



L'ABÉCÉDAIRE

de nos nouvelles envies

Tout doucement, ces derniers mois, on s'est reprises au jeu... Et l'on aime plus que jamais se redécouvrir dans le miroir. Mais nos attentes ont évolué et, désormais, c'est avec moins de sophistication, moins de pollution, mais toujours plus d'efficacité et de diversité que l'on veut composer. C'est cette autre vision de la beauté, bien en phase avec les réalités d'un monde bouleversé, que l'on vous propose dans ces pages.

RÉALISATION SOPHIE MICHARD.
TEXTES IJOU FARAOUN, GABRIELLE LAFARGE,
SOPHIE GOLDFARB, KARINE SILBERFELD.
PHOTOS ALEXANDRE PATEIN.
STYLISME NADO AL TABBAL. MAQUILLAGE STÉPHANIE JACQUET.
COIFFURE STÉPHANE DELAHAYE.

A



PURIFIANT

Au cœur de ce soin hydratant et matifiant, le noni, une plante aux vertus assainissantes, alliée des peaux grasses. *Visibly Pure, Fluide Jour Perfecteur, Onagrine*, 18,90 € les 40 ml.



COMME ADAPTOGÈNE

L'une des nouvelles marottes beauté ? Les plantes dites « adaptogènes ». Bien connus de la pharmacopée traditionnelle, ces végétaux puissants (herbes, racines et champignons), habituellement utilisés en phytothérapie, ont un pouvoir bien particulier : celui de soutenir l'organisme pour qu'il s'auto-protège lorsqu'il se trouve en situation de stress. Parmi les adaptogènes célèbres, on trouve le ginseng, le curcuma, l'aloë vera ou l'ashwagandha. « Ces plantes poussent dans des milieux extrêmes et sont donc chargées en super ingrédients qui permettent de combattre les effets du stress sur la peau, explique Alison Ouvrier-Neyret, cofondatrice de la marque Peace and Skin. Leur richesse en antioxydants augmente les systèmes de défense de la peau, qui est donc mieux protégée. » De vrais antidépresseurs cutanés que l'on risque de croiser de plus en plus souvent dans nos crèmes...

LÉGER

Le trio CBD, maca et aloë vera apaise, tandis que les fines particules de nacre voilent la peau de lumière. *Sérum Idéal, Peace and Skin*, 35 € les 30 ml.



QUOTIDIEN

Tous les bienfaits émollients de l'aloë vera dans une formule bio pour le corps et le visage. *Baume Universel Hydratant 24H à l'Aloë Vera, Fleurance Nature*, 6,50 € les 150 ml.

CONFORTABLE

Ce lait à masser nettoie sans altérer le film hydrolipidique grâce à un cocktail de plantes adaptogènes. *HydraClean, Nutricentials*, 24,84 € les 150 ml.



B

COMME BOX

Apparues il y a une dizaine d'années, elles se réinventent au gré des envies du moment. Parmi les belles idées récemment développées : la création d'éléments et d'accessoires dans des matières responsables et/ou recyclées, l'évolution du conditionnement (la box en carton qui se mue en panier de jute), les cadeaux collectors, les box thématiques (cycle menstruel, grossesse...) ou encore la sélection de produits à la composition respectueuse de la santé. La clé de leur succès ? Un concept de base simple, mais efficace : faire tester chaque mois différentes marques et produits cosmétiques, connus ou plus confidentiels, pour une quinzaine d'euros. On adore celles de Blissim, Glossybox, Glowria, Nuoo Box ou My Little Box, plus que jamais motivées pour conserver leur effet de surprise...



C

COMME CHANVRE

S'il y a une plante qui a le vent en poupe, c'est bien le chanvre! Impossible de passer à côté, tant ses vertus séduisent marques et consommateurs. Et pour cause: au-delà de son image récréative, ses bienfaits pour la peau sont indéniables. Au cœur de la plupart des formules, on retrouve deux types d'extraits. L'huile de chanvre, issue des graines de la plante pressées à froid, est un élixir hautement nourrissant, très riche en oméga 3 et 9, en acide linoléique et en vitamine E. Quant au CBD ou cannabidiol, c'est un vrai principe actif extrait de la plante. Exploitée seule ou associée à d'autres actifs, la molécule (non psychoactive) est particulièrement prisée pour ses propriétés anti-inflammatoires et ferait des miracles sur les peaux à tendance acnéique ou sujettes à l'eczéma. Utilisés au quotidien, les soins à base de chanvre offrent une protection musclée, apaisent et rééquilibrent tous les types de peau.



TONIFIANT

Un parfum acidulé et une gelée fraîche qui donnent un vrai coup de fouet. *Green Fizz, Gel Nettoyant Visage, Ho Karan, 26 € les 100 ml.*

UNIVERSEL

Huile de chanvre, aloe vera et extraits de bambou anticipent tous les besoins de la peau. *Fluide Hydratant au Chanvre, Bernard Cassière, 19,90 € les 30 ml.*



CARESSANTE

Fine et enrichie en huile de chanvre, elle se masse pour nettoyer la peau en profondeur. *Montana Harvest, Huile Nettoyante Omega, Odacité, 52 € les 100 ml.*



ASSOUPLISSANT

Très vite absorbée, sa formule intègre de l'huile de graines de chanvre pour assouplir et revitaliser. *Lait Corps Apaisant, Naturally Good, Nivea, 5,95 € les 350 ml.*



D

COMME DIGITAL

Les pots de crème alignés sur les étagères d'une parfumerie? Ces marques-là ne les connaissent pas. La raison: un développement 100% digital. Ces *indie brands* (marques indépendantes), qui existent avant tout sur les réseaux sociaux, ont même inventé un nouveau modèle. « Il est axé sur leur communauté, un groupe fort et engagé de fidèles, qui se compte au nombre d'échanges, de questions et de "likes" circulant chaque jour », explique Pascale Brousse, fondatrice de Trend Sourcing*. Cette communication directe repose sur une proximité permanente, faite d'écoute et d'offres. Au quotidien, vidéos, tutoriels et concours animent la plate-forme, et des collaborations avec d'autres marques permettent de recruter de nouveaux abonnés. Version moderne du lèche-vitrines devant la parfumerie alors que l'on sortait acheter du pain! Par exemple, « une marque de cosmétiques naturelle comme On The Wild Side fait un "live" avec la Guinguette d'Angèle, ça crée le buzz », poursuit Pascale Brousse. Avec ses quarante marques, le e-shop Jolimoi organise régulièrement ateliers et tables rondes d'information ou de création en tout genre. La marque allemande Hello Body a, pour sa part, misé sur des influenceuses avec partenariats rémunérés pour populariser ses produits, ainsi que sur divers codes promotionnels pour inciter à l'achat. Très présent sur TikTok, Merci Handy capte un public jeune avec des produits fun et pailletés, assortis d'un ton décontracté. Un vrai changement de concept qui grignote peu à peu le terrain des marques traditionnelles.

*Agence de tendances dans le domaine de la beauté.