



Tendance

Fushi, [Taa], Lush, Korrés, Ahava... Faudra-t-il bientôt dégainer notre dictionnaire face aux linéaires ? Si certaines marques vous disent déjà quelque chose, pour d'autres, récemment mises sur le marché, l'heure est encore aux présentations. Embarquement immédiat pour six terres cosmétiques et décryptage de leur valeur ajoutée.

Par Emmanuelle Courrèges

World beauty

Ces marques arrivent tout droit d'Israël, d'Inde, de Corée ou de Grèce et sont non seulement inspirées par les ingrédients locaux ou des philosophies ancestrales, mais aussi fabriquées sur place. Chez Sephora, importateur depuis 2004 des plus gros succès cosmétiques des marchés étrangers, huit des dix best-sellers sont d'origine étrangère. Le Printemps de la Beauté (précurseur de ce mouvement dès l'an 2000, avec le Bon Marché et la Parfumerie Générale) compte quinze marques « de niche » étrangères. « Leur notoriété internationale, la qualité de leurs produits et leur capacité à faire rêver et voyager sont déterminantes dans leur succès », explique Delphine Hervé, responsable des collections beauté du Printemps.



GRÈCE

L'univers du pays. Soleil écrasant, champs d'oliviers et Aphrodite aux frontons des temples. Ici poussent des ingrédients millénaires qui ont fait leurs preuves, même sur les dieux de l'Olympe !

Pourquoi on aime ? La Méditerranée, ça nous parle puisque nous en sommes. Mer et mère à la fois, cette contrée-là est une passeuse de féminité archaïque. Dans un monde friand d'actifs révolutionnaires, appliquer une crème dont se tartinait déjà Pénélope en attendant Ulysse, ça nous rassure. Les recettes de beauté de ce pays, aux textures gourmandes, mettent nos sens en émoi. Qui peut résister ?

Et chez nous ? Korrés Natural Products fait office de pionnier. Cette marque, qui a vu le jour à Athènes dans la première pharmacie homéopathique de la cité il y a treize ans, propose aujourd'hui une gamme très large de soins dédiés au visage, au corps et aux cheveux, des produits solaires et des préparations à base de plantes.

Points forts. Des produits 100 % locaux et naturels. Du thym, de l'huile d'olive, du fenouil, de la sauge, des coings, doublés de produits aux propriétés pharmaceutiques reconnues comme l'aloë vera ou le calendula et enrobés d'ingrédients alimentaires gourmands comme le miel de thym aux vertus antioxydantes ou le yaourt. Celui utilisé par Korrés est même totalement comestible.

VB AIME. Masque Visage au Miel de Thym de **Korrès (1)** : un cocon de douceur qui s'applique le soir en couche épaisse pour nourrir et régénérer l'épiderme grâce aux vertus hydratantes, apaisantes et cicatrisantes des actifs. Lait pour le Corps au Yaourt de **Korrès (2)** : très gourmand, il revitalise les cellules, améliore la souplesse de l'épiderme et apporte un fini poudré à la peau.



PHOTOS PASCAL MORAZZ - DR

SUISSE

L'univers du pays. Ça fleure bon l'air pur, le propre et les sommets enneigés. Mais aussi l'exigence et la haute performance. Cette cosmétologie a une réputation de sérieux, un mélange de science et de nature.

Pourquoi on aime ? Pour la pureté, bien sûr, comme si tous les produits cosméto qui arrivaient sur nos joues nous avaient été apportés par Heidi elle-même. Mais aussi la technologie, le côté « couteau suisse » qui tient ses promesses. Dans un monde où on parle de plus en plus de pollution et de certains cosmétiques comme d'éléments potentiellement toxiques, leurs produits ont un côté « sans taches et sans reproches ».

Et chez nous ? Proximité et lisibilité du discours obligent, les marques suisses sont présentes depuis longtemps en France. Leurs noms sont tous très évocateurs : La Colline, La Prairie, Alchimie Forever, Alpaderme, Câlinesse pour les bébés... La montagne est là, et ses vertus avec !

