

TENDANCE

TOUTES SORCIÈRES

QUAND LA COSMÉTIQUE S'EMPRE DE CETTE FIGURE FÉMINISTE EN PLEIN REVIVAL, ÇA DONNE DES SOINS ÉVIDEMMENT MIRACULEUX, DES RITUELS MAGIQUES ET UNE IMAGERIE RÉJOUISSANTE. ET SI, EN PLUS, ÇA MARCHAIT ? Par Alice Elia

Elles sont partout. Sur Netflix, avec le retour de l'apprentie sorcière Sabrina. En cuisine, avec un livre dédié à leurs desserts préférés (*La Pâtisserie des sorcières*, éd. Solar). Dans les studios de yoga, où les réunions entre femmes et les pratiques dites « de pleine lune » se multiplient (voir p. 100). Et surtout dans les conversations et les débats, où elles apparaissent comme les nouvelles représentantes d'un certain féminisme. En témoigne, entre autres, l'ouvrage paru sous la plume de la journaliste et essayiste Mona Chollet, *Sorcières, La Puissance incertaine des femmes* (éd. La Découverte). Autant prévenir : pas question dans cette histoire de nez crochus ou de chapeaux pointus. Les sorcières évoquées ici sont loin de l'image folklorique qu'on leur associe traditionnellement et surtout ne possèdent aucun des attributs négatifs dont on les affuble volontiers. Ni malfaisantes ni laides – terme d'ailleurs dépourvu de sens dans le système de valeurs auquel on les associe désormais –, elles apparaissent au contraire savantes, libres, anticonformistes et grandes amies de la nature et des animaux. À cette liste non exhaustive il faudrait, semble-t-il, ajouter des dons exceptionnels en ce qui concerne la beauté : ses rituels, ses produits, ses secrets.

PROMESSES ENCHANTERESSES

À en croire les spécialistes, le lien entre sorcières et cosmétique ne doit rien au hasard. Rappelant que le mot « glamour » signifiait « sortilège » avant de devenir synonyme de « beauté », Mona Chollet décrypte : « On peut penser que l'industrie cosmétique (...) a bâti une partie de sa prospérité sur une obscure nostalgie de la magie présente chez beaucoup de femmes, en leur vendant ses pots et ses fioles, ses actifs miraculeux, ses promesses de transformation, son immersion dans un univers enchanté. » Dans la ligne de mire, une marque comme Garancia, qui, depuis ses débuts, emprunte son vocabulaire et son imagerie à l'univers du surnaturel et de la magie. Ou Delbôve, marque belge tout juste débarquée en France, et dont les produits phares s'appellent « Crème Sorcière » et « Eau Sorcière ». Dans les années 60, une journaliste, impressionnée par les résultats obtenus sur sa peau, titra un article « la crème sorcière ». Le nom est resté. Car, en un sens, dire qu'un produit est sorcier, c'est dire qu'il fonctionne, même si on ne sait pas comment. À ce compte-là, c'est toute la cosmétique qui pourrait vouloir se revendiquer sorcière. De fait, c'est ce qu'elle fait de plus en plus, et pas seulement pour souligner son efficacité. ➤

La sorcière porte en elle quelque chose d'holistique qui correspond aux aspirations de l'époque.

Guillemette Houdard du cabinet de tendances NellyRodi.



UN SYMBOLE SUBVERSIF

« Le personnage de la sorcière se trouve au carrefour de notions dans l'air du temps qui sont très "appropriables" par la cosmétique », explique **Pascale Brousse, fondatrice de l'agence de prospectives Trendsourcing**. « La sorcière est un symbole subversif », note Guillemette Houdard, prospective et brand strategist du cabinet de tendances NellyRodi. Déjà mise en avant par les féministes des années 70, elle refait son apparition à point nommé dans le contexte actuel du mouvement en faveur de l'émancipation féminine. Rebelle aux normes qui veulent qu'une femme doive être jeune, belle et destinée, tôt ou tard, à devenir mère de famille, la sorcière dessine une existence en marge, incompatible avec les exigences du modèle patriarcal. D'où son immense popularité auprès, notamment, de toutes celles et ceux qui veulent inscrire les cosmétiques et la beauté dans une démarche plus ou moins teintée de féminisme. La marque Reek Perfume, qui commercialise un jus appelé « Damn Rebel Witches », se définit ainsi comme « féministe, indépendante, de luxe, rebelle et artisanale ». Créée par un duo mère fille, elle appelle, par son slogan (« Bitches Unite ! »), à l'union des combattantes et joue sur la notion de sororité. Une complicité entre femmes, chère aux néo-sorcières, qui est également dans l'ADN d'une marque de make-up comme l'américaine Rituel de Fille, fondée par trois sœurs, ou dans celui de la française Douces Angevines, fabriquée par un collectif de femmes herboristes en Anjou.

UNE INITIATRICE DE RITUELS

Le personnage de la sorcière présente une autre caractéristique qui se trouve être pile dans le viseur de la beauté telle qu'elle va actuellement : par vocation, elle accomplit des rituels, notion fondamentale dans le *self care* (« soin de soi »), et pour tous ceux et celles qui considèrent que les cosmétiques ne sont pas qu'une façon de se soumettre à des diktats, voire qu'ils peuvent être un moyen de s'en affranchir. La marque Rituel de Fille n'a pas choisi son nom au hasard : « Nos produits sont conçus pour être appliqués

comme des parures cérémonielles, un peu comme des peintures de guerre, comme un signe de pouvoir, une façon de s'affirmer soi-même. Le rituel de l'application s'inscrit dans une démarche de recueillement et d'élévation de soi, pour donner du sens à son expérience », explique Katherine Ramos, cocréatrice de la marque. Chez Delbôve, le démaquillage quotidien fait l'objet de ce que la marque appelle le « rituel magique » (qui consiste à se masser le visage avec la Crème Sorcière, avant d'émulsionner avec de l'Eau Sorcière préalablement diluée dans une petite coupelle). Régulièrement, la maison organise des « sorcières parties », au cours desquelles les aspirantes utilisatrices sont initiées au soin de la peau et à l'univers de la marque par une de ses représentantes.

