



AGENCE DE PROMOTION
DE L'INDUSTRIE ET DE L'INNOVATION

DÉTERGENTS ET PRODUITS D'ENTRETIEN

NOTE
SECTORIELLE
JANVIER 2018



CENTRE D'ETUDES ET
DE PROSPECTIVE INDUSTRIELLES

LISTE DES ABREVIATIONS

APII : Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation

ATE : Autres que Totalement Exportatrices

TE : Totalement Exportatrices

BMN : Bureau de Mise à Niveau

ICH : Industries Chimiques

INS : Institut National de la Statistique

MTND : Million de Dinars Tunisiens

mTND : Mille Dinars Tunisiens

MDCI : Ministère de Développement de l'Investissement et de la Coopération Internationale

INNORPI : Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle

PMN : Programme de Mise à Niveau

TCAM : Taux de Croissance Annuel Moyen

REACH: Registration, Evaluation and Authorization of CHemicals

CLP: Classification, Labeling and Packaging

FDS: Fiche de Données de Sécurité

TGAP : Taxes Générales sur les Activités Polluantes

IATA : International Air Transport Association

IMDG : International Maritime Dangerous Goods

RoHS : Restriction of Hazardous Substances

ADR : Accord for Dangerous goods by Road

PIC: Prior Informed Consent Regulation

SOMMAIRE

INTRODUCTION

I.SITUATION NATIONALE ET SEGMENTATION DU MARCHE

II.LA SOUS BRANCHE DU SAVON DE MENAGE

III.Ia SOUS BRANCHE DES DETERGENTS ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN

III.1. Détergents

III.2. Produits d'entretien -PE

IV.EVOLUTION TECHNOLOGIQUE

V.CARACTERISTIQUES GLOBALES DE LA SOUS BRANCHE SAVONS, DETERGENTS ET PRODUITS D'ENTRETIEN

V.1. ENTREPRISES, EMPLOIS ET PARTENARIAT

V.2. PARTENARIAT

V.3. PRODUCTION ET VALEUR AJOUTEE

V.4. ECHANGES EXTERIEURS

V.4.1. EVOLUTION DES EXPORTATIONS DE LA BRANCHE

V.4.2. Principaux Clients de la filiere savons et produits d'entretien

V.4.3. EVOLUTION DES IMPORTATIONS DE LA SOUS BRANCHE

V.4.4. Principaux FOURNISSEURS

V.5. TAUX DE COUVERTURE

VI.BENCHMARKING

VI.1. Détergents et produits d'entretien

VI.2. Eau de javel

VII.ANALYSE SWOT

VIII.REGLEMENTATION ET NORMALISATION : UN CADRE COMPLET ET COMPLEXE

VIII.1. L'univers réglementaire et normative

IX.TENDANCES ET PRODUITS PORTEURS

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Répartition de création d'entreprises par décennie

Tableau 2: Segmentation du marché des détergents et des produits d'entretien

Tableau 3: Répartition des entreprises par régime et par emplois

Tableau 4: Evolution de la production et de la valeur ajoutée

Tableau 5: Evolution des exportations (2013-2016)

Tableau 6 : Exportations des savons de ménage et des produits d'entretien

Tableau 7: Exportations de l'Eau de javel

Tableau 8: Evolution des importations

Tableau 9: Evolution des importations des savons et des produits d'entretien

Tableau 10: Principaux fournisseurs

Tableau 11 : Importations de l'eau de javel

Tableau 12: Taux de couverture

Tableau 13: Structure de la consommation des détergents

Tableau 14 : Répartition des ventes européennes des détergents et des produits d'entretien (En Milliards d'euros)

Tableau 15 : Répartition des ventes européennes par gamme de produit (En Milliards d'euros)

Tableau 16: Marché de l'eau de javel en Tunisie

LISTE DES FIGURES

Figure 1: Répartition régionale des entreprises

Figure 2 Répartition des emplois par partenariat

Figure 3 Part de marché des détergents dans la branche «Parachimie

Figure 4 Evolution des exportations entre 2013-2016

Figure 5 Répartition des parts des exportations des détergents

Figure 6 Evolution des exportations en quantités et en valeurs

Figure 7 Evolution des exportations de l'Eau de Javel entre 2013-2016

Figure 8 Principaux clients des savons et des produits d'entretien

Figure 9 Principaux clients de l'Eau de Javel

Figure 10 Evolution des importations

Figure 11 Parts des importations

Figure 12 Evolution des importations en quantités et en valeurs

Figure 13 Part des principaux fournisseurs

Figure 14 Taux de couverture

Figure 15 Répartition des ventes mondiales des détergents et des produits d'entretien (En Millions d'euros)

Figure 16 Répartition des ventes européennes des détergents pour linge (En milliards d'euros)

Figure 17 Répartition des ventes européennes des détergents pour vaisselle (En milliards d'euros)

Figure 18 Le cadre réglementaire régissant l'industrie des détergents

INTRODUCTION

Le premier produit s'apparentant au savon est apparu dès l'Antiquité. Composé d'un mélange de cendres, de graisses, de plantes (saponaire), d'argile à goudron et de détergents minéraux, ce produit ressemblait plus à une lessive qu'au savon. Le terme savon n'est apparu que plus tard chez les Celtes et les Germains. Il désignait une mixture de graisse de chèvre ou de suif et de cendres de bouleau. Le savon est resté longtemps un produit artisanal et n'a été produit industriellement en Europe qu'au XII^{ème} siècle. À cette époque, les fabriques les plus renommées étaient italiennes et espagnoles.

Le marché du savon ne s'est développé en France qu'au XV^{ème} siècle, avec l'apparition du « savon de Marseille ». Par rapport aux savons disponibles à cette époque, le savon de Marseille avait la particularité de ne pas utiliser de graisses animales comme matière première mais plutôt de l'huile d'olive.



I. SITUATION NATIONALE ET SEGMENTATION DU MARCHÉ



L'industrie du savon de ménage en Tunisie date de plusieurs dizaines d'années. Les matières premières utilisées étaient basées sur l'huile de grignon locale et la soude importée. Mais avec la rareté du grignon, les industriels font appel à l'importation de l'huile de substitution, telle que l'huile de palme. Cependant, depuis une dizaine d'années, cette industrie a stagné avec l'arrivée massive des détergents en poudre et liquide. Cette situation s'amplifiera avec l'expansion des machines à laver le linge et la vaisselle. Quant à l'industrie des détergents liquides, elle date de 1943 et celle des détergents en poudre date de 1960.

Tableau 1: Répartition de création d'entreprises par décennie

Décennie	50	60	70	80	90	2000	2010
Nombre	1	1	7	2	9	13	7

Source : API Juin 2017

Deux grandes unités fabriquent entièrement le détergent, à savoir la fabrication du tensioactif, la formulation et l'atomisation. Quatre autres unités, de taille plus petite, le fabriquent partiellement à partir de tensioactif importé et ne font que la formulation et l'atomisation. Les détergents liquides pour la vaisselle, les plus récents, commencent à s'introduire avec force ainsi qu'une multitude d'autres détergents et produits d'entretien pour la vitre, le sol, etc. Depuis les années 70, environ 170 entreprises (PME) de produits d'entretien, dont notamment l'eau de javel et les détergents liquides, sont répandues à travers tout le pays. On dénombre 40 unités ayant un effectif supérieur ou égal à 10 personnes.



La sous branche « savons, détergents et produits d'entretien » est constituée de deux parties distinctes, à savoir celle des savons « savons de ménage » et celle « des détergents et produits d'entretien ». Ces deux parties sont représentées au sein de la Fédération Nationale de la Chimie par deux Chambres syndicales.



II. LA SOUS BRANCHE DU SAVON DE MENAGE

Elle est caractérisée par la coexistence de l'activité industrielle et artisanale. Il est à noter que les savons de ménage produits par cette sous-
branche sont de plus en plus substitués par des articles plus élaborés,
tels que le savon semi-toilette et le savon liquide. Sur le marché local, on
recense une vingtaine de types de savons de ménage ayant les mêmes
dimensions et les mêmes poids mais légèrement différents de couleur

”

III. LA SOUS BRANCHE DES DETERGENTS ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN

III.1. DETERGENTS

Deux grandes unités fabriquent entièrement le détergent, à savoir la fabrication du tensioactif, la formulation et l'atomisation. Quatre autres unités, de taille plus petite, le fabriquent partiellement à partir de tensioactif importé et ne font que la formulation et l'atomisation. Les détergents liquides pour la vaisselle, les plus récents, commencent à s'introduire avec force ainsi qu'une multitude d'autres détergents et produits d'entretien pour la vitre, le sol, etc. Depuis les années 70, environ 170 entreprises (PME) de produits d'entretien, dont notamment l'eau de javel et les détergents liquides, sont répandues à travers tout le pays. On dénombre 40 unités ayant un effectif supérieur ou égal à 10 personnes.

