

Se réconcilier
**AVEC SON
CORPS**

**TEST
QUELLE GENTILLE
ÊTES-VOUS?**

TDAH, DYS...

Aider un enfant
à grandir avec
sa singularité

Benjamin
Lavernhe

“J’ai mis du temps à
m’autoriser à rêver”

DOSSIER

RELATION MÈRE-FILS

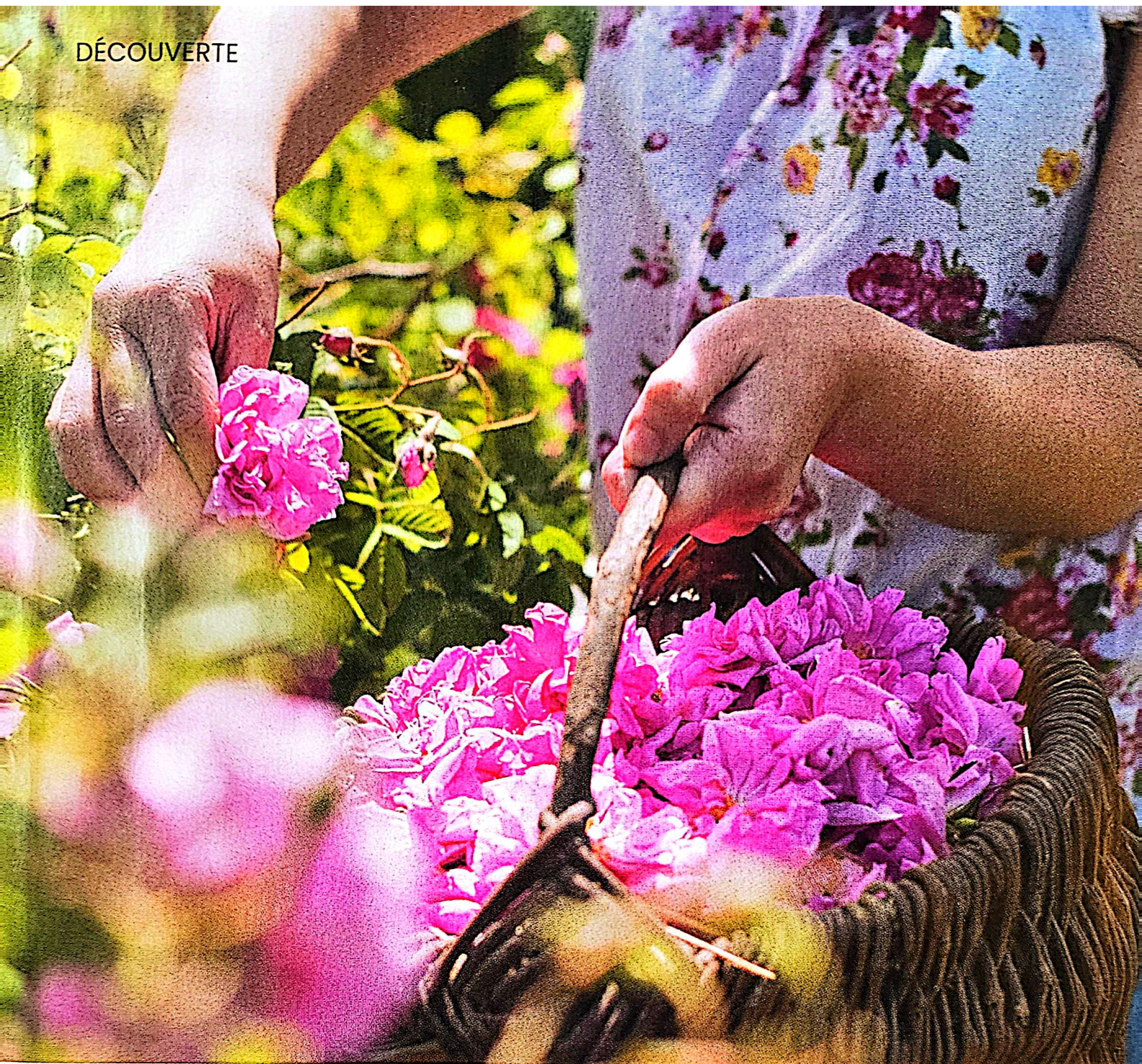
Les clés de l'équilibre

**ÊTES-VOUS
ATTEINT
DE FOFO?**

Les bénéfices
de la thérapie
en marchant

L 14324 - 482 - F: 4,90 € - RD





PRÉSERVER LA NATURE, *le nouveau geste beauté*

Dans un monde incertain, se tourner vers la nature reste une valeur sûre. Faire avec elle, c'est accepter le temps long, les transformations progressives, la patience. La preuve par sept avancées *green*, à l'initiative du milieu cosmétique.

