



La cosmétique à l'heure du "slow"

Par **Emilie Veyretout** | Le 03 juin 2015

Partager

Le mouvement gastronomique Slow Food, de Carlo Petrini, inspire une jeune génération de labels de soin. Leur credo : consommer moins, mais mieux.

Dans un bol, mélanger 75 grammes de farine d'avoine, 75 grammes de bicarbonate de soude et 10 gouttes d'huile essentielle de rose. Ajouter un peu de yaourt nature et conserver au frais. Cette recette n'épatera pas vos petits-enfants fans de cheesecake mais vous permettra, chaque matin, de nettoyer votre visage de façon 100 % naturelle. Rachel Winard, créatrice de la marque **Soapwalla**, dont le déodorant crème fait partie des best-sellers chez Colette, animait récemment une *beauty class* devant les clientes amusées du magasin parisien.

Des formules de beauté faites maison, garanties sans conservateur ni actif chimique, tel est le fonds de commerce de cette trentenaire new-yorkaise au look de hipster qui a commencé à créer des cosmétiques dans sa cuisine à cause d'un lupus - une maladie auto-immune se traduisant notamment par une intolérance de l'épiderme. Ses savons et autres onguents se vendent désormais un peu partout dans le monde. « Comme Soapwalla, une nouvelle génération de jeunes labels est en train d'émerger. Leurs points communs ? Une démarche écoresponsable, des lignes courtes, des compositions qui privilégient la pureté et la qualité, avec des identités visuelles très signées, analyse Mélanie Philibert, gérante d'Univeda, un site de distribution de produits de beauté naturels basé en Ardèche (univeda.fr). Dans le même genre, en France, vous avez Berthe Guilhem, des shampooings au lait de chèvre fabriqués à la main, Douces Angevines, une toute petite gamme à base de fleurs et de plantes médicinales... »

En ce moment



<

>

Rempportez vos produits coiffants **DESSANGE** Compétence Professionnelle



"Une tradition de beauté prestigieuse"

Derrière ces jeunes pousses, des entrepreneurs de 30 à 40 ans qui montent leur première PME. Des passionnés, des héritiers d'un laboratoire bio des années 1980 et même des transfuges de grands groupes cosmétiques. Les initiatives se multiplient également en Grande-Bretagne, en Italie, en Espagne. On trouve aussi bien des soins pour le visage et le corps que du maquillage, du parfum, des produits d'hygiène pour bébés. « Ce phénomène est typiquement générationnel, reprend Mélanie Philibert. Nos parents nous ont donné des bains à l'Obao, nous nous nourrissons depuis l'enfance de fruits et de légumes bourrés de pesticides. Forcément, cela laisse des séquelles. De plus en plus de trentenaires ne peuvent plus rien mettre sur leur peau. Et lorsqu'elles deviennent mamans, elles se font encore plus suspicieuses. »



Sels de bain de Soapwalla.
Photo presse

Quinze ans après la vague des marques bio, rattrapées par les histoires de labellisation et aujourd'hui dans le giron de grands groupes (Florame, Sanoflore...), la slow cosmétique attire moins les puristes - « slow » ne signifie pas forcément « bio » - que les « vert clair », ces sympathisants peut-être déçus par des formules naturelles un peu brutes. Désormais, on leur demande de s'intéresser aux étiquettes, de comprendre les besoins réels de la peau pour consommer moins et mieux. L'expression a été « inventée » par le Belge Julien Kaibeck, calquée on le devine sur le mouvement culinaire Slow Food, de l'italien Carlo Petrini, né dans les années 1980. Le phénomène a fait l'objet d'un livre (*Adoptez la slow cosmétique*, préfacé par Jean-Pierre Coffe, aux Éditions Leduc.) et vient de donner naissance à un marketplace, un marché virtuel qui répertorie et vend en direct une cinquantaine de petites marques (slow-cosmetique.com). « Nous sommes les héritiers d'une tradition de beauté prestigieuse. Je ne crie pas à la théorie du complot, seulement je pose la question : n'avons-nous pas perdu le sens ? Je suis convaincu que la peau a juste besoin d'être nettoyée, hydratée et protégée du soleil, affirme Julien Kaibeck. La slow cosmétique résonne dans le monde entier, je reçois une centaine de courriels par jour. De la même manière que les gens veulent savoir ce qu'ils mangent, ils sont de plus en plus nombreux à se demander ce qu'il y a dans leur crème lavante, leur sérum. » La prochaine fois que vous serez dans votre bain, peut-être prendrez-vous le temps de lire l'étiquette de votre gel douche ?

À lire aussi :

Musclez votre routine de beauté

Connexion  21  1  Share 1 

Tags : Colette, Soapwalla, Univeda, Berthe Guilhem, Douces Angevines, Maison berthe guilhem, Douces angevins, beauté, Slow cosmétique

À PROPOS DE L'AUTEUR

Emilie Veyretout

Journaliste

