



L'OFFICIEL PARIS

N° 1023 JUIN-JUILLET 2018
WWW.LOFFICIEL.COM

DE LA COUTURE ET DE LA MODE DE PARIS

Soko
Pop &
vegan life

Gourous, lieux, gestes,
spiritualité, food, sexe...
Be Well!
Notre manifesto beauté

ISSN 0030-0403
L 15003 - 1025 - F: 3,00 € - RD

Soko en Gucci, bijoux Tiffany & Co., photographiée par Daria Kobayashi Ritch



MANIFESTO

BE WELL !

1. LA DÉTENTE

Succomber à la chaleur
Dormir pour être belle

2. LE SOIN

Ne conserver que l'essentiel
Choisir la crème de la crème

3. L'EXERCICE

Se muscler en douceur

4. LA SPIRITUALITÉ

S'initier au chamanisme
S'enticher des pierres

5. L'ÉVASION

Voyager en soi

6. LES FRAGRANCES

Se parfumer autrement

7. LA SUBSTANCE

Planer mais pas trop

8. LES GESTES

Lifter sans bistouri
Miser sur le pouvoir des mains

9. LE SEXE

Passer du point G au point com
Pimper son vagin

10. L'ÉTHIQUE

Se soigner sans polluer
Changer de steak
Adopter le mode de vie californien



2. Le soin

NE CONSERVER QUE L'ESSENTIEL

Toujours plus d'ingrédients complexes dans la composition de nos produits de beauté : et si l'équilibre de la peau tenait au contraire à un retour aux sources ?

Par AURÉLIA HERMANGE-HODIN
Photographie PAULINE CARANTON

Signe avant-coureur de cette aspiration à davantage de simplicité, le come-back spectaculaire sur le devant de la scène cosmétique de l'huile, un produit à la fois ancestral et basique dont on ne cesse de redécouvrir les propriétés. Au croisement de la consommation intelligente, de l'efficacité, de l'authenticité et du plaisir, elle a fait bondir les ventes du segment démaquillage et s'installe avec un succès croissant sur celui du soin cheveux. Un engouement qui ne surprend pas le moins du monde Pascale Brousse, consultante en bien-être et fondatrice de l'agence prospective Trend Sourcing : "L'industrie cosmétique a longtemps été dominée par l'idée que, pour être efficace, un produit devait forcément avoir fait l'objet de nombreux brevets et être composé d'actifs high-tech. C'était le règne de la science, qui seule semblait pouvoir rendre les formules crédibles. Mais entre surenchère, promesses non tenues et complexification des gestuelles, les femmes ont fini par se lasser et sont naturellement revenues vers une forme d'épure." Pour se débarrasser du superflu, elles se sont ainsi tournées vers des marques aux gammes plus courtes, proposant des listes d'ingrédients réduites, des packagings épurés et des messages simplifiés. "Mais sobre ne veut pas dire moins efficace", constate Michèle Evrard, fondatrice de la marque Cosmetics 27. "Pour moi, la beauté doit être intégrative, préventive et naturelle. À travers mes soins, je cherche à apporter des réponses pointues et adaptées basées sur le principe de l'homéostasie, cette capacité de l'organisme à s'auto-équilibrer." Résultat, onze produits formulés avec un minimum d'ingrédients, où les matières inertes issues de la pétrochimie sont exclues et "qui disent ce qu'ils font".



De gauche et droite : crème visage Face Cream 4/5, Alex Carro, sur Moncornerb.com. Gel Nettoyant Ambivalent pour le Visage, Aesop.



De gauche et droite : Essence Hydratante à la Camomille, Belif, chez Sephora. Masque du Botaniste, Sanoflore.



Une philosophie également adoptée par de nombreuses marques convaincues que le stress, la pollution et la banalisation des procédures esthétiques rendent la peau plus irritable et qu'il faut limiter les facteurs de risque en éliminant au maximum les parfums, les conservateurs et les tensioactifs. "Le



Crème Bio-Logique 27, Cosmetics 27.

nombre de personnes déclarant avoir la peau sensible ne cesse d'augmenter", confirme le Dr Elisabeth Briand, directrice recherche et développement de la marque Skintifique, "ce qui est notamment dû à une exposition continue à des facteurs irritants. Les marques comme la nôtre ont pris le parti de ne sélectionner que des ingrédients actifs ayant démontré leur douceur pour éviter les formules à rallonge potentiellement agressives. Car moins il y a d'ingrédients dans le produit, moins vous avez de chances de tomber sur des ingrédients néfastes pour votre peau ou votre santé." Cette analyse incontestable a d'ailleurs totalement transformé le segment du vernis à ongles. Il y a encore une dizaine d'années, les laques affichaient sans complexe des formules au phtalate de dibutyle (utilisé comme agent filmogène pour donner sa souplesse au vernis et l'empêcher de craqueler, mais fortement suspecté d'être un perturbateur endocrinien), au toluène (un neurotoxique) ou encore au formaldéhyde (potentiellement cancérigène). Quant à l'acrylate, réputé pour sa capacité à créer un fini brillant, il était surveillé de longue date par les dermatologues à cause de son fort pouvoir irritant. Actuellement, les trois premiers composants cités, connus sous le nom de Big 3, sont encore utilisés car difficiles à remplacer. Pourtant, l'alternative aux abus de chimie existe bel et bien, comme le professe Christian David, cofondateur de la marque de vernis verte Kure Bazaar, qui revendique 85 % d'ingrédients végétaux : "Nous avons par exemple remplacé le solvant, généralement issu de la pétrochimie mais indispensable pour lier les composants, par une distillation végétale." Une nouvelle façon de penser la cosmétique observée de près par les grands groupes, qui revoient activement leur copie afin de proposer davantage de transparence, de créer des vernis plus safe mais aussi des produits de soin simplifiés et multi-usages, voire de lancer des kits DIY, comme on a pu le voir récemment chez la marque bio Sanoflore, propriété de L'Oréal.



De gauche et droite : EGF Serum, Bioeffect. Gel Hydratant Plus HS, Skintifique.



Vernis à ongles, Kure Bazaar.



Le Baume Coco, Les Petits Prédiges.



De gauche et droite : Deep Cleansing Oil, DHC. Huile quotidienne 3 en 1 corps, visage et cheveux, Everyday Oil, Dr. Jackson's.

