

Julien Kaibeck : "La slow cosmétique est l'avenir de la beauté"

Par Pauline Castellani • Le 30 janvier 2020



La slow cosmétique privilégie la cueillette à la main pour des produits toujours plus sains et naturels.
Herbiolys

Interview.- De plus en plus connu du grand public, le label se dote d'un comité des sages pour donner du sens aux formules mais aussi au marketing des marques. Rencontre avec Julien Kaibeck, son fondateur.

Il a inventé l'expression «slow cosmétique» pour raconter sa démarche dans son premier livre publié en 2012 (1) : consommer moins de produits de beauté, mais mieux. En pleine transition green et désormais président de l'association Slow Cosmétique, Julien Kaibeck invite à adopter des gestes plus écologiques et des formules raisonnables contribuant au développement de l'économie locale. Fait maison, zéro déchet, artisanal, végan..., disponibles dans une quarantaine de points de vente (pharmacie, institut, boutique) et sur le site marchand slow-cosmetique.com, plus de 200 marques, souvent bio, sont labellisées. Et pour mieux orienter l'action du label, un comité des sages, tout

juste mis en place, planche sur le futur d'une beauté plus sensée, inscrite dans le développement durable.



Julien Kaibeck, président de l'association Slow Cosmétique.
Didier Knoff

LE FIGARO. - La slow cosmétique est-elle une troisième voie entre cosmétique conventionnelle et cosmétique bio?

Julien KAIBECK.- Notre mention ne veut en aucun cas remplacer les labels bio. Mais c'est un moyen supplémentaire de guider les consommateurs vers une beauté toujours plus raisonnable. Si la slow cosmétique reste une tendance de niche, elle s'installe progressivement, puisque 85 % des Françaises estiment déjà qu'elle est l'avenir de la beauté (2) et qu'aujourd'hui, 214 marques, souvent bio et naturelles, sont labélisées dans le monde, dont 141 en France. Par exemple, la marque dermo-cosmétique Indemne à

base d'huiles essentielles, les savons à froid Clémence & Vivien, les formules solides et zéro déchet de Lamazuna... Ce type de label met avant tout l'accent sur les huiles végétales pour prendre soin de la peau, mais aussi sur les shampoings solides ou les savons qui permettent de remplacer 1,5 flacon de gel douche et de réduire largement l'impact écologique.

“

La slow cosmétique nous invite à faire la paix avec notre peau

”

Quels critères sont exigés pour ce label ?

Le jury indépendant, qui se réunit trois fois par an, privilégie, bien sûr, les formules écologiques sans ingrédients polémiques (perturbateurs endocriniens, irritants, chimie de synthèse...) et des emballages zéro déchet ou recyclables en verre ou plastique écologique. Mais l'on ne s'intéresse pas uniquement à la formule ! Le marketing doit être, lui aussi, «raisonnable». Nous refusons la mise en avant d'études cliniques et les messages anxigènes du type «comble la ride en une nuit». La slow cosmétique nous invite à faire la paix avec notre peau : un soin ne doit pas chercher à minimiser les signes du temps, plutôt à les accompagner. En parallèle, nous favorisons les TPE et PME, à taille humaine et souvent artisanales ou familiales, qui privilégient des circuits de production courts et vertueux. À la manière de Pierre Rabhi, nous disons : «Il ne suffit pas qu'un cosmétique soit bio pour changer le monde, il faut que l'entreprise qui le propose soit engagée ou innove dans le bon sens !»



Des produits labélisés "slow cosmétique".

Julien Kaibeck

Pourquoi avoir mis en place un comité des sages, en décembre dernier ?

Composé d'experts indépendants bénévoles, il regroupe des noms connus du secteur de la beauté, de l'environnement ou de l'aromathérapie. Comme Pascale Brousse, experte en «green, clean, sustainability», qui a fondé Trend Sourcing après dix ans passé chez L'Oréal, Anne Ghesquière, fondatrice du média FemininBio, ou encore Christian Leclercq, maire de la commune de Silly en Belgique et ardent défenseur des principes de la Slow Life dans l'administration publique. Le comité rédigera un ou deux avis par an afin de mieux orienter les entreprises dans leur développement. Notamment sur l'utilisation du plastique et des polymères dans les produits à rincer, notre prochain chantier... Ce rôle de conseil est primordial : les marques que nous labellisons ont connu en moyenne une progression de 30% de leur chiffre d'affaires en 2019 dans un contexte où la cosmétique traditionnelle flirte, selon les études, avec les 3%.

(1) Adoptez la Slow Cosmétique (Éditions Leduc).

(2) D'après l'étude Harris Interactive réalisée pour l'association Slow Cosmétique en novembre 2019.