PAR MONIQUE LE DOLÉDEC

Dans le contexte incertain que nous subissons, la beauté et le bien-être sont des refuges intimes à préserver, et la nature, les fleurs et les plantes, une source d'inspiration et de respiration nécessaire et bien-faisante que nous voulons protéger. « La quête du bien-être engendre une lueur d'optimisme portée par un désir de rétablir l'harmonie avec soi, avec les autres et avec le monde qui nous entoure, analyse le bureau de tendances Peclers. Elle invite notamment à explorer les émotions ambivalentes suscitées par les bouleversements climatiques qui viennent teinter notre perception du monde. » Les mots comme engagement, RSE (responsabilité sociétale et environnementale), éco-conception, ingrédients naturels ou labels bio font désormais partie du vocabulaire courant, mais cachent des réalités différentes selon les marques, les pays ou les périodes. Les savoir-faire d'éco-conception artisanaux ou industriels sont devenus des prérequis pour les marques à cause des lois qui les régissent. « Le mot bio n'est plus mis en avant comme il y a quelques années, remarque Pascale Brousse, fondatrice de l'agence Trend Sourcing, conseil en stratégie de marques. L'accent porte aujourd'hui sur la performance, le résultat, la science. » L'harmonie avec la nature oui, mais à condition de preuves d'efficacité et de sensorialité. Nous devons continuer à soutenir les industriels et les législateurs français et européens, qui jouent avec ces nouvelles règles du jeu cosmétique, conscients que nos décisions, choix et micro-actions à l'échelle de notre salle de bains infléchissent la trajectoire vers un présent et un avenir rassurants et positifs.

1.

ALLÉGER SON VANITY... MÊME DE LUXE



Les marques haut de gamme comme les plus abordables diminuent la teneur en plastique ou en verre de leurs bouteilles et flacons, sans forcément qu'on s'en aperçoive. Une bonne chose pour leur impact environnemental. Par exemple, l'amphore du nouveau Dior J'adore intense (ci-dessus) est devenue le flacon en verre le plus léger au monde des parfums dans le top 50 mondial. L'intérêt ? En utilisant moins de matières premières, on ponctionne moins la nature. De plus, des flacons moins lourds nécessitent moins de carburant pour les transporter (Dior annonce - 38 % de verre, - 37 % d'émissions de CO₂ et - 37 % de consommation d'eau).

2.

RECHARGER

limiter les déchets en rechargeant un flacon ou en le réemployant est une réalité aujourd'hui. La loi AGEC (anti-gaspillage pour une économie circulaire) prévoit la fin des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040. Et les marques sont créatives. Outre l'éco-recharge du gel douche ou l'usage de savons solides, le projet le plus ambitieux s'appelle Pharma-Recharge, imaginé par un consortium de laboratoires dermo-cosmétiques (Avène, La Rosée, Bioderma, Léa Nature, Uriage...) qui proposent leurs gels douche en vrac via un distributeur équipé de flacons en plastique recyclé. Installé dans quelques officines pilotes, il propose le produit à prix réduit. Plus radical : reconstituer son gel douche ou shampoing à la maison.



Déodorant stick rechargeable
Fleur d'oranger, **Weleda**,
50 g, 11,90 €, recharge 9,90 €. ●●●

... 3.

ÊTRE ATTENTIF À L'EAU

« Préserver la ressource en eau » est un des objectifs donnés par la Febea (Fédération des entreprises de la beauté) à ses adhérents, ce qui passe bien sûr par la réduction de l'utilisation de l'eau dans les process de fabrication. À notre échelle, on peut sélectionner des gels douche ou shampoings qui n'en contiennent pas. Ces derniers font l'objet de manipulations industrielles moins énergivores et ont un pourcentage réduit, voire nul, en conservateurs (souvent d'origine chimique et potentiellement irritants). Plus concentrés en actifs utiles, moins encombrants, moins lourds, ils diminuent significativement leur bilan carbone.



100 % naturel et sans eau, à base de noyaux d'olive et de pépins de raisin broyés issus de l'économie circulaire, Gommage corps Xerial, SVR, 100 g, 16,50 €.



Avec des extraits d'hibiscus, de l'huile de cameline et d'onagre et zéro conservateur, Baume fondant Nuit en stick, JOD, 20 g, 48 €.



