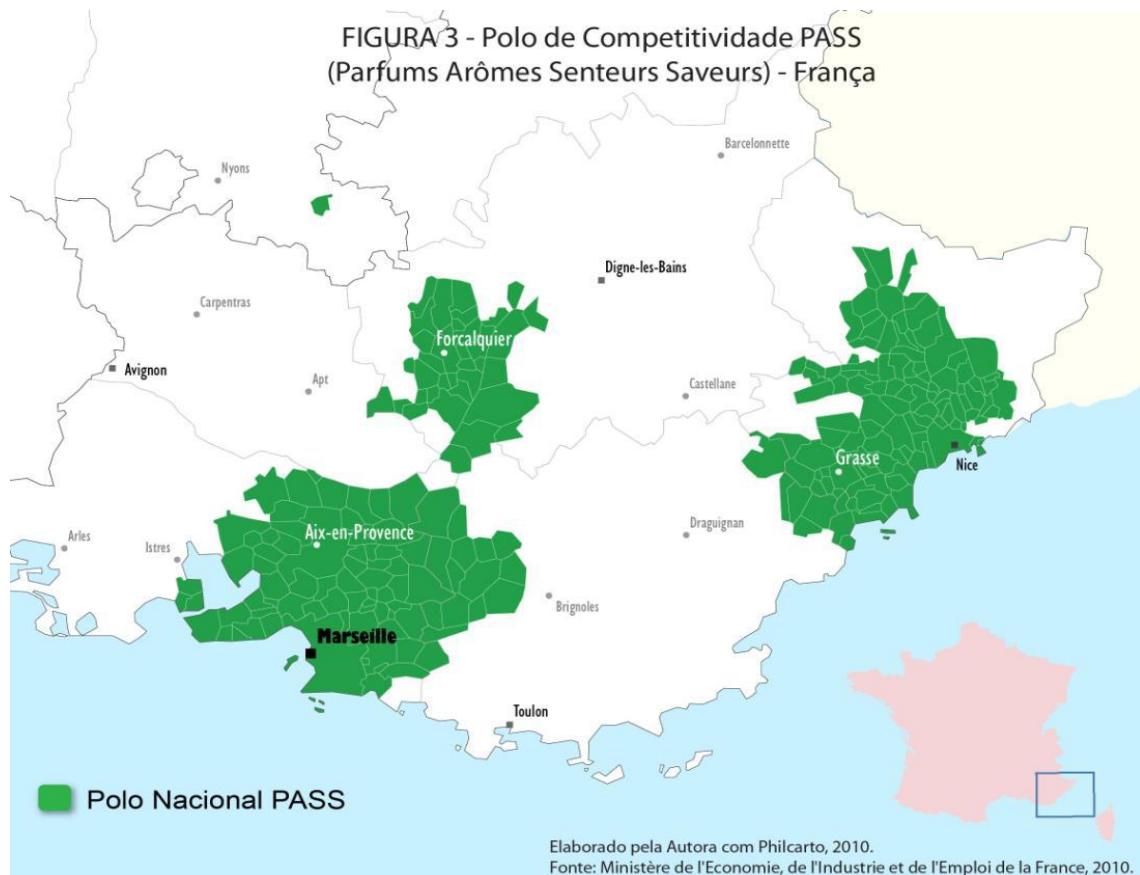
O quadro atual de crescimento das áreas de cultivos orgânicos traduz as novas tendências do mercado quanto ao desenvolvimento de produtos contendo ingredientes

naturais. Outro diferencial do setor tem sido a utilização dos mecanismos de certificação e a crescente regulação em torno do controle de qualidade dos produtos e, neste contexto, a região é uma das pioneiras na criação de selos de controle de origem das matérias-primas. Criado em 1981, o selo AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) atesta a produção de lavanda, bem como de outras espécies, estabelecendo normas de alto padrão e rigor de análises físico-químicas dos componentes dos óleos essenciais e assegurando produtos de alta qualidade. Carregando o nome da região, os óleos de lavanda certificados são mais caros que as espécies desenvolvidas pelos demais países (Bulgária, China e Ucrânia), no entanto tornam-se mais valorizados no mercado internacional e têm sido capazes de disputar os principais mercados importadores.

Dentre as grandes empresas mais representativas no segmento dos produtos naturais instaladas na região, destaca-se a L'Occitane en Provence, que desenvolve uma extensa gama de produtos inovadores e sofisticados. De acordo com a EUROSTAF (2008), ocupa o 14º lugar no ranking mundial das empresas líderes que se dedicam exclusivamente ao desenvolvimento de cosméticos e perfumes. Fundada em 1976, a empresa tem sua principal unidade de produção instalada em Manosque e atualmente tem mais de mil pontos de vendas em cem países. O principal destino das vendas de seus produtos tem sido o mercado asiático, seguido do europeu, americano e dos demais países emergentes. As matérias-primas, especialmente o óleo essencial de lavanda certificada com o selo AOC, são pré-processadas nas pequenas destilarias e fornecidas pelas cooperativas da região. Segundo a empresa, 100% da lavanda utilizada em seus produtos advêm de matéria-prima orgânica.