III.2. PRODUITS D'ENTRETIEN -PE

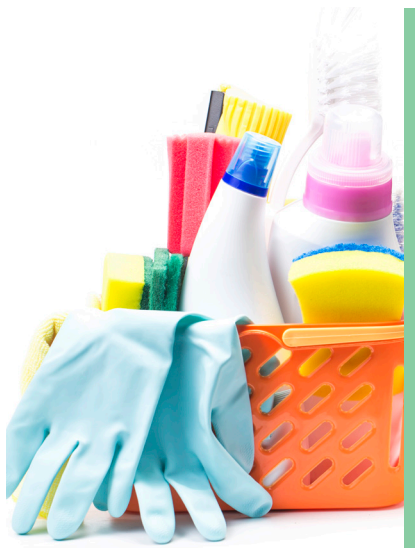
Les PE concernent l'eau de javel, les désinfectants, les désodorisants, désinfectants, détartrants et cristaux de soude. Les PE représentent 10% du marché de la sous- branche détergents et PE . L'eau de javel représente 90% du marché des produits d'entretien.

Tableau 2: Segmentation du marché des détergents et des produits d'entretien

Désignation	Produit	Utilisation	Part de marché	Part de marché des s/branches	
Détergents	Poudres	lavage main-machine	63%	73%	100%
	Liquides	vaisselle, sols & autres	10		
Produits d'entretien	Eau de javel	eau de javel & autres	20%	27%	
	Autres produits	désodori, détar,soude	7%		

Source : INS

IV. EVOLUTION TECHNOLOGIQUE



La technologie a peu évolué durant la dernière décennie pour la fabrication de poudres détergentes. En Tunisie, deux sociétés multinationales contrôlent environ 90% du marché. Ces deux sociétés sont intégrées c'est –à-dire qu'elles fabriquent le détergent (l'acide sulfonique) à la base de la formulation des poudres à partir du LAB (linear alkyl benzène) qu'elle achète sur le marché international.

En ce qui concerne, la fabrication de l'eau de javel, le procédé est ancien et les seules améliorations possibles se situent dans l'automatisation du procédé. Certaines sociétés ont une approche très concrète de la qualité dans les procédures de fabrication et les contrôles des produits finis. Pour d'autres, le contrôle est trop superficiel et manque de rigueur.



V ● CARACTERISTIQUES GLOBALES DE LA SOUS BRANCHE SAVONS, DETERGENTS ET PRODUITS D'ENTRETIEN

V.1. ENTREPRISES, EMPLOIS ET PARTENARIAT

Les produits d'entretien, y compris l'eau de javel, sont fabriqués par 170 entreprises qui sont en majorité des PME et dont 40 unités ont un effectif supérieur à 10 emplois. A ces 170 entreprises s'ajoutent près de 100 micro -entreprises du secteur informel qui conditionnent l'eau de javel et quelques autres produits d'entretien courants.

La sous branche regroupe une quarantaine d'entreprise (40) ayant 10 emplois et plus opérant dans cette industrie de détergence qui sont répartis de la façon suivantes

Figure 1: Répartition régionale des entreprises

GOVERNORAT **NORD**

ENTRPRISES

43%

EMPLOIS

60%

GOVERNORAT **CENTRE**

ENTRPRISES

28%

EMPLOIS

21%

GOVERNORAT **SUD**

ENTRPRISES

30%

EMPLOIS

19%



Tableau 3: Répartition des entreprises par régime et par emplois

	TE		NTE		TOTAL	
Sous branche	Nombre ETS	Emplois	Nombre ETS	Emplois	Nombre ETS	Emplois
Savons, détergents et produits d'entretien	2	57	38	2222	40	2279

Source: API2017

33% des entreprises dont 13 unités sont implantées dans le Grand Tunis spécifiquement dans le gouvernorat de Ben Arous avec 7 unités, suivi par le gouvernorat de Tunis avec 5 unités. Ceci est expliqué par la proximité du port, des grandes surfaces et les grandes entreprises de distribution et la consommation qui varie entre les gouvernorats de la Tunisie. En terme d'emplois, la région du Grand Tunis accapare la part de lion avec 39% des emplois de la sous branche (soit 894 personnes), suivie par le gouvernorat de Nabeul (lieu d'implantation du leader de fabrication de l'eau de javel qui emploie 400 personnes) avec 427 personnes

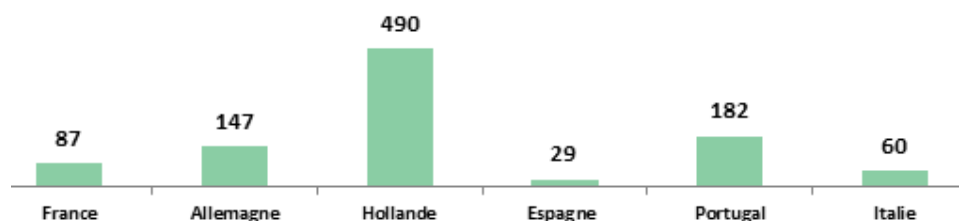


LA RÉGION DU CENTRE ET DU SUD EMPLOIENT RESPECTIVEMENT 473 ET 419 PERSONNES

V.2. PARTENARIAT

Six entreprises sont en partenariat avec la France, l'Italie, l'Allemagne, l'Espagne, la Hollande et le Portugal. Ces entreprises emploient 41% de l'emploi total de cette sous branche.

Figure 2 Répartition des emplois par partenariat



Source: API2017

03 unités sont à capitaux 100% étrangers dont une unité travaille pour l'export. Elles emploient 234 personnes dont 63 % appartenant dans une unité allemande.

V.3. PRODUCTION ET VALEUR AJOUTEE

Faisant partie de la branche « Parachimie », la production de la sous branche « Savons, parfums et produits d'entretien » a évolué avec un TCAM de 4.3% sur la période (2013-2015) en passant de 442 MTND en 2013 à 490 MTND en 2016.

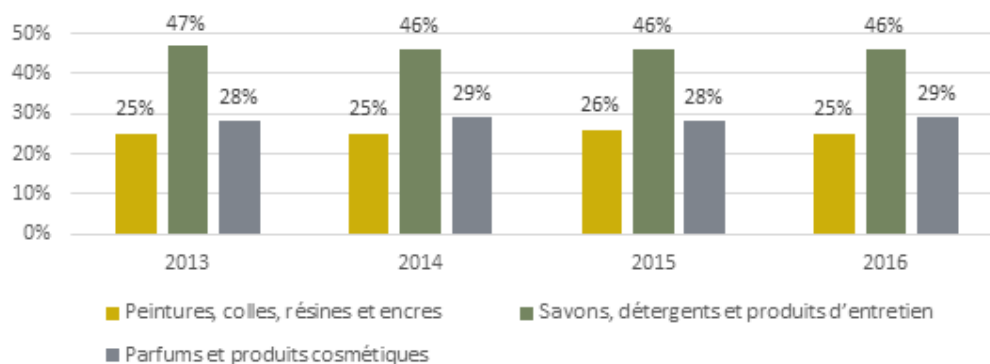
Tableau 4: Evolution de la production

	2013	2014	2015	2016	TCAM
Savons, détergents et produits d'entretien (en MTND)	442	453	458	490	2.7
Total de la branche « Parachimie »	942	975	1000	1064	3.2
Total de la branche « Parachimie »	47%	46%	46%	46%	

Source : MDCI

La valeur ajoutée évolue au même rythme que la production, et représente en moyenne 30% pour la même période. Cette sous branche représente une part moyenne constante de 47 % de la production totale de l'industrie de « Parachimie » durant les trois dernières années.

Figure 3 Part de marché des détergents dans la branche "Parachimie"

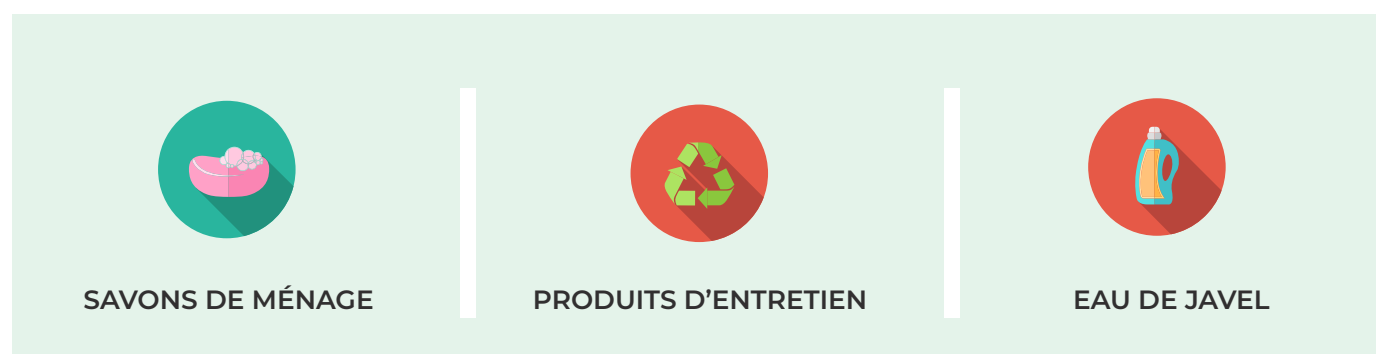


Source : MDCI

V.4. ECHANGES EXTERIEURS

V.4.1. EVOLUTION DES EXPORTATIONS DE LA BRANCHE

La présente sous branche est structurée en trois parties :



La situation des exportations était préoccupante en 2013 et s'est encore détériorée ces dernières années. Les exportations de la sous branche « savons, parfums et produits d'entretien » ont régressé de 8% entre 2013 et 2016 passant de 50656 mTND à 34 070 mTND accusant un TCAM de (-8%).