Il contient 99,99 % d'ingrédients d'origine naturelle et est sans conservateur, Sérums visage en poudre éclat anti-rides, Vita C Peptide 10, Yodi, 6 g, 60 €, sur yodibeauty.com.

4.

MILITER POUR LA TRANSPARENCE DES CIRCUITS

S'il est restrictif de ne choisir que des produits sourcés en France, connaître la provenance et le mode d'extraction (ou de transformation) des matières premières et les lieux de conception a son importance. Ainsi, Clarins a mis au point Trust : en rentrant le numéro de lot du produit sur cette plateforme en ligne, on voit apparaître ses étapes de fabrication et les plantes qui le composent. On connaît l'engagement de la maison Chanel en faveur de l'agriculture régénératrice. Une partie de ses fleurs à parfum sont produites dans le pays de Grasse selon des principes qui garantissent le respect du biologique, la santé des sols et l'équité sociale, et viennent d'obtenir une nouvelle certification internationale ROC (*regenerative organic certified*) encore plus exigeante. De son côté, Ning Li, le fondateur de Typology, a lancé l'année dernière une maison de parfum appelée Sujet. L'idée ? « Réinventer le lien entre l'agriculture et la parfumerie » en déclinant dans ses créations une matière première centrale : l'absolue de foin produite dans les Alpes-Maritimes par une famille d'agriculteurs.



Ultra-raffinés, les accents miellés de la rose de mai de Grasse s'accordent harmonieusement avec l'iris, le benjoin et la fève tonka, eau de parfum Misia, Chanel, 75 ml, 260 €.



Les facettes tabacées, cuirées et épicées du foin, eau de parfum Fenaïson, Sujet, 50 ml, 95 €, sur sujet.com.

5.

S'ADAPTER AU CLIMAT.

On découvre petit à petit comment les bouleversements du climat changent les besoins de la peau. L'organisme fatigue à s'adapter aux fluctuations du temps. Grande humidité ou sécheresse sont des phénomènes qui s'accroissent et mettent en déséquilibre d'homéostasie corporelle, note **Pascale Brousse**. « La cosmétique devra adapter ses soins au climat. On voit arriver en Corée des crèmes qui font baisser la température de la peau et des maquillages ultra-longue tenue résistants à l'humidité ambiante », ajoute-t-elle.



Effet frais, Stick yeux défatigant, Prodigieuse Hyalu Boost, **Nuxe**, 8,5 g, 27,50 €.



Avec de l'huile d'abricot bio et de l'extrait d'olivier, upcyclé, testé sur peaux sensibles et en plastique recyclé et recyclable, Stick solaire SPF 50, **La Rosée**, 18 g, 13,50 €.

6.

EXIGER UN LABEL BIO EFFICACE

Si la présence des labels bio (certifiés Ecocert) n'est pas un argument suffisant, ils ont encore de beaux jours devant eux. En une dizaine d'années, la palette des ingrédients labellisés bio s'est considérablement élargie, permettant des formulations plus sensorielles et efficaces. « La marque vendéenne So Bio étic performe bien dans ce marché ultra-concurrentiel, comme l'enseigne Aroma-Zone, montrée en exemple de réussite », remarque **Pascale Brousse**. Leurs engagements ? Une efficacité prouvée, des actifs brevetés, des textures ultra-sensorielles et un panel de consommateurs qui postent des avis sur les plateformes. L'offre monte en gamme avec l'arrivée de sérums « qui les font devenir désirables et techniques comme une marque conventionnelle », s'enthousiasme l'observatrice.



Avec du bakuchiol et un extrait de figuier, Sérums anti-taches, **Endro**, 30 ml, 24,90 €.



Une texture gel irisée et des actifs huile d'argan, collagène végétal et peptides lissants, le Sérums yeux Précieux argan, **So Bio étic**, 14 ml, 15,80 €.

7.

SE RÉFÉRER AUX ÉCHELLES DE SCORES

Green Impact Index initié par le groupe Pierre Fabre, EcoBeautyScore par le groupe L'Oréal : comme on le fait dans l'alimentation, de nouvelles échelles de notation sur l'empreinte environnementale des produits voient le jour. L'idée ? « Attribuer à chaque produit un score basé sur l'analyse complète de son cycle de vie. » La méthodologie proposée par l'Union européenne comprend seize indicateurs (émission de CO₂, consommation d'eau, production de déchets, etc.). À regarder avant d'acheter. ●



Un voile protecteur à large spectre et des vitamines, Ultra Serum SPF 50+, **Avène**, 30 ml, 32,90 €.



Une BB crème avec SPF 50 qui protège des UV, Wonder Tint Vitamine C, **Garnier**, 40 ml, 12,15 €.