UNE AMIE DE LA NATURE

Autre argument de la sorcière, et non des moindres, sa proximité quasi fusionnelle avec la nature. Très appréciable en ces temps dominés par la prise de conscience écologique et le mouvement en faveur des droits des animaux. Historiquement, celles qu'on appelait sorcières étaient souvent des guérisseuses pour qui la botanique, l'herboristerie, la lithothérapie ou l'astrologie n'avaient pas de secret. « La sorcière porte en elle quelque chose d'holistique qui correspond aux aspirations de l'époque. Sa connexion avec la nature répond à l'envie de se réancrer dans le monde, de se réapproprier son corps et son bien-être, de se reconnecter à soi, aux autres et au cosmos », analyse Guillemette Houdard. Le fait qu'il entre une grande part d'ésotérisme dans la familiarité de la sorcière avec la nature ne gâche rien, bien au contraire. « Les nouvelles générations sont beaucoup plus ouvertes à l'irrationnel, comme si elles avaient besoin de nouveaux guides », appuie Guillemette Houdard. « Face à une modernité souvent jugée aliénante, les rituels ancestraux et les disciplines "oubliées" ont la cote », appuie **Pascale**

PLANTES MIRACLES

OU COMMENT FAIRE DES MERVEILLES AVEC UNE TISANE, d'après *Odile Chabrilac, auteure d'Âme de sorcière ou La Magie du féminin (éd. Solar)*.

L'aubépine : pour se recentrer et s'apaiser.

La grande ortie : pour se purifier et se renforcer (notamment contre les fantômes).

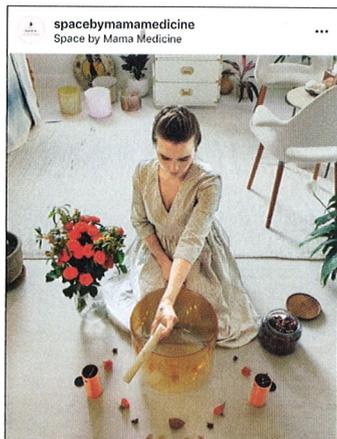
Les boutons de rose : pour favoriser les rêves prophétiques.

Le houx : pour se protéger (de la foudre, du poison et des esprits maléfiques).

Le gingembre : pour favoriser la chance, la santé, la vitalité et la puissance sexuelle.

MAGICIENNES 3.0

QU'ELLES DIALOGUENT AVEC LES ÉTOILES OU INTERROGENT LES PIERRES, CES TROIS NÉOSORCIÈRES À SUIVRE À LA TRACE REVISITENT LE MYTHE, SANS BALAI NI CHAPEAU POINTU.



@spacebymamamedecine



@spiritdaughter



@thewildfeminine

Brousse. Ainsi, il est question au Sénat de réautoriser le métier d'herboriste, interdit depuis 1941.

UNE CRÉATRICE DE POTIONS

À tous ces thèmes bien dans l'air du temps s'ajoute enfin celui du DIY, très présent depuis plusieurs années dans la beauté face à la défiance croissante vis-à-vis de l'industrie cosmétique. « 12 % des femmes fabriquent ou auraient fabriqué au moins une fois leurs produits elles-mêmes », argumente **Pascale Brousse**. Or la sorcière élabore ses potions elle-même, c'est ce qui fait le secret de leur efficacité. Quand

les cosmétiques ne sont pas faits maison, on fait donc en sorte que leurs procédés de fabrication soient le plus artisanaux possible. Chez Kypris, par exemple, marque américaine dont l'un des sérums best-sellers s'appelle « Moonlight Catalyst », on s'enorgueillit du fait que la production soit d'origine bio, locale, réalisée à petite échelle, dans des fermes tenues par des femmes et/ou fonctionnant sur le principe de coopératives... Bref, on le voit, la sorcière est en passe de devenir la nouvelle héroïne de la beauté. Ce qui, si on en revient à ses représentations traditionnelles, paraît pour le moins savoureux. Et vous, en êtes-vous une ? ●

PRODUITS MAGIQUES

POUR S'INITIER AU CULTE



1. **Crème Sorcière**, Delbève au Bon Marché Rive Gauche, 49 €, Delbove.com.
2. **Huile Ensorcelante**, Garancia, 35,35 €, Garancia-beauty.com.
3. **Eau de Parfum Anima**, Douces Angevines, 90 € les 90 ml, Doucesangevines.com.
4. **Eau de Parfum Damn Rebel Witches**, Reek Perfume, 95 € les 50 ml (env. 106,40 €), Reekperfume.com.
5. **Sérum Moonlight Catalyst**, Kypris, 77 \$ (env. 67,75 €), Kyprisbeauty.com.
6. **Celestial Sphere Eye Soot Ara**, Rituel de Fille, 38 \$ (env. 33,50 €), Ritueldefille.com.