Points forts. La biologie cellulaire. Ainsi, chez La Colline, un complexe de sept actifs régénère les cellules et augmente leur consommation d'oxygène. Les plantes des parcs naturels des Alpes sont aussi une valeur ajoutée, comme l'edelweiss capable de survivre à l'environnement le plus agressif et puissant antioxydant. Pour les produits Alpure, ces plantes sont cultivées par une association de cent cinquante familles d'agriculteurs bio. Ingrédient récurrent également, l'eau minérale des montagnes, source d'hydratation optimale qui, par sa pureté, respecte l'équilibre naturel de la peau.

VB AIME. Sérums Anti-Âge Diode 1 + Diode 2 d'**Alchimie Forever (3)** : sérums lissants, à base de thé vert et de romarin, à appliquer en alternance matin et soir. Crème de Nuit Lissante Anti-Âge Bio-Alpine Jeunesse d'**Alpure (4)** : des actifs régénérants, boosters d'élastine pour un effet raffermissant. Crème Cérat des Alpes d'**Alpaderme** : conçue pour les enfants mais idéale pour les peaux sensibles très déshydratées.

CORÉE

L'univers du pays. High-tech et tradition. Les Coréennes sont, on le sait, les plus grandes consommatrices de produits cosmétiques au monde et les plus exigeantes. Mais si le raffinement de leur cosmétologie, à la pointe de l'innovation, a créé une vraie vague qui déferle sur toute l'Asie (le *hallyu*), c'est aussi parce que celle-ci s'appuie sur le *haniak*, l'herboristerie médicinale traditionnelle.

Pourquoi on aime ? Pour le mélange de sophistication et d'authenticité. Les ingrédients de leurs cosmétiques tiennent plus de la liste de courses au marché aux herbes que de la formule biologique, mais ils sont associés depuis toujours à une philosophie et à des rituels (superposition d'essences, de sérums, de lotions) qui en optimisent le résultat. La perfection du teint des Coréennes nous assure de la validité de leurs choix.

Et chez nous ? Erborian (« herbes d'Orient ») est la première marque arrivée sur le marché. Elle a été créée par une Coréenne et une Française issues toutes deux de L'Oréal. La seconde, LaNeige, formulée par un Coréen, a été baptisée d'un nom français, car être une *Snow Lady*, c'est l'idéal de beauté des femmes asiatiques.

Points forts. Les ingrédients ancestraux. Chez Erborian, certaines formules ont même été déposées en partenariat avec la Faculté de médecine traditionnelle coréenne. LaNeige, elle, utilise une eau recueillie au cœur de l'Himalaya. Ce « lait des glaciers », chargé de minéraux essentiels comme la silice, a des vertus protectrices, antiradicalaires et nutritives scientifiquement prouvées.

VB AIME. Élixir au Ginseng d'**Erborian (5)** : à base de trois sortes de ginseng, défatigant et revitalisant, c'est une vraie cure de jouvence. Water Bank Cream 1_Ex de **LaNeige (6)** : pour un confort maximal de la peau et une hydratation profonde.





INDE

L'univers du pays. Sacré et philosophie plurimillénaire. Ses produits sont basés sur l'ayurveda, cette médecine holistique ancestrale. Plus qu'ailleurs, le trop est l'ennemi du bien et le respect du vivant, de la nature, de soi, de sa peau un véritable viatique.

Pourquoi on aime ? Parce que ça nous recentre sur l'essentiel. Même si cette philosophie est basée sur les cinq sens, les cinq éléments, les trois *doshas* (les fameux *vata*, *pitta* et *kapha*), loin de nous effrayer, ça nous parle. En se faisant belle, on équilibre aussi ses émotions. À moins que ce ne soit le contraire...

