

Cycles des femmes

Cosmétique et variations hormonales en nouvelle harmonie

De la puberté à la ménopause en passant par la période de grossesse, les femmes voient leur humeur, leur corps, leur peau, changer au rythme des fluctuations de leurs hormones. Cette « affaire de femmes », longtemps tue, prend aujourd'hui de la voix au point de s'immiscer dans le discours et l'offre cosmétique. Intimement liée au bien-être holistique qui façonne la beauté, elle donne aujourd'hui aux marques et aux fabricants l'occasion d'une nouvelle approche et de développements plus adaptés.

Il est paradoxal qu'une industrie principalement centrée sur un cœur de cible féminin n'ait jusqu'alors que si peu tenu compte des spécificités hormonales de la gent. Un état de fait qui semble pourtant évoluer sous l'impulsion de plusieurs facteurs activés par la génération des millenials. L'intérêt d'aborder sans détours les cycles menstruels ou la ménopause se précise et s'illustrent de lancements qui pourraient être précurseurs. « Cela correspond à la libération de la parole sur la sexualité et à une certaine levée des tabous par rapport à la femme », explique Pascale Brousse, fondatrice de l'agence-conseil Trendsourcing, spécialiste des tendances cosmétiques. « Cela fait partie du trend de la beauté



Seppic et son actif Teca qui va favoriser l'activité des fibroblastes normalement boostée par les pics d'oestrogènes qui ne se font plus à la ménopause.



Pascale Brousse, fondatrice de l'agence-conseil Trendsourcing.



Aurélie Brunel, chef de marchés cosmétique chez Seppic.



Clara Croux, responsable de la gamme Woman chez Typology.



Céline Hanani, chef de produit, Solabia.



Sophie Kune, fondatrice du compte Instagram @menopause.stories.



Lionel Valenti, responsable scientifique, Exsymbol.

holistique et de l'inclusivité impulsé par les indies brands. Néanmoins, il y a encore un déficit de vocabulaire et de vraies propositions notamment sur le sujet de la ménopause », ajoute-t-elle.

Un besoin de beauté menstruelle

Parmi ces jeunes marques indépendantes moteurs, il y a Typology. La marque a lancé en 2019 la gamme Woman, composée de quatre sérums adaptés à chaque semaine du cycle menstruel. Une première sur le marché français. Bien que partisane de la mixité de ses soins, Typology a souhaité ici répondre à un problème bien féminin, exprimé par ses consommatrices et plus globalement par la majorité des femmes. « Chaque femme notait des différences au niveau de leur peau pendant le cycle. Il y a évidemment une vraie corrélation entre les deux principales hormones que sont les œstrogènes et la progestérone qui vont fluctuer au cours du cycle, et la beauté de la

peau. Les récepteurs hormonaux sont très présents au niveau du visage, c'est une zone qui va être plus touchée par les changements hormonaux que le reste du corps », explique Clara Croux, responsable de la gamme.

En complément de la routine de soin habituelle, les quatre sérums répondent par un cocktail d'ingrédients naturels aux différents besoins cycliques : hydratation pour la première semaine au cours de laquelle le taux d'hormones est faible ; éclat pour la seconde où la peau est à son top, bien hydratée, sans excès de sébum, avec un taux d'oestrogènes qui augmente et de progestérone qui diminue ; action astringente pour la 3^e semaine au cours de laquelle le taux de progestérone commence à monter entraînant la dilatation des pores ; et enfin matifiante grâce à des algues sébo-régulatrices pour la 4^e semaine au cours de laquelle la progestérone a atteint son taux maximum.



© onairchpunch / Adobe Stock

« Il convient de rendre la ménopause vibrante et non stigmatisante... »

En amont, cette peau sous influence hormonale fait déjà l'objet d'attention de la part des laboratoires et fournisseurs d'ingrédients. « 66 % de femmes françaises déclarent que leur peau est affectée par le changement menstruel, cela reflète bien un besoin de nouvelles routines adaptées au cycle. Chez Seppic, nous proposons déjà des réponses en termes d'actifs sur les grandes thématiques des besoins de la peau comme l'hydratation ou l'acné qui peuvent être liés aux fluctuations des hormones lors du cycle menstruel, mais nous pouvons aussi inspirer nos clients avec différentes textures qui vont accompagner ces besoins : plus fluides lorsque l'acuité tactile est la plus forte au moment des règles ou avant l'ovulation, ou des formules au toucher riche et réconfortant ensuite », explique Aurélie Brunel, chef de marchés cosmétique chez Seppic, fournisseur d'ingrédients cosmétiques. Spécialisé dans l'extraction et la synthèse de molécules depuis 1970, le laboratoire

Exsymol trouve dans sa famille d'actifs les Silanols, à base de silicium organique, des solutions également appropriées pour avoir une belle peau tout au long de son cycle.

« Nos actifs représentent une solution technique pour recharger la peau en silicium et compenser les pertes naturelles observées », explique Lionel Valenti, responsable scientifique. Exsymol a bien étudié les besoins changeants de la peau au cours notamment du cycle hormonal et préconise plusieurs de ces actifs tout le long du cycle : D.S.B.c va réhydrater et apaiser la peau, Alistin participe à une peau souple et renforce son éclat, Arct'Alg protège, régénère et restaure la fonction barrière et Épidermosil va jouer sur la production de sébum et va ainsi permettre à la peau d'être purifiée. Des ingrédients que l'on retrouve également pour certains dans des formules adaptées à la période de grossesse de la femme ainsi qu'à la ménopause.