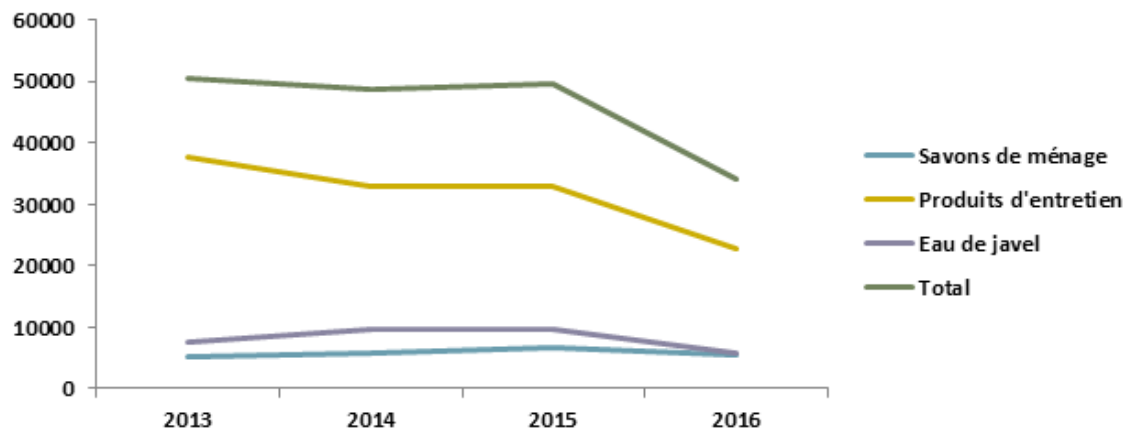
Tableau 5: Evolution des exportations (2013-2016) en MTND

	2013	2014	2015	2016	TCAM
Savons de ménage	5212	5922	6794	5410	1%
Produits d'entretien	37851	32921	33092	22721	-10%
Eau de javel	7593	9784	9629	5939	-5%
Total	50656	48627	49515	34070	-8%

Source : MDCI

Durant la période (2013-2016), la régression du TCAM a concerné toutes les composantes de cette sous branche. Les produits d'entretien ont connu une régression élevée de l'ordre de (-10%) suivie par la filière de l'eau de javel avec un TCAM de (- 5%). Cette courbe retrace l'évolution des exportations de la sous branche « savons, parfums et produits d'entretien ».

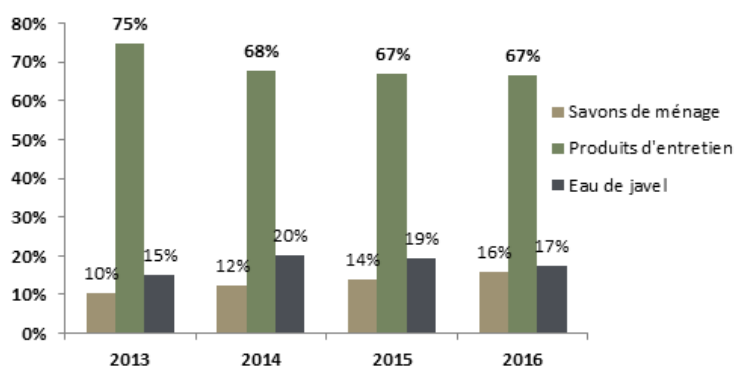
Figure 4 Evolution des exportations entre 2013-2016



Source: INS

En 2016, les produits d'entretien viennent en première position avec 67% des exportations totales de la sous branche « savons, parfums et produits d'entretien » suivies par les savons de ménage et l'Eau de javel avec 16% chacune.

Figure 5 Répartition des parts des exportations des détergents



Source: INS

A/ EXPORTATIONS DES SAVONS ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN

En quasi stabilité, les exportations des savons de ménage ont réalisé un chiffre de 5410 mTND avec un TCAM de 1% en 2016. En terme de quantités, elles ont régressé de 36% en passant de 1309 Tonnes en 2013 à 842 Tonnes en 2016.

En ce qui concerne les produits d'entretien, ils ont un taux de régression élevée de l'ordre de (-10%) en valeurs et sont passés de 37851 mTND en 2013 à 22721 mTND en 2016. En termes de quantités, un taux de régression est de l'ordre de 46% et elles sont passés de 20737 Tonnes à 11078 tonnes pour la même période.

Tableau 6 : Exportations des savons de ménage et des produits d'entretien

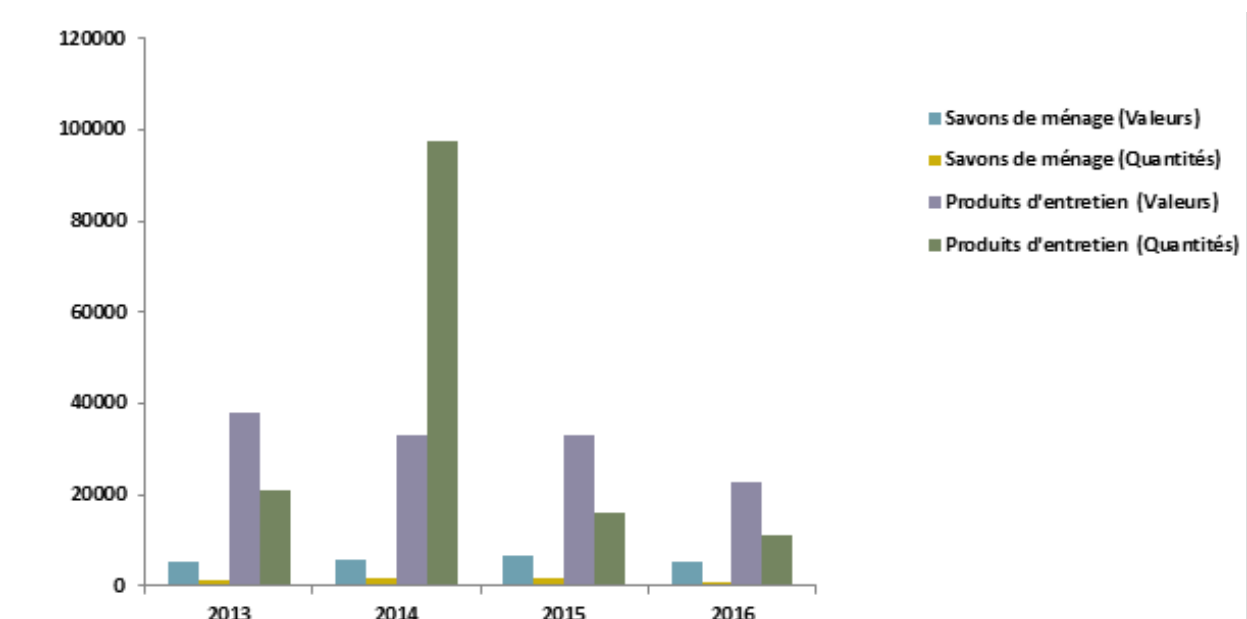
Produit	2013		2014		2015		2016	
	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne
Savons de ménage	5212	1309	5922	1535	6794	1697	5410	842
Produits d'entretien	37851	20737	32921	97538	33092	15890	22721	11078

Source: INS



GLOBALEMENT, LES EXPORTATIONS DES SAVONS DE MÉNAGES ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN SONT CONFRONTÉES À UN TAUX DE RÉGRESSION ÉLEVÉE DE (-8%).

Figure 6 Evolution des exportations en quantités et en valeurs



Source: INS

B/ EXPORTATIONS DE L'EAU DE JAVEL

Comme toutes les composantes de cette sous branche, les exportations de l'hypochlorite de sodium ont connu une régression en passant de 7593 mTND en 2013 à 5939 mTND en 2016. En termes de quantités, les exportations de l'eau de javel ont gardé un chiffre supérieur à 17000 tonnes/an.