Et chez nous ? Taaj, Fushi, Lavanya... Les marques fabriquées en Inde ont réussi à exister en France. Et pas seulement auprès d'une clientèle de yogis égarés. Parce que, de plus en plus, nous voulons donner du sens à nos gestes, fussent-ils cosméto.

Points forts. Des ingrédients rarement vus ailleurs et dont les vertus ont traversé les âges : de la dentipoudre au curcuma en guise de dentifrice (Lavanya) ou un savon pour se laver les cheveux (Dayna)... Ça suscite notre curiosité, tout comme l'« âme » de ces actifs, qui pianotent aussi sur le mental. Taaj, qui propose des soins « physiques » et « émotionnels », utilise aussi une eau de source de l'Himalaya particulièrement pure et biocompatible avec la peau.

VB AIME. Eau Micellaire de l'Himalaya de **Taaj (1)** : camomille et thé vert pour un démaquillage parfait. Savon Ayurvédique Corps et Cheveux de **Dayna (2)** : une recette ayurvédique à base d'agents nettoyants naturels et d'huile de coco. Lavanya Pureté (nettoyant visage) de **Lavanya** : une poudre 100 % naturelle d'herbes et d'épices à émulsionner avec de l'eau pour un effet assainissant, comme une argile. Masque au *neem* et crème hydratante au *tulsi* de **Vedicare** (www.ayurvedique.com) : purifiant et astringent, pour prévenir et calmer les irritations cutanées.



ISRAËL

L'univers du pays. Une terre mythique, une aura mystique, le mont des Oliviers, la mer Morte et ses bienfaits. Des ingrédients gorgés de soleil qui bénéficient d'une recherche scientifique parmi les plus pointues au monde.

Pourquoi on aime ? Cléopâtre et la reine de Saba, réputées pour leur beauté, n'avaient-elles pas découvert leurs vertus rajeunissantes bien avant l'ère de la thalasso ?

Et chez nous ? Natural Sea Beauty, Premier by Dead Sea Premier, Ahava (avec comme égérie la très jolie Kristin Davis de *Sex and the City*) et Buta'i, la dernière arrivée. Des marques fabriquées en Israël et toutes à base d'ingrédients en provenance des abords de la mer Morte.

Points forts. Cette fameuse mer Morte est le lieu le plus bas et le plus salé du monde. Son degré de salinité varie de 26 % à 33 %, et elle contient des pourcentages de minéraux (calcium, magnésium, potassium, sodium) dix fois plus élevés que dans n'importe quel océan. Anti-inflammatoire, booster de collagène et d'élastine, antidermite et antipsoriasis, dopeur d'échanges intracellulaires, on ne compte plus les vertus de cet environnement. Les boues ont un effet purifiant et les algues (comme la *dunaliella*, utilisée par Ahava) sont gorgées de vitamines et de nutriments protecteurs. Buta'i, elle, est un concentré de technologie, la seule ligne de soins d'origine naturelle à bénéficier des nanodroplets, ces gouttelettes d'eau si fines qu'elles ont le pouvoir de pénétrer les cellules de la peau en un temps record.

VB AIME. Hydra E Day Crème de Jour Ultra-Hydratante 12 h de **Buta'i (3)** (au Printemps de la Beauté) : coenzymes Q10 et huile de grenade aident à renforcer les défenses cutanées. Sel Liquide de la Mer Morte d'**Ahava (4)** : un gel tonique aux vertus anti-âge qui fait office de masque pour le corps. Gel de Boue Nettoyant Visage de **Natural Sea Beauty** (au www.ccbparis.com) : assainit profondément l'épiderme.

ANGLETERRE

L'univers du pays. Pionnier européen de l'aromacologie, c'est un mélange de contrastes, d'humour et de velours, de fluo et de lie-de-vin, où le trash côtoie le style vieille Angleterre.

