



Les algues reviennent dans les rayons, à la faveur de marques rebrandées et de nouvelles qui s'invitent à leurs côtés. Une cosmétique premium et naturelle.

PAR CAROLE DE LANDTSHEER

VAGUE D'ENTHOUSIASME AUTOUR DES ALGUES

La cosmétique marine a le vent en poupe et certaines marques font le choix de commercialiser des soins à base d'algues et de microalgues. Si cet ingrédient, associé à la thalassothérapie, n'est pas nouveau en cosmétique – les marques d'institut de beauté Phytomer et Thalgo ont contribué à sa vulgarisation auprès du grand public –, il revient à présent sur le devant de la scène.

Ressource durable

« Nombre d'acteurs positionnés sur cette cosmétique à base d'algues ont

+ 245 %

L'algue fait partie des aliments les plus populaires en 2023 avec une hausse de plus de 245 % de recherches autour des mots-clés « recettes snacks aux algues ».

Source : Pinterest Predicts 2023

retravaillé leur positionnement et leur communication, en mettant en avant cet actif clé de leurs formules », commente Pascale Brousse, fondatrice de Trend Sourcing. Cette valorisation récente répond à « une appétence marquée des consommateurs pour les ingrédients naturels, efficaces et sécurisants », estime Olivier Matharan, fondateur de la marque Biosalines Ocean Beauty. De plus, « le discours de ces marques, à l'ancrage local pour la plupart, est centré sur la mise en valeur de la nature et de sa préservation, les algues composant une ressource durable », ajoute Chloé Arjona, Beauty Director au sein de l'agence conseil en stratégie business et créative, NellyRodi. C'est aussi l'arrivée de nouveaux acteurs



Chloé Arjona, Beauty Director au sein de l'agence conseil en stratégie business et créative, NellyRodi

« Le discours de ces marques, à l'ancrage local pour la plupart, est centré sur la mise en valeur de la nature et de sa préservation, les algues composant une ressource durable. »

DU (BIO)PLASTIQUE À BASE D'ALGUES ?

Pour contribuer à la lutte contre le plastique, la recherche de nouveaux matériaux constitue une piste sérieuse. Une voie envisagée par les laboratoires Pierre Fabre qui soutiennent, en collaboration avec Sorbonne Université, le projet Green Bioplastics qui a remporté le 1^{er} prix des trophées Climat & Biodiversité (catégorie « Océan et Innovation ») de la Fondation Maud Fontenoy. L'idée de ce projet : utiliser des microalgues capables de capturer le carbone atmosphérique pour le transformer, grâce à la lumière naturelle, en bioplastique, un matériau biosourcé et biodégradable qui pourrait être, à terme, utilisé pour fabriquer les futurs packagings des produits dermocosmétiques des laboratoires Pierre Fabre. Le travail de recherche est en cours et les laboratoires Pierre Fabre envisagent les premiers lots industriels dès 2030. À suivre.

(1919 Bains de mer, Biosalines Ocean Beauty, Yanne Wellness, Edulis...), dont certains sont installés en officine, qui donne un coup de peps à cette catégorie de produits et place les algues sous le feu des projecteurs. Preuve de l'engouement actuel, la chaîne de magasins de discount Lidl a, elle aussi, lancé, en 2024, la gamme cosmétique « Algue marine », formulée à partir d'une microalgue verte. Plus largement, cette tendance est également portée et démocratisée par la gastronomie asiatique, en plein essor, et « les nombreuses propositions culinaires à base d'algues, vendues dans les commerces », remarque Stéphanie Eyherabide, directrice des opérations au sein des Laboratoires de Biarritz.

Du glamour et des superpouvoirs

En clair, « les algues sont devenues plus glamours », résume Pascale Brousse. Et sont portées par les imaginaires des marques tels les Laboratoires de Biarritz qui convoquent l'univers des vacances et du Pays basque pour communiquer sur ses best-sellers, des solaires, dont le Spray solaire famille bio SPF 50 +, aux extraits d'Alga-Gorria, une algue rouge issue de la côte basque à la propriété antioxydante. Depuis cet été, une deuxième gamme de solaires, plus sensorielle, au rendu invisible, dont un stick nomade, complète l'offre. « La cosmétique à base d'algues compose une tendance qui commence à arriver en pharmacie », observe Magali Caldeira, cofondatrice et directrice de la marque Eclaté. Un marché de niche majoritairement tourné vers la régénération

cellulaire de la peau et la prévention du vieillissement cutané. Riches en vitamines et minéraux, les algues sont d'ailleurs loin d'avoir dit leur dernier mot : « On n'est pas au bout des superpouvoirs des algues ; elles constituent une ressource naturelle encore mal connue et largement inexploitée », ajoute Pascale Brousse. Leur emploi en cosmétique s'applique aux catégories habituelles : soins pour le visage, démaquillants, solaires, masques ou encore bases de maquillage... Signalons le lancement actuel de la Base lissante effet flouteur de la marque bretonne Algologie (groupe Altercosmeto). Sa formule associe aux cellules souches marines du complexe breveté Algo4, l'algue dorée qui protège du vieillissement prématuré de la peau causé par les UV.

Marée verte dans l'officine

L'attrait de ce marché tient également à son déploiement vers d'autres sphères de la pharmacie que la seule dermocosmétique. Ainsi, récemment implantée en officine, la marque Yanne Wellness (groupe Dempsey), qui associe à ses soins cosmétiques des compléments alimentaires à base d'algues, lance le Bouillon de Kate (7 sachets pour une cure d'une semaine), élaboré avec une naturopathe. Présenté

comme un allié détox et drainant, il réunit des ingrédients (bio) qui répondent à cet objectif : graines de fenouil, ortie, curcuma, etc., et spiruline, une microalgue riche en antioxydants recommandée pour détoxifier l'organisme. Autre exemple : positionnée sur l'anti-âge et l'éclat du teint, la marque Eclaté, à l'algue rose bio de Camargue, portée par son best-seller, le Sérum Perles Précieuses, un anti-âge booster d'éclat, a commercialisé, à la demande des consommatrices, un shampoing doux ainsi qu'une brume capillaire texturante qui reprennent cet actif antioxydant pour protéger la fibre capillaire. Fin octobre, un baume pour les lèvres ainsi qu'un soin pour les mains viendront s'ajouter à l'offre Eclaté. « D'autres laboratoires vont se pencher sur cet ingrédient et les incorporer dans leurs formules », prévient Olivier Matharan.