Tableau 7: Exportations de l'Eau de javel

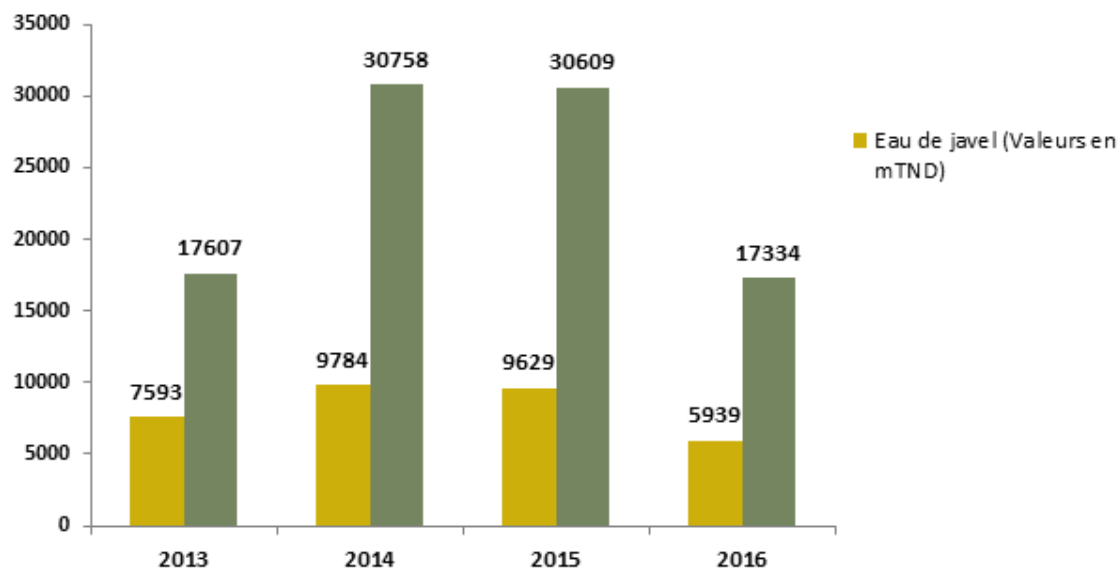
	2013	2014	2015	2016	TCAM
Eau de javel (Valeurs en mTND)	7593	9784	9629	5939	-5%
Eau de javel (Quantités en Tonne)	17607	30758	30609	17334	-0.3%

Source: INS

Durant la période (2013-2016), les exportations de l'eau de javel présentée dans le graphique suivant ont connu 02 phases :

- une stagnation des exportations avec 9784 et 9629 mTND entre 2014 et 2015 et des quantités supérieures à 30 000 Tonnes/an.
- une diminution des exportations de l'ordre de 38% en comparant 2015 à 2016 puisque les exportations sont passées de 9629 à 5939 mTND.

Figure 7 Evolution des exportations de l'Eau de Javel entre 2013-2016



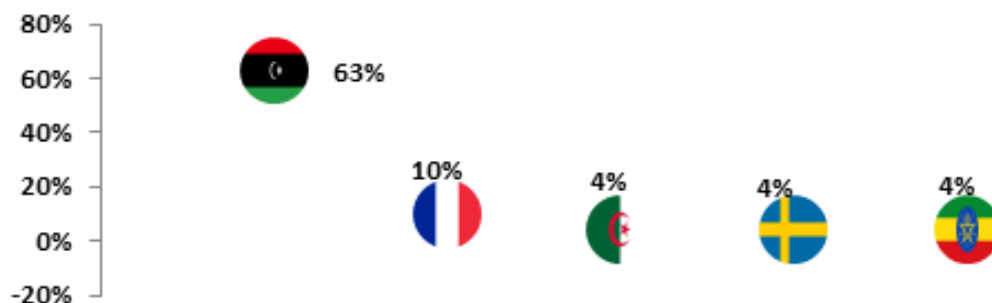
Source: INS

V.4.2. PRINCIPAUX CLIENTS DE LA FILIERE SAVONS ET PRODUITS D'ENTRETIEN

A/ PRINCIPAUX CLIENTS DES SAVONS ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN

Le tableau ci-dessous récapitule les principaux clients pour les produits « savons et des produits d'entretien ». La Libye se présente comme étant le premier client pour ces produits. En 2016, la valeur des exportations destinées à la Libye s'élève à 17705 mTND avec une part de 63% suivie par la France avec 10%, l'Algérie, l'Ethiopie et la Suède avec 4% chacune.

Figure 8 Principaux clients des savons et des produits d'entretien

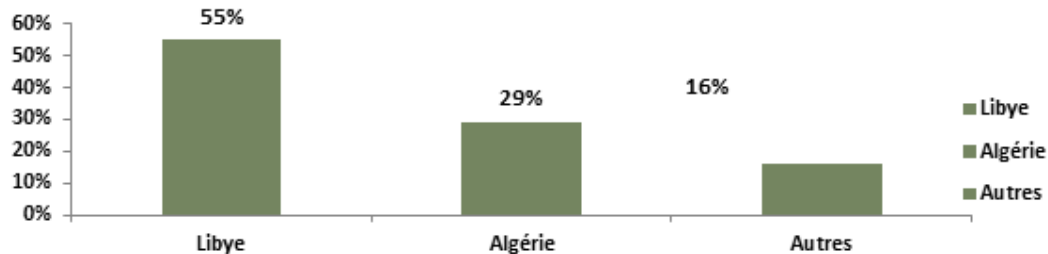


Source: INS

B/ PRINCIPAUX CLIENTS DE L'EAU DE JAVEL

La Libye et l'Algérie sont les principaux clients du marché tunisien pour l'eau de Javel à des parts respectives de 55% et 29%.

Figure 9 Principaux clients de l'Eau de Javel



Source: INS

V.4.3. EVOLUTION DES IMPORTATIONS DE LA SOUS BRANCHE

Les importations sont toujours en croissance avec un TCAM de 3%. Les importations des produits « savons et produits d'entretien » ont augmenté de 2.8% entre 2013 et 2016 passant de 138 100 mTND à 153 916 mTND.

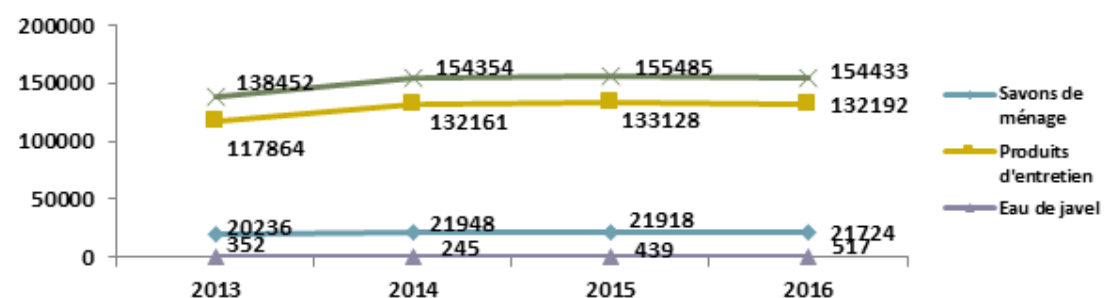
Tableau 8: Evolution des importations en mTND

	2013	2014	2015	2016	TCAM
Savons de ménage	20236	21948	21918	21724	1,80%
Produits d'entretien	117864	132161	133128	132192	3%
Eau de javel	352	245	439	517	12%
Total	138452	154354	155485	154433	3%

Source: INS

Durant la période (2013-2016), l'augmentation de TCAM concerne toutes les composantes de cette sous branche. Pour les produits d'entretien, ils ont connu un TCAM élevé de l'ordre de 3% suivi par la filière des savons de ménage avec un TCAM de 1.8%. Malgré un TCAM de 12% les importations de l'eau de javel sont négligeables. Cette courbe retrace l'évolution des importations de la sous branche « savons, parfums et produits d'entretien »

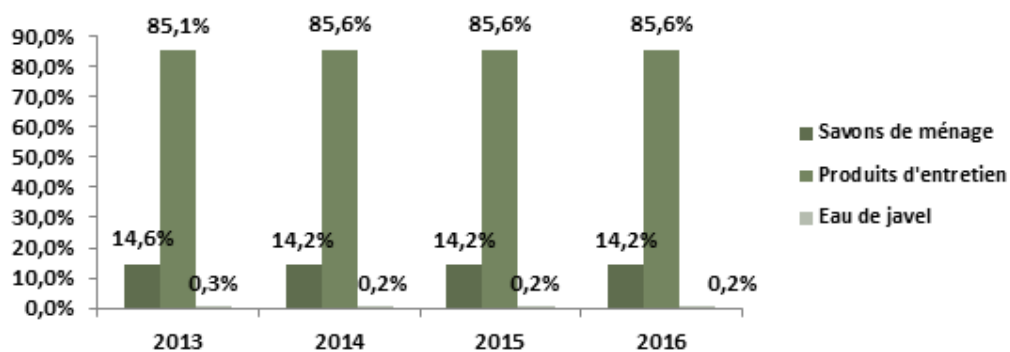
Figure 10 Evolution des importations



Source: INS

En 2016, les produits d'entretien viennent en première position avec 86% des importations totales de la sous branche suivies par les savons de ménage avec 13%.