Pro-ménopause plutôt que anti-âge

Autre étape clé du changement hormonal de la vie d'une femme, la ménopause s'accompagne de signes caractérisés au niveau de la peau du corps et du visage. Amenés à un travail de compréhension de cette étape, les laboratoires cosmétiques répondent aujourd'hui précisément aux marques de plus en plus ouvertes à cette problématique qui touche en France 13 millions de femmes. « Il y a un grand besoin de discours positif. Les femmes attendent qu'on les accompagne dans ce changement hormonal, mais avec des mots vrais et moins effrayants. Pour ces femmes qui se sentent jeunes dans leur tête, il convient de rendre la ménopause vibrante et non stigmatisante », assure Sophie Kune, fondatrice du compte Instagram @menopause.stories. Et l'influenceuse de citer plusieurs initiatives cosmétiques allant dans ce sens d'un discours sans filtres, comme Lierac, MiYé ou Dermapositive. « Que ce soit avant, pendant ou après la

Les solutions d'EXSYMOL pour une belle peau
Tout au long de son cycle

4^{ème} semaine
 Une peau purifiée
ÉPIDERMOSIL
 Sébum -71%

1^{ère} semaine
 Une peau hydratée et apaisée
D.S.B.C
 Hydratation +78%
 Inflammation -60%
 Sensibilité -81%

3^{ème} semaine
 Une peau hydratée et protégée
ARCT'ALG
 Hydratation +60%
 Protège, régénère et restaure la fonction barrière
 Nombre de couches du SC
 Aquaporine
 Filaggrine

2^{ème} semaine
 Une peau souple et éclatante
ALISTIN
 Luminosité +40%

Exemple du marché: Typology et ses 4 sérums

ménopause, il faut une réelle connaissance de ce qui se passe à ces différents moments. Les femmes attendent une réponse adaptée, efficace, mais ne veulent plus de sur-promesses », ajoute Sophie Kune, qui a récemment proposé avec Clarins un nouveau podcast *Mon cœur ce héros* au cours duquel la ménopause a pu être abordée sans détour.

Concrètement, d'un point de vue physiologique, vers l'âge de 50 ans les taux d'hormones féminines chutent, et plus particulièrement l'œstrogène responsable d'une peau ferme et en bonne santé. Cette carence peut accélérer certains aspects du vieillissement biologique de la fonction barrière entraînant différentes conséquences : peau sèche et irritations, perte d'éclat, d'élasticité, taches brunes, accentuation des rides...

« Nous avons un portefeuille d'excipients et d'actifs qui répondent aux trois piliers des besoins de la peau ménopausée : l'apport de confort pour les peaux devenant plus sensibles avec par exemple notre émoulliant naturel Emogreen 19, l'hydratation et l'aide au maintien de la fonction barrière », explique Aurélie Brunel. La responsable met notamment en avant le bestseller hydratant Aquaxsyl ou encore le dernier-né de l'innovation Seppic, Hydrachrysum, qui promeut la résolution de l'inflammation en agissant au cœur du problème de la peau

sèche via un phénomène biologique différent : l'*Inflammdryness*. « Nous travaillons aussi sur la fonction barrière avec des excipients tels que les bioémulsionnants Montanov ou encore notre actif Teca qui va favoriser l'activité des fibroblastes normalement boostée par les pics d'œstrogènes qui ne sont plus à la ménopause », ajoute-t-elle.

Le laboratoire Exsymol répond également avec notamment Sirhamnose, l'actif cosmétique « *sublimateur de vécu* ». L'actif est un Silanol créant une synergie entre le silicium, un élément essentiel de la peau et le rhamnose, sucre végétal connu pour son action bénéfique dans les domaines de la glycobiologie cosmétique et pour ses propriétés apaisantes. L'association de deux permet une meilleure pénétration et une réparation optimale pour un remodelage positif du visage mature.

Pour sa part, le groupe spécialiste de la fabrication d'actifs naturels Solabia va plus loin et illustre l'intérêt porté par le tout récent lancement d'un nouvel actif éco-conçu et spécialement dédié aux peaux ménopausées, Fucolife GR.

« La ménopause entraîne un grand nombre de bouleversements notamment au niveau de la physiologie cutanée et de l'état émotionnel. Avec ce produit nous voulons agir sur ces deux grands axes, rétablir une peau confortable et par ricochet une bonne estime

de soi », présente Céline Hanani, chef de produit.

Le produit, obtenu par fermentation bactérienne de substrats végétaux non-OGM se présente sous forme de poudre. Anhydre, il est donc sans conservateurs et convient aux formules ayant un fort indice de naturalité. Fucolife GR active les voies de signalisation qui conduisent à la réparation des tissus cutanés endommagés par l'âge. Il va agir sur différents marqueurs au niveau de la matrice extra cellulaire entraînant une réponse réparatrice et une réorganisation du derme, mais également de l'épiderme.

Avec un bénéfice beauté de féminité retrouvée, Solabia confirme que selon les panélistes interrogées, l'actif intégré à une formule fait augmenter le sentiment d'estime de soi. « Le côté émotionnel est important, car aujourd'hui les femmes ne sont pas seulement en recherche de produits qui vont agir sur les signes de l'âge. Elles veulent plus que ça et sont en quête de bien-être et par extension, bien-vieillir », note Céline Hanani.

Une remarque en forme de conclusion, révélant la prise de conscience des professionnels de la beauté, sur le cycle des femmes à placer en harmonie avec l'offre du marché ●

Kristel Milet

INFOS +

Pour aller plus loin, consultez notre avis d'expert. Anne Charpentier, fondatrice de Skinobs qui édite des plateformes techniques dédiées aux tests *in vitro* et *ex-vivo*, apporte son éclairage sur les évaluations cliniques des signes de vieillissement corrélés aux changements hormonaux, et à la ménopause en particulier.