Sendo o setor de cosmético extremamente dinâmico e dependente do lançamento constante de produtos inovadores, as atividades de P&D são intensas e realizadas pela própria empresa ou em parceria com universidades, centros e laboratórios especializados, sendo estudadas anualmente cerca de 150 novas fórmulas e ingredientes para o desenvolvimento de novos produtos. Nesta empresa, os cremes faciais representam o grupo dos produtos com maiores investimentos de P&D e inovação, concentrando também as patentes. Registre-se que a L'Occitane integra o grupo das indústrias do Polo de Competitividade PASS e, dessa forma, também conta com incentivos e apoio em diversas atividades, como será apresentado a seguir.

Criado em 2005, o Polo de Cosméticos PASS (Pôle de Compétitivité Parfums, Arômes, Senteurs, Saveurs) concentra suas atividades em torno do circuito produtivo de 80 espécies de plantas aromáticas e medicinais cultivadas na “zona” no Polo (FIGURA 3), com destaque para a lavanda e o lavandin, que ocupam 16 mil hectares (90% de suas áreas de cultivo).



O Polo reúne centenas de representantes de toda a cadeia produtiva, desde produtores de matérias-primas e insumos, como de produtos acabados. Indústrias de diferentes áreas estão instaladas no Polo e não apenas aquelas envolvidas exclusivamente com o setor de cosméticos e perfumaria, como, por exemplo, as indústrias de alimentos e medicamentos, sendo desenvolvidas pesquisas em diversos níveis, englobando tanto as matérias-primas naturais, como também os materiais industrializados e sintéticos.

O PASS integra 550 empresas e uma rede especializada em pesquisa com 32 laboratórios que asseguram mais da metade da produção nacional dos ingredientes

(aromas, óleos, essências e fragrâncias) utilizados em cosméticos e perfumes. O faturamento do Polo gira em torno dos €3 bilhões anuais, equivalendo a 8% do total desses tipos de ativos vegetais em todo o mundo, sendo 70% da sua produção voltada para a exportação. Sua associação representativa é formada por sindicatos e 128 membros das indústrias, dos quais 97 são de pequenas e médias empresas. Além disso, o PASS concentra a maior parte das destilarias do país e envolve mais de 3 mil produtores de plantas aromáticas que movimentam mais de €40 milhões por ano.

O Polo centraliza seus esforços nas atividades de P&D, sobretudo nas pesquisas sobre extratos naturais da biodiversidade regional, incluindo um mega-projeto de estudos das plantas da região do Mediterrâneo em colaboração com outros países. Visando atrair e promover os sistemas de pesquisa e inovação, bem como, da competitividade do setor, o PASS recebe diversos incentivos e financiamentos do governo francês, favorecendo, assim, a formação de redes de parcerias consolidadas entre os diversos atores da cadeia produtiva desta região.

Considerações finais

As indústrias de cosméticos, perfumes e de higiene pessoal da França representam algumas das experiências pioneiras e líderes do mercado mundial de produtos naturais. As severas regras para a normatização dos produtos com ativos vegetais têm promovido uma “elitização” do segmento e as indústrias francesas têm demonstrado a capacidade necessária de internalização dos diversos procedimentos técnicos em seus processos produtivos para a aprovação e o licenciamento dos produtos. Finalmente, como apresentado, a França ocupa o 1º lugar no ranking mundial das exportações de produtos cosméticos e óleos essenciais, bem como, um avançado parque industrial e um sofisticado sistema de pesquisa e inovação que permitem as indústrias enfrentarem um mercado extremamente exigente e competitivo e, dessa forma, também se destacarem no segmento de produtos naturais, como indicam os recentes dados sobre o setor nesse país e no mundo.

Referências bibliográficas

- AGRESTE. La statistique, l'évaluation et la prospective agricole. Rapport de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Étude n° 51 - avril 2010.
- CAPANEMA, L. X. L.; VELASCO, L. O. M.; FILHO, P. L. P.; NOGUTI, M. B. Panorama da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Rio de Janeiro: BNDES Setorial, n. 25, p. 131-156, mar., 2007.
- CIHEF. Comité Interprofessionnel des Huiles Essentielles Françaises. Lavandins et Lavandes: Plantes aromatiques. Production et marche. Perspectives. Rapport, 2008.
- EUROMONITOR. www.euromonitor.com. Acesso em janeiro de 2011.
- EUROSTAT. www.ec.europa.eu/eurostat . Acesso em agosto de 2010.
- GARCIA, R.; SALOMAO, S. Relatório Final Setorial: cosméticos. Rede DDP - Diretório da Pesquisa Privada; FINEP, MCT: Brasília, Jan/2008.
- INSEE. Disponível em: www.insee.fr. Acesso em janeiro de 2011.
- JONES, A. e DUERBECK, K. Natural ingredients for cosmetics. EU Market Survey - 2004. Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI). Setembro, 2004.
- MORETTI, C.; AUBERTIN, C. Stratégies des firmes pharmaceutiques: la bioprospection em question. In.: Les marchés de la biodiversité. Paris: IRD, 2008.
- OCDE. Disponível em: www.oecd.org. Acesso em janeiro de 2011.
- ONIPPAM. Office National Interprofessionnel des Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales. Rapport, 2007
- PALMA, M. S. Estudo de Tendências dos Mercados Nacional e Internacional para Plantas de Usos Medicinal e Cosmético. Bioamazônia, São Paulo, 2000.
- PASS. Disponível em: www.pole-pass.fr . Acesso em dezembro de 2010.
- SHIELD, P. Global Natural Cosmetics Market: The Battle of the Standards Gains Pace. Article. 2009.
- SHRINIVAS, P. Market research data on Essential oils and absolutes used in fragrance and flavor industry. Article, 2009.