Figure 11 Parts des importations



Source: INS

A/ LES IMPORTATIONS DES SAVONS ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN

Les importations des savons de ménage ont réalisé un chiffre de 21724 mTND en 2016 soit une augmentation de 7% par rapport au chiffre réalisé en 2013 qui était 20236 mTND.

En termes de quantités, les quantités importées ont augmenté de 0.6% en passant de 5024 Tonnes en 2013 à 5149 Tonnes en 2016. En ce qui concerne les produits d'entretien, ils ont enregistré un taux de croissance annuel de l'ordre de 3% en valeurs et sont passés de 117 864 mTND en 2013 à 132 192 mTND en 2016. En termes de quantités, le TCAM est de 2.8% et elles sont passées de 40792 Tonnes à 45500 tonnes pour la même période.

Tableau 9: Evolution des importations des savons et des produits d'entretien

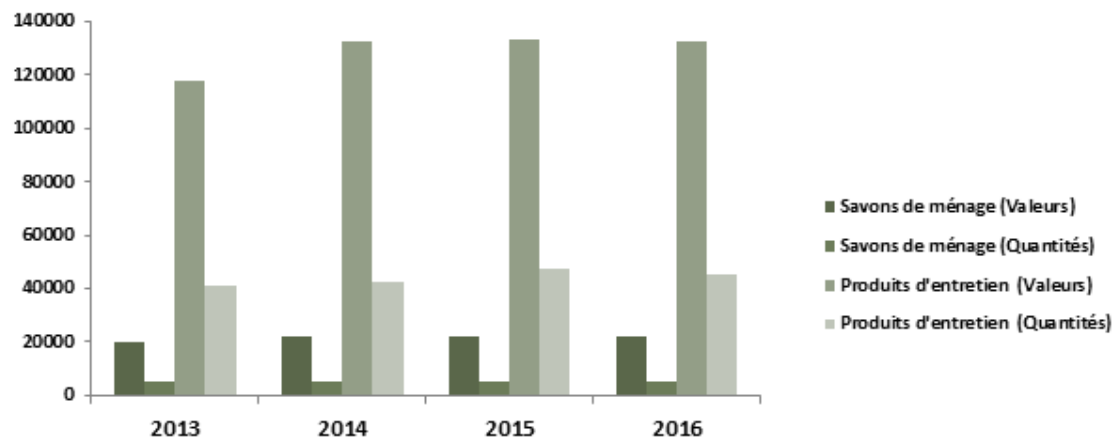
Produit	2013		2014		2015		2016	
	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne	Valeurs en mtnd	Quantité en Tonne
Savons de ménage	20236	5024	21948	5298	21918	5215	21724	5149
Produits d'entretien	117864	40792	132161	42498	133128	47488	132192	45500

Source: INS



GLOBALEMENT, LES IMPORTATIONS DES SAVONS DE MÉNAGES ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN SONT EN CROISSANCE AVEC DES TCAM RESPECTIFS DE 1.8 ET DE 3%.

Figure 12 Evolution des importations en quantités et en valeurs



Source: INS

V.4.4. PRINCIPAUX FOURNISSEURS

A/ PRINCIPAUX FOURNISSEURS POUR LES SAVONS ET LES PRODUITS D'ENTRETIEN

Le tableau ci-dessous récapitule les principaux fournisseurs de la branche savons et des produits d'entretien. L'Espagne, l'Egypte, la France et l'Italie se présentent comme étant les premiers fournisseurs pour ces produits.

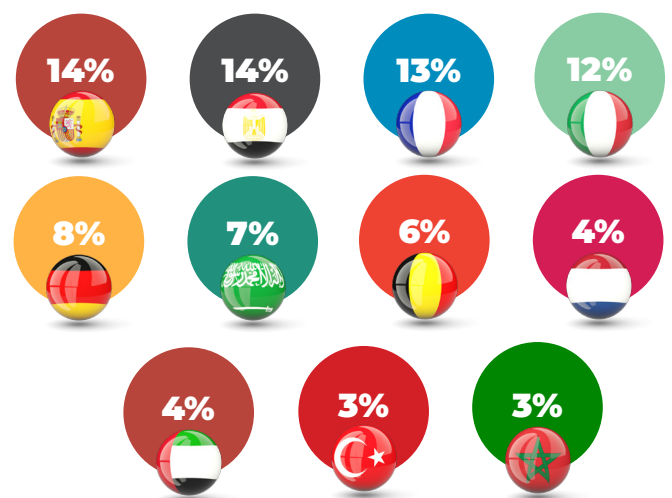
Figure 12 Evolution des importations en quantités et en valeurs

Pays	Valeurs (en mTND)	Part
Espagne	27682	%14
Egypte	26113	%14
France	24216	%13
Italie	24029	%12
Allemagne	14796	%8
Arabie saoudite	12738	%7
Bélgique	11264	%6
Pays bas	7476	%4
Emirats arabes unis	6835	%4
Turquie	5921	%3
Maroc	5846	%3

Source: INS

En 2016, la valeur en provenance de l'Union Européenne représente 53% des importations où l'Espagne accapare 14%, la France 13%, l'Italie 12%, l'Allemagne 8% et la Belgique 6%. En seconde place se situe l'Egypte avec une valeur de 26 113 mTND soit une part de 14%. Les importations de l'Egypte portent essentiellement sur les agents de surface organique et des préparations des tensioactifs.

Figure 13 Part des principaux fournisseurs



Source: INS

B/ PRINCIPAUX FOURNISSEURS POUR L'EAU DE JAVEL

Les importations d'eau de Javel entre 2013 et 2016 sont faibles, avec 517 m TND en 2016. Elle concerne les importations de 191 Tonnes, en provenance essentiellement de l'Italie. Les importations ont concerné notamment le produit concentré à 40° chlorométrique pour être dilué à 12° par les unités locales.

Tableau 11 : Importations de l'eau de javel

	2013	2014	2015	2016
Valeur (mTND)	352	245	439	517
Quantité (Tonne)	270	142	231	191

Source: INS

V.5. TAUX DE COUVERTURE

En 2016, les importations ont excédé les exportations, dégagant ainsi un déficit commercial de 78% alors que ce taux était de l'ordre de 63% en 2013. Le taux de couverture moyen pour la période (2013-2016) s'élève à 32%.

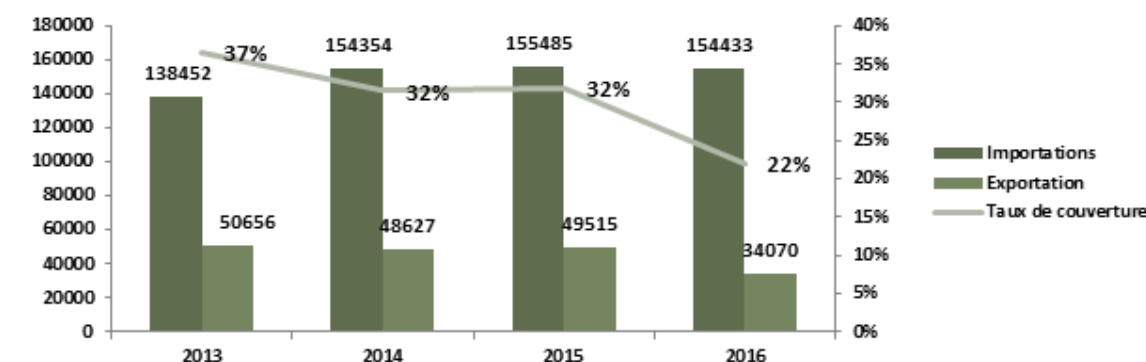
Tableau 12: Taux de couverture

	2013	2014	2015	2016
Importations (mTND)	138452	154354	155485	154433
Exportations (mTND)	50656	48627	49515	34070
Taux de couverture	%37	%32	%32	%22

Source: INS

Le taux de couverture de cette sous branche est faible suite aux taux de couverture réduits de la filière savons de ménage et la filière produits d'entretien avec respectivement 75 et 82%. Le graphique suivant trace l'évolution de taux de couverture de la branche « savons, détergents et produits d'entretien » durant la période 2013-2016.

Figure 14 Taux de couverture



Source: INS

VI. BENCHMARKING

VI.1. DETERGENTS ET PRODUITS D'ENTRETIEN

Le secteur de la fabrication de savons, détergents et produits d'entretien est concentré et s'articule autour de grands groupes le plus souvent étrangers : Henkel et Cognis en Allemagne, McBride et Reckitt Benckiser en Angleterre et Procter & Gamble aux Etats-Unis. La production mondiale est estimée à 12 millions de tonnes de tensioactifs et agents de surface et 2.5 millions de tonnes de savons. Le chiffre d'affaires mondial est estimé à moins de 139 Milliards de dollars. Tandis que les grandes entreprises sont dominantes sur le marché grand public, les PME se spécialisent sur le marché professionnel (collectivités, restauration, hôtellerie, blanchisserie professionnelle).

