

dont les ingrédients respectent des normes précises, aussi bien dans leur composition que par leur provenance. Chez Ecocert, pour prétendre à leur certification biologique, au moins 95 % des végétaux contenus dans la formule doivent être d'origine biologique, soit au minimum 10 % du total des ingrédients. Pour la charte écologique du même institut, seuls 50 % des végétaux doivent obéir à ce critère, c'est-à-dire au moins 5 % de la formulation globale. Ceux qui y répondent sont des laboratoires jouant sur le registre du sérieux comme Phyt's, Cattier ou Melvita, des marques plus glamour type Doux me, des soins rituels venus du monde entier, tels que Guayapi à base de plantes de la forêt amazonienne et Forest People, des chantres du commerce équitable, ou bien fleurant bon le terroir comme Oliviers & Co avec sa ligne à base d'huile d'olive, ou Terre d'Oc, puisant ses racines en Haute-Provence...

Mais le bio n'est pas l'apanage d'une poignée de petites marques. Les grands groupes surfent eux aussi sur la tendance. "Leurs discours, basés jusqu'à présent sur la haute technologie des formules, sont de moins en moins convainquants, eu égard aux changements de comportement des gens", explique Pierre-François Le Louët, directeur général du bureau de style Nelly Rodi. Du high-tech des crèmes

à effet Botox inspirées de la chirurgie esthétique et des États-Unis où sévissent les fameuses "marques de docteurs", on s'achemine peu à peu vers les vertus naturelles, voire les recettes de grand-mère. Ainsi, Stella McCartney, qui vient de lancer sa première gamme de soins bio baptisée Care au sein du groupe Yves Saint Laurent, déclare regretter l'époque de ses grands-parents, pour qui le problème du bio ou pas bio n'existait pas. L'Oréal a sauté le pas en fin d'année dernière en rachetant les laboratoires biologiques Sanoflore et la chaîne Body Shop. Enfin, Jean-Claude Biguine a récemment créé sa ligne de soins pour la peau certifiés bio. À noter aussi le développement de cabines de soins vertes, à l'instar de Doux me qui devrait prochainement s'installer à l'hôtel Costes.

En marge du phénomène bio, des marques qui ne revendiquent pas nécessairement ce label s'inscrivent pourtant dans cette perspective de retour aux valeurs anciennes dans un esprit quasi Rousseauiste. La toute jeune ligne **Taa** développe ainsi des produits de **SOINS EN HARMONIE AVEC LES FONDEMENTS DE L'AYURVEDA**, la médecine indienne traditionnelle à base d'huiles essentielles. Même veine inspiratrice pour la créatrice Lisa Simon, passionnée par l'Inde des maharadjahs et par leurs richesses. Après avoir étudié les vertus physiques des douze pierres précieuses qui composaient les colliers officiels des maharani, elle a lancé une marque de soins inspirés de cette histoire. Son arme fatale : l'améthyste, autrefois réputée pour son action miracle sur l'éclat du teint, à laquelle elle adjoint un certain nombre d'ingrédients naturels. La pierre précieuse est ancienne en cosmétique. Le maquillage y a eu de nombreuses fois recours pour magnifier tel bleu saphir

ou tel vert émeraude. "Aujourd'hui, de plus en plus de gens sont attirés par une vision du luxe un rien ostentatoire", souligne Pierre-François Le Louët. Parfaits alter ego du bio à résonance bobo éthique, ces produits aux matières premières à forte valeur ajoutée répondent donc parfaitement aux attentes de ces personnes, sans entrer en contradiction avec un engagement pronature. "On est loin de l'ésotérisme que suppose parfois dans l'imaginaire collectif le recours aux pierres précieuses", tempère le docteur Jean-Claude Bozou, directeur scientifique de Gemology, première marque à s'inscrire résolument sur ce créneau, avec trente-cinq produits visage et corps contenant des extraits de seize pierres précieuses comme le diamant, la pierre de lune, le rubis ou l'opale. Il revendique une véritable démarche scientifique : "Les pierres

sont très riches en oligoéléments, essentiels au bon fonctionnement de l'organisme. Chacun d'entre eux a des vertus spécifiques, et chaque pierre en contient plusieurs, dans des quantités qui lui sont propres." Ainsi, le lapis-lazuli est riche en silicium, soufre et sodium, qui agissent sur l'élasticité de la peau et la respiration des cellules, tandis que la malachite contient du cuivre, nécessaire à la production d'élastine. Pour les obtenir, deux méthodes. L'extraction, sous

forme d'un liquide qui prend la couleur de la pierre dont il est tiré. Cette solution est ensuite adaptée au pH cutané, afin d'être mieux assimilée par la peau. L'alternative, notamment pour le diamant qui ne peut être utilisé sous la première forme, est la pulvérisation, qui permet d'obtenir des microparticules totalement invisibles. Ainsi transformés, les minéraux présentent trois propriétés : biologiques, les oligoéléments qu'ils contiennent catalysant les réactions et boostant l'activité des cellules cutanées. Physiques, car ils sont d'excellents réflecteurs de lumière, et mécaniques, leur forme solide, même impalpable, procurant un subtil effet massage.

DU CÔTÉ DES GRANDES MARQUES, ce nouveau filon a déjà été exploité. Payot utilise de la rhodochrosite dans sa ligne Vitalité Minérale pour peaux fatiguées. Outre-Atlantique, la cultissime Crème de la Mer a exploité dans son prochain baume pour les yeux les bénéfices de la malachite sur l'hydratation cutanée. Sans compter le développement de nombreux soins en institut à base de pierres précieuses, à l'instar d'Origins qui propose dans sa boutique de la place Saint-Sulpice, à Paris, un massage d'une heure avec, au choix, jade, quartz rose ou lapis-lazuli. Dans le même esprit, l'or fait aussi figure de nouveau joyau de la cosmétique. La Prairie a ainsi mis au point un Complexe Cellulaire Radiance Or Pur : une électrolyse sur une pièce d'or de 24 carats, qui crée une solution permettant au métal de pénétrer dans l'épiderme et d'agir sur la régénération cellulaire. Au final, des crèmes facettées, qui jouent de plus en plus sur la réconciliation du naturel et de la science. Au troisième millénaire, flower power et technologie, même combat ! **ANNE VINCENT**



L'or fait aussi figure de nouveau joyau de la cosmétique.