Pourquoi on aime ? Pour l'esprit de liberté, tendance « arsenic et vieilles dentelles ». Un univers cosmétique légèrement schizophrène, qui prône de la même façon la beauté bio, le respect des saisons et un produit de bain complètement chimique fleurant fort le bonbon anglais. Ce côté régressif réveille l'adolescente qui sommeille en nous. Un jour, on se la joue lady avec des senteurs ancestrales et royales de chez Penhaligon's, le lendemain, on milite, entre deux tisanes au géranium, pour les fleurs et les herbes 100 % naturelles avant de succomber un peu plus tard à des soins Chamallow. Qu'importe la raison, pourvu qu'on soit happy.

Et chez nous ? Lush, Penhaligon's, Jelly Pong Pong, Molton Brown, Balm Balm, Ren, Elemental Herbology... Des marques qui viennent satisfaire toutes les « tribus » françaises, des bobos aux familles des beaux quartiers.

Points forts. Dans chaque domaine, les Anglais sont pointus. Ils veulent faire drôle, ils y vont à fond. Lush parle même de produits « décadents », c'est dire... S'ils prônent le « sans conservateur », les masques s'achètent dans des petits pots sur des étals de glace pilée, à consommer dans la journée. Ils souhaitent nous convaincre des bienfaits des plantes ou de l'importance de respecter les rythmes des saisons ? L'argumentaire est toujours béton. Mais Elemental Herbology, Lush ou Molton Brown jouent la carte éthique, voire équitable. L'engagement, chez nos voisins, n'est pas un vain mot : produits jamais testés sur les animaux, emballages recyclables, ingrédients chimiques utilisés à minima...

VB AIME. Restoring Facial Serum de **Ren (5)** : élixir antirides à la rose de Damas, nourrissant et restructurant. Balle Sex Bomb de **Lush (6)** : une bille de bain effervescente et coquine, aux huiles essentielles de jasmin et d'ylang-ylang, aphrodisiaques reconnus. Gel douche aux vitamines A, B et C de **Molton Brown** : très hydratant à base d'oranges fraîches pressées qui boostent les sens. Soin hydratant visage d'hiver SPF8 d'**Elemental Herbology** : ses actifs minimisent les déséquilibres dus aux changements de saison ou d'environnement, idéal pour les peaux réactives.



WORLD BOUTIQUES

Pour découvrir l'âme sœur cosmétique venue des quatre coins du globe, voici nos quatre adresses préférées.

- **The Beauty Lounge.** Une petite boutique au cœur du Marais à Paris, mais aussi un site Internet très bien fait (www.thebeautylounge.com). 13, rue Ferdinand-Duval, Paris 4^e, tél. 01 42 74 43 34.
- **Aépure.** Repaire de la cosmétique alternative d'ici et d'ailleurs, l'enseigne est dédiée aux marques de niche indépendantes telles Erborian, Miller Harris, BeO, Profuma Roma. 35, rue Guénégaud, Paris 6^e, tél. 01 40 51 72 54.
- **Le Nid des Marques de Sephora.** Une mine d'or qui offre un espace de visibilité à des marques étrangères émergentes aux partis pris alternatifs. Infos sur www.sephora.fr.
- **Bon Marché Rive Gauche.** Odile Lecoin, Ren, Rodial, Crème de la Mer : on trouve ici du chic, du pointu, du désirable. 24, rue de Sèvres, Paris 7^e, tél. 01 45 44 82 01.

Voir page 115 les adresses où se procurer les produits cités dans cet article.

THE BODY SHOP ET LES SECRETS DE BEAUTÉ DES FEMMES DU MONDE

Anita Roddick, fondatrice de la marque anglaise, a été une pionnière. En 1987, The Body Shop a été la première entreprise cosmétique à utiliser des ingrédients issus du commerce équitable venus du monde entier : Panama, Colombie, Bangladesh... Les beurres corporels à base de karité du Burkina Faso, les rouges à lèvres enrichis en huile de marula, fabriquée par des femmes de Namibie, les soins du visage à base d'aloë vera récolté au Guatemala : quand on achète un produit The Body Shop, on achète un secret de beauté des femmes du monde.