Les structures de la consommation des différents produits détergents sont actuellement tout à fait comparables à ceux pratiqués dans tout le monde. Cependant, il y a lieu de noter que les produits sont différents dans leurs formulations et pour les matières premières utilisées.



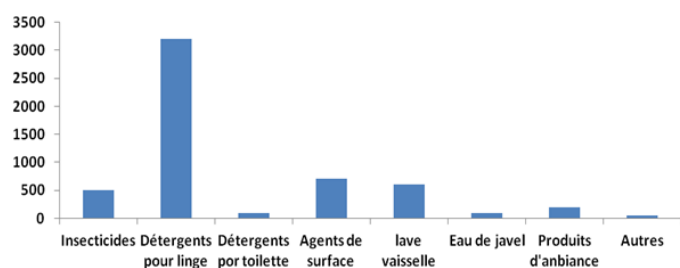
Tableau 13: Structure de la consommation des détergents

Désignation	Produit	Utilisation	Part de marché			
			TUNISIE	FRANCE	EUROPE	MONDE
Détergents	Poudres	lavage main-machine	63%	78%	47.3%	69%
	Liquides	vaisselle, sols & autres	10%	14%	15.4%	11%
Produits d'entretien	Eau de javel	eau de javel	20%	2%	2.3%	6%
	Autres produits	désodori, détar,soude	7%	6%	35.2%	14%

Source : AFISE/INS/EUROMONITOR INTERNATIONAL

La taille du marché mondial a enregistré une croissance de 4% en 2015, atteignant 5 Milliards de dollars US. Cette croissance toujours solide peut être attribuée aux efforts continus des propriétaires de marques pour innover avec leurs produits, l'évolution des formulations et la hausse des revenus disponibles dans les marchés en développement. Cependant, l'histoire ne se résume pas à l'innovation et à l'amélioration des capacités de dépenses, car les fabricants du marché identifient et exploitent les habitudes de vie et de nettoyage changeantes des consommateurs à travers le monde.

Figure 15 Répartition des ventes mondiales des détergents et des produits d'entretien (En Millions d'euros)



Source : Euromonitor international

En Europe, l'industrie des détergents est une industrie de transformation, c'est-à-dire de mélange et de conditionnement. Toutes les matières premières nécessaires à la formulation des détergents sont achetées auprès des sociétés importantes de produits chimiques, à savoir : CLARIANT, BASF, SHELL, COGNIS, SASSOL, HUNSMANN. Aucun des producteurs n'est intégré en amont et ne fabrique la matière première nécessaire à la formulation. En 2016, la valeur totale du secteur et du nettoyage professionnel et de l'hygiène en Europe était estimée à 35,6 milliards d'euros (contre 35,2 milliards en 2015), comme suit:

Tableau 14 : Répartition des ventes européennes des détergents et des produits d'entretien (En Milliards d'euros)

Valeurs (en milliards d'euros)	2016	2015
Total	35.6	35.2
Détergents ménagers	28.5	28.3
Produit pour le nettoyage professionnel	7.1	6.9

Source : Euromonitor international



LES CONSOMMATEURS EUROPÉENS ONT DÉPENSÉ ENVIRON 28,5 MILLIARDS D'EUROS (2016) EN PRODUITS D'ENTRETIEN MÉNAGER, CONTRE 28,3 MILLIARDS D'EUROS EN 2015.

Tableau 15 : Répartition des ventes européennes par gamme de produit (En Milliards d'euros)

Détergents et Produits d'entretien	 Détergents pour linge	 Agents de surface	 Lave vaisselle	 Produits d'entretien	 Eau de Javel	TOTAL
Valeur de marché en 2016 (Milliard d'euros)	13,5	6	4,4	3,9	0,7	28,5
Part de marché (%)	47,3	21,2	15,4	13,6	2,3	100
TACM (%) 2015-2016	0,8	0,6	1,2	0	-0,9	0,7

Source : Euromonitor international

En Tunisie, l'activité industrielle proprement dite concerne notamment les détergents en poudre pour le linge et peu de détergents liquides. Cette activité est dominée par deux grandes entreprises qui réalisent 75% de la production nationale.

En Tunisie, hormis dans les deux multinationales, la gestion de la production peut être améliorée pour mettre une meilleure connaissance du prix de revient par produit fabriqué. En Europe, les unités sont de grandes tailles et le nombre de personnel est faible due au fait d'une automatisation poussée. En Tunisie, les entreprises ont des tailles beaucoup plus faibles en adéquation avec le marché.

Le prix de vente de savon de ménage en Europe est supérieur à celui vendu en Tunisie du fait d'une formule plus riche. Quant au savon de toilette, le prix de vente est élevé du fait d'une très large gamme de produit dont les savonnets des grands parfumeurs. Comme pour les détergents, les usines de savon en Europe sont très peu nombreuses et automatisées, ce qui explique le besoin en personnel peu élevé.

En Tunisie, la gestion de la production est faible comparativement à celle de l'Europe, avec les unités qui ne travaillent pas toute l'année. Les coûts énergétiques en Tunisie sont plus faibles du fait du prix inférieur du fuel et du gaz. Pour l'électricité le coût unitaire est supérieur. L'eau a un coût inférieur à celui de l'Europe.

Le détergent pour le lavage du linge est un produit banalisé et sa consommation est en adéquation avec l'évolution démographique, car le taux de pénétration de machines à laver le linge a atteint son maximum.

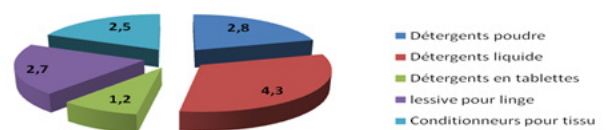
Les lessives du linge restent la catégorie clé dans le marché des détergents, contribuant à 55% du marché mondial de 2015 en croissance de 5% pour atteindre 74 milliards de dollars. La majeure partie de ses ventes provient des détergents standard, des détergents pour les

maines et des assouplissants. Ces produits sont principalement consommés dans les marchés en développement, en particulier les formats de poudre dans les détergents. Les consommateurs mieux lotis des marchés en développement sont plus enclins à acheter des options concentrées et sont plus enclins à inclure des assouplissants dans leur processus de lessive.

En Europe, les lessives du linge représentent 47.3% de la branche des détergents et des produits d'entretien enregistrant ainsi un chiffre de 13.5 billion d'euros en 2016 avec un taux de croissance de 0.8% par rapport à 2015.

Cependant, la campagne de sensibilisation menée par l'AISE en Europe, auprès des consommateurs sur la diminution de la dose d'utilisation par lavage, a atteint son objectif selon le slogan « doser juste pour laver bien ». Cette action a eu pour but de faire prendre conscience aux consommateurs d'éviter le surdosage nuisible pour l'environnement. Ce qui se traduit par une diminution sensible au niveau de la consommation, et avec une distribution en valeur en faible augmentation due à de nouvelles formes de présentation des produits détergents (tablettes, et depuis peu en dose). Le détergent pour le lavage du linge à la main enregistre aussi une très légère baisse en volume mais une augmentation sensible en valeur due à la grande variété des produits présentés aux consommateurs dont des produits très spécifiques aux différents types de textile (laine, couleurs fragiles, détergent anti-peluche...).

Figure 16 Répartition des ventes européennes des détergents pour linge (En milliards d'euros)



Source : Euromonitor international

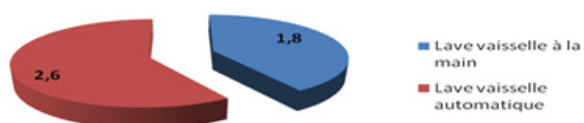
En Tunisie la consommation pour les détergents de lavage du linge à la main est élevée car la pénétration de la machine à laver automatique est faible. La consommation de détergent pour le lavage de linge en machine se fera en fonction de l'évolution du parc machines.

En Tunisie, le marché des assouplissants est à ses débuts et on peut prévoir à terme une augmentation sensible de la consommation de ce type de produit pour un plus grand confort des textiles portés par le consommateur.

Les détergents pour le lavage de vaisselle Au niveau mondial, les détergents pour vaisselle à la main en 2015 étaient plus de trois fois supérieurs à ceux du lave-vaisselle automatique. Cela illustre l'ampleur des ventes en volume pour la catégorie, résultant du prix plus élevé des détergents automatiques et du coût de possession d'un lave-vaisselle automatique. Cela permet aux taux de pénétration du lavage automatique de la vaisselle de rester faibles sur les marchés en développement. Dans les marchés développés, la catégorie des détergents automatiques suit la vague de taux de pénétration croissante des lave-vaisselles. La catégorie totale a contribué pour 11% à la croissance des ventes mondiales de produits de soins à domicile en 2015, augmentant de 4% pour atteindre 16 milliards de dollars.

En Europe, ces produits ont connu une légère augmentation de 1.2% en valeur par rapport à 2015 en réalisant un chiffre de 4.4 Milliards d'euro en 2016 répartis comme suit :

Figure 17 Répartition des ventes européennes des détergents pour vaisselle (En milliards d'euros)



Source : Euromonitor international

Les tablettes ont pris une part importante pour le lavage en machine. Le parc de machines lave-vaisselles semble avoir atteint un palier car l'évolution semble très lente alors que le taux d'équipement des ménages est supérieur à 50% (59% des français équipés d'une lave vaisselle).

En Tunisie, les détergents pour le lavage de la vaisselle à la main évoluent lentement alors que pour la machine l'évolution est très faible.

Les échanges extérieurs sont très faibles, la quasi totalité des échanges se font à l'intérieur de l'Union européenne en fonction des sites de production des grands intervenants dans le domaine.

VI.2. EAU DE JAVEL

L'eau de Javel représente 6% des produits de nettoyage à domicile au monde. La croissance des ventes en 2015 a augmenté de 4%, pour atteindre une valeur combinée de 9 milliards de dollars. Les ventes d'eau de Javel ont été minées par la popularité croissante des nettoyeurs polyvalents et des désinfectants domestiques.

La consommation de javel en Europe est stable en volume et diminue légèrement de (-0.9%) en valeur en réalisant un chiffre de 0.7 Milliard d'euros. Ceci est dû à l'apparition des produits plus sophistiqués comme l'eau de javel parfumée et l'eau de javel détergente. Une particularité pour la France, 80% de l'eau de javel est vendue concentrée en dose de 250 ml pour la reconstitution d'un litre de javel à 2,6% de chlore actif. La consommation est de l'ordre de 250 millions de litre par année.

En Tunisie, la consommation de l'eau de javel est importante et son évolution est soutenue. Actuellement, l'Eau de Javel est commercialisée dans sa forme basique, n'ayant fait l'objet d'aucune amélioration ni innovation durant plusieurs décennies, à cause :

- de la commercialisation à un prix très bas
- d'une farouche concurrence due au nombre

élevé de javeliers opérant sur le marché

- des contraintes de stabilisation de la qualité et de l'emballage : les produits chlorés étant très sensibles aux rayons solaires en plus des conditions de fabrication et de stockage qui sont essentielles pour éviter la détérioration des propriétés chimiques du produit.
- de la concurrence "déloyale" sur le marché local.

Pour l'Eau de Javel concentrée (50°) en tant que telle, elle est commercialisée en Tunisie, encore moins pour ce qui concerne les produits chlorés ordinaires. La production annuelle est de l'ordre de 45 000 Tonnes/an dont la moitié est destiné à la STEG, à la SONEDE et aux activités professionnelles tels que le délavage des textiles etc..

Quant au marché de l'Eau de Javel 12°, il est estimé comme suit :

Tableau 16: Marché de l'eau de javel en Tunisie

	2013	2014	2015
Avec la marque NT	Unité leader	30 Millions de litres	27%
	70 PME	30 Millions de litres	27%
Sans la marque NT	Micro entreprises	50 Millions de litres	46%
Taux de couverture	%37	110 Millions de litres	100%

VII. ANALYSE SWOT

POINTS FORTS

- Marché stable et mature.
- Une évolution de l'activité des détergents en poudre et liquide
- La main d'œuvre est abondante et les couts des facteurs de production sont faibles par rapport aux entreprises européennes.
- Les prix de vente des produits détergents sont compétitifs.
- Le développement de nouveaux produits et/ou de nouvelles matières premières.



OPPORTUNITÉS

- Secteur en perpétuelle évolution tant au niveau des techniques de fabrication des produits, qu'au niveau de la diversité des références proposées à la commercialisation.
- Développement de nouveaux produits spécifiques appropriés au type de nettoyage ou de lavage
- Recours aux produits plus concentrés
- Investir dans une unité de fabrication des tensioactifs afin de réduire les couts et être plus compétitifs sur plusieurs marchés en Afrique.

POINTS FAIBLES

- Entreprises non structurées et manque de rigueur dans leur gestion
- La stratégie commerciale est peu développée et manque de procédure dans l'approche des marchés. Les relations avec les clients sont personnalisées : Le développement est peu pris en compte par les entreprises pour trouver de nouveaux marchés avec des produits de « niches».
- Absence des tests de performance pour juger la qualité
- La sous-traitance n'existe pas, en particulier pour le conditionnement.
- Une faible implication dans le processus d'innovation

MENACES

- Développement de nouvelles fibres pour textile lavable avec de l'eau seulement
- Accroissement de la concurrence déloyale et non respect des normes.
- La forte variation et la fluctuation importante des prix
- Augmentation des coûts des MP et des formules impactant le prix de la vente.



VIII. REGLEMENTATION ET NORMALISATION : UN CADRE COMPLET ET COMPLEXE

Le secteur de la détergence, de l'entretien et des produits d'hygiène industrielle concerne plus que 150 catégories de produits. Tous sont soumis à des réglementations strictes nationales et internationales.

Il est soumis à un cadre réglementaire général institué par les codes du travail, de la santé, de l'environnement, de la consommation, du commerce et de l'ensemble des réglementations économiques.

Il doit également suivre des réglementations plus spécifiques qui visent les produits chimiques (REACH, CLP) dans leur ensemble ainsi que des réglementations propres aux produits eux-mêmes (détergents, biocides) ou à la forme sous laquelle ils sont mis sur le marché (par exemple sous forme d'aérosols). Les différentes réglementations visent principalement la fabrication et l'utilisation des produits durant leur cycle de vie et leur impact environnemental qu'humain ainsi que leur sécurité. Sont ainsi concernés :

- Les composants des produits, les produits tels qu'ils sont mis sur le marché, les emballages et leur recyclage, le transport
- La protection des travailleurs fabriquant les produits et celle des utilisateurs professionnels
- La sécurité des consommateurs (grand public)
- Les installations industrielles

La plupart des textes relatifs aux produits sont inspirés des dispositions françaises et/ou européennes.

VIII.I. L'UNIVERS REGLEMENTAIRE ET NORMATIVE

L'INNORPI a établi 115 normes concernant le secteur des agents de surface et des détergents. Le 13 janvier 2011, l'arrêté du ministre de l'industrie et de la technologie portant l'annulation de normes tunisiennes relatives aux analyses et essais dans le secteur de la chimie a abrogé 47 normes dans le secteur des agents de surface et détergents. Le 16 avril 2013, l'arrêté du ministère d'industrie portant annulation du caractère obligatoire de normes tunisiennes relatives aux spécifications de produits dans le secteur des industries chimiques.

Actuellement, ces normes homologuées annulées seront remplacées par des Règlements Techniques qui sont en cours d'élaboration au sein du ministère de l'industrie.

Ci-après L'infographie jointe illustre l'ensemble des réglementations auxquelles doivent répondre les produits ménagers avant leur mise sur le marché.

NB : La liste des principaux textes réglementaires concernant l'industrie de la détergence, des produits d'entretien et des produits d'hygiène industrielle (liste non exhaustive) dont les comités de normalisation et les industriels peuvent s'inspirer est indiqué en annexe.

ACHATS	PRODUITS	EMBALLAGES	TRANSPORT	MARKETING	FIN DE VIE	
REACH FDS	Etablissements classés	Aérosols	Exigences essentielles des emballages	ADR	Allégations environnementales	Directive Déchets
		CLP				
BPR	IATA					
Contact alimentaire (liste positive)		IMDG				
Decret Javel	Recyclage					
Directive EEE/Rohs		Métrologie				
FDS	Sécurité générale des produits					
PIC		TGAP				
Santé et sécurité au travail	Sécurité générale des produits					
Sécurité générale des produits		TGAP				
BPR	TGAP					
CLP		Rejets				
REACH FDS	Audit Energetique					
		Etablissements classés				

IX. TENDANCES ET PRODUITS PORTEURS

Il faut dire que le rayon est très complexe avec, côte à côte, des produits pour nettoyer le sol, la vaisselle, les WC, les vitres, les anticalcaires, les antigraisses, les antitaches, les nettoyeurs écolos, les cires pour chaussures, les nettoyeurs pour les fours, les désodorisants, les débouche-évier... Bref, un rayon qui porte très bien son nom : le bazar. D'ailleurs, les tendances des différentes catégories sont à son image : éclectiques.

1/ Des produits performants pour le bien-être des consommateurs

Situés sur un marché très réglementé, les détergents et les produits d'entretien conçus et fabriqués respectent scrupuleusement le cadre fixé. Ce cadre réglementaire vise, notamment, à assurer la maîtrise des risques liés aux usages des produits.

Pour le linge...

- Auxiliaires de lavage (anticalcaires, assouplissants, détachants, déjàunisseurs...)
- Aide au repassage : apprêts...
- Teintures,

Aujourd'hui plus de 80% de la lessive est vendue sous forme de liquide et sous forme de capsules hydrosolubles. Quelle que soit la forme du produit destiné au lavage du linge, les industriels prennent soin de concilier innovation et réduction de l'impact environnemental

2/ Pour un lavage durable et responsable, optez pour le lavage à 30 degrés...

Le lavage à basse température permet de réduire les émissions de CO₂, d'économiser de l'énergie pour un meilleur respect de l'environnement. Pour la vaisselle...

- Produits de lavage pour vaisselle à la

main comme à la machine

- Liquide de rinçage
- Sels régénérants...

Outre les produits de lavage pour la vaisselle, les industriels européens proposent toute une gamme de produits allant du liquide de rinçage aux sels adoucisseurs.

Les produits de lavage de la vaisselle en machine sous forme de tablettes hydrosolubles contribuent à la réduction des impacts environnementaux.

3/ Pour le nettoyage et l'entretien des surfaces

Aujourd'hui, l'eau de javel est un produit d'entretien utilisé pour ses propriétés de blanchiment, de détachage et de désinfection. Elle est active contre les virus, bactéries, spores, champignons, parasites...

Au fil des années, les industriels des produits de la détergence ont retravaillé la composition des détergents. Aujourd'hui, grâce à des molécules plus performantes en termes de dégraissage, l'action mécanique de récurage est largement allégée.

- tapis et moquettes,
- meubles, sols de toute nature,
- vitres,
- cuirs,
- bois,
- sanitaires,
- métaux...

4/ Pour une atmosphère agréable

L'innovation concerne aussi les désodorisants d'atmosphère. Les gels concentrés en parfum ont laissé place à des diffuseurs dits intelligents, de toutes tailles dont on peut régler les périodes de

diffusion.

- Désodorisants d'atmosphère
- Bougies d'ambiance...

5/ Les produits biocides

Les produits biocides sont l'ensemble de produits destinés à détruire, repousser ou rendre inoffensifs les organismes nuisibles et à en prévenir l'action ou à les combattre, par une action chimique ou biologique. Les conservateurs sont des biocides.

Les biocides sont classés en quatre grands groupes : divisés en 22 types de produits différents : désinfectants, produits de protection qui comprend les conservateurs, produits de lutte contre les nuisibles avec les insecticides, les rodenticides et les répulsifs et appâts, autres produits.

Leur mise à disposition sur le marché doit répondre au règlement spécifique des Désinfectants, insecticides, rodenticides, répulsifs et appâts

6/ Nettoyage professionnel : un contributeur clé de la santé publique, de l'hygiène et du bien-être

Les collectivités publiques et privées (bureaux, écoles, restauration collective, hôtels, magasins, entrepôts, prisons, établissements de soins et de séjour ...) doivent maintenir un très fort niveau d'exigence quant à la propreté des lieux. Elles sont fortement utilisatrices de produits détergents, d'entretien et de désinfection. Au regard des spécificités des surfaces et de la diversité des actions à effectuer, les industriels de la détergence proposent des formulations adaptées à l'usage professionnel et à destination des publics concernés. Une grande gamme de produits existe. Ainsi :

- pour le linge, il faut prendre en compte le type de taches, le type de machine à laver, la nature des textiles,
- pour la restauration collective, il faut répondre à la multiplicité et à la diversité des zones d'utilisation (table de restaurant, zone cuisine, zone vaisselle

...), des types de surface, des salissures ou risques particuliers, tout en répondant à l'impératif de respect des conditions d'hygiène et de sécurité pour les "consommateurs" et pour le personnel.

• Il en est de même pour les sols où il faut trouver la bonne adéquation entre les produits, les méthodes d'application et les types de sols. De ce fait, les produits sont adaptés au trafic intense, aux matériaux (béton, textiles, plastique ...) et peuvent être utilisés dans des machines de nettoyage (auto-laveuses par exemple).

• Pour les établissements de soins, des sociétés se sont spécialisées dans la conception et la fabrication de produits spécifiques, en particulier dans la mise au point de désinfectants et de techniques d'application de ces produits.

Pour l'industrie agroalimentaire, cosmétique, pharmaceutique et autre...

• Solutions de nettoyage enzymatique contre le développement des biofilms (microbes simples et complexes)

Pour l'agriculture...

- Hygiène de la mamelle avant et après la traite
- Hygiène des machines à traire
- Hygiène de l'élevage
- Désinfection des bâtiments...

Dans l'agriculture et l'industrie agro-alimentaire les conditions d'hygiène et d'innocuité pour la chaîne alimentaire sont fondamentales et très contrôlées.

Plusieurs sociétés ont développé une activité spécifique dans ce domaine pour la production laitière (matériel de traite, hygiène des mamelles ...nettoyage des bâtiments d'élevage), la viticulture, l'industrie des boissons et des aliments transformés. Il s'agit de nettoyants et de désinfectants assurant la propreté des locaux et de l'ensemble des matériels sans créer de risques pour les opérateurs et pour les consommateurs. Pour assurer une bonne hygiène, il est donc important de choisir les

produits les mieux adaptés, formulés de manière à assurer l'élimination de toutes les souillures (les détergents) et l'élimination des micro organismes (les désinfectants).

Pour certaines applications, des produits spécifiques sont formulés : pour la production biologique par exemple ou encore les solutions de nettoyage enzymatique pour lutter contre les souillures simples et complexes...

Quels que soient leurs formes et leurs usages, les industriels ont beaucoup travaillé à la réduction des volumes des emballages et à la sécurisation de la manipulation des produits. L'évolution vers des formules plus concentrées implique moins d'emballages amenant ainsi à réduire la consommation d'énergie pour les transporter.

ANNEXES

REGLEMENTATIONS INTERNATIONALES ET NATIONALES

LES COMPOSANTS DES PRODUITS – PRODUITS - EMBALLAGES - TRANSPORTS

- Règlement relatif à la Classification, à l'Étiquetage et à l'Emballage des substances et mélanges n° 1272/2008 /CE - dit Règlement CLP

- Arrêté n°656 du 21 mars 1989 Relatif aux substances et préparations dangereuses (Directive relative aux préparations dangereuses 1999/45/CE)

- Règlement REACH n° 1907/2006/CE (Enregistrement, Évaluation, Autorisation des produits Chimiques) et en particulier ses annexes :

ANNEXE II - EXIGENCES CONCERNANT L'ELABORATION DE LA FICHE DE DONNEES DE SECURITE

ANNEXE XIV - LISTE DES SUBSTANCES SOUMISES A AUTORISATION

ANNEXE XVII - RESTRICTIONS APPLICABLES A LA FABRICATION, A LA MISE SUR LE MARCHE ET A L'UTILISATION DE CERTAINES SUBSTANCES DANGEREUSES ET DE CERTAINS MELANGES ET ARTICLES DANGEREUX

- Règlement relatif aux détergents n°2004/648/CE - entré en vigueur le 8 octobre 2005

- Loi n° 96-41 du 10 juin 1996, relative aux déchets et au contrôle de leur gestion et de leur élimination (TN)

- Directive concernant le rapprochement des législations des États membres relatives aux générateurs aérosols 75/324/CEE

- La loi n°97-37 du 2 juin 1997 relative au transport par route des matières dangereuses (TN)

- Directive n° 2011/65/UE relative à la limitation de l'utilisation de certaines substances dangereuses dans les équipements électriques et électronique

LA SÉCURITÉ DES TRAVAILLEURS, DES UTILISATEURS

La loi no 66-27 du 30 avril 1966 concernant la protection de la santé et la sécurité des et le Decret N°75-503 du 28 juillet 1975portant réglementation des mesures de protection des travailleurs dans les établissements qui mettent en oeuvre des courants électriques. (TN)

- Directive concernant les prescriptions minimales de sécurité et de santé pour l'utilisation par les travailleurs d'équipements de protection individuelle

LA SÉCURITÉ INDUSTRIELLE

- Décret n° 2006-2687 du 9 octobre 2006, relatif aux procédures d'ouverture et d'exploitation des établissements dangereux, insalubres ou incommodes.

- Directive Seveso 2 n° 96/82/CE qui sera remplacée au 1er juin 2015 par la directive Seveso 3 n°2012/18/UE relative aux accidents majeurs impliquant des substances dangereuses

- Directive 2010/75/UE du Parlement européen et du Conseil du 24 novembre 2010 relative aux émissions industrielles (prévention et réduction intégrées de la pollution)

LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

- La loi n°: 92-117 du 7 décembre 1992 relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs (TN)



AGENCE DE PROMOTION
DE L'INDUSTRIE ET DE L'INNOVATION

DÉTERGENTS ET PRODUITS D'ENTRETIEN

NOTE
SECTORIELLE
JANVIER 2018