

STYLES

La nouvelle cuisine de la beauté

Envie de naturel, défiance envers les marques, simple loisir... De plus en plus de personnes conçoivent elles-mêmes leurs cosmétiques

USAGES

Le précieux élixir circule de main en main. « *Hum, on se croirait sous les arbres à Menton* », s'extasie Yannick, la cinquantaine dynamique en humant l'hydrolat de fleur d'oranger. Eau de pamplemousse, beurre de coco, huile de pépins de tomate, les noms évoquent des ingrédients culinaires. Pourtant les sept femmes inscrites cet après-midi de novembre à l'atelier cosmétique « soins des cheveux » de la boutique Aroma-Zone sont venues s'initier à une tout autre cuisine, celle de la beauté.

Assises de part et d'autre d'un comptoir chargé de flacons, elles font partie de ces consommatrices, de plus en plus nombreuses, qui ont envie de concocter elles-mêmes leurs produits cosmétiques naturels. « *La rose de Damas, je ne connais que ça. Mon mari n'aime pas trop, il me dit que ça sent.* » L'ambiance d'abord timide se réchauffe. Pendant trois heures,

et pour 49 euros, la formatrice au prénom prédestiné, Marjolaine, 23 ans, va leur apprendre à fabriquer un shampoing ou un après-shampoing à partir de composants issus de plantes ou de fruits.

Pour éviter le « *beauty faux pas* », Carole Gallais, sympathique quinquagénaire, se concentre sur sa mixture. C'est la première fois qu'elle confectionne une recette. Adeptes des huiles essentielles, cette attachée de direction « *en pleine phase découverte* » fait partie des nouvelles converties. « *Je suis devenue un peu accro* », avoue celle qui d'ici à décembre a déjà réservé six ateliers différents.

Loin des listes d'ingrédients incompréhensibles des gammes vendues dans le commerce, le fait maison rassure par sa simplicité. Au plaisir de savoir pour Carole « *ce que l'on met exactement sur sa peau* », s'ajoute le côté ludique, créatif de l'exercice. « *On fabrique un produit sur mesure, adapté à sa peau, à ses envies et en plus ça coûte entre 5 à 10 fois moins cher* »,

renchérit Milena Liebling, une éducatrice spécialisée de 25 ans, grandes boucles d'oreilles et vernis bio sur les ongles. Le prix moyen d'un pot de crème de 100 ml tourne autour de 4 ou 5 euros et se conserve jusqu'à trois mois.

Vogue du « do it yourself »

Débarrassée de son image de « recettes de grand-mère », la beauté en kit profite de la vogue du « Do it Yourself » (fais-le toi-même). « *Le retour à la lenteur dans l'élaboration d'un produit est devenu le garant du bon et du beau*, remarque Ronan Chastellier, sociologue spécialiste des tendances de consommation. *Regardez l'engouement pour la cuisine maison. Les ressorts sont les mêmes. Les gens ont envie de faire fructifier leur petit talent, de sortir de la standardisation et de la dépendance à l'égard des produits industriels.* »

A quelques volées de marches des ateliers cosmétiques, l'affluence à la boutique Aroma-Zone – ouvert au printemps, cet espace

de 500 m² en plein cœur de Paris reçoit plus de 2 000 visiteurs par jour – met au grand jour l'engouement pour des matières premières naturelles jusque-là vendues essentiellement sur Internet. Et qui ont permis à la marque, en quelques années, sans publicité mais avec un catalogue de 1 500 références, de devenir le leader mondial du secteur. « *Nous avons dès 2006 senti que les consommateurs avaient envie de se réapproprier le savoir-faire cosmétique* », explique Pierre Vausselin, son président fondateur.

Aidé de ses trois filles, l'ingénieur chimiste reconverti dans la construction de maisons en bois, mise sur une idée simple : proposer à ses clients tout le nécessaire pour se transformer en apprentis cosméticiens : ingrédients avec leurs fiches techniques, ustensiles, contenants, et plus de 1 000 recettes disponibles en ligne. Le succès est au rendez-vous. La PME familiale dont le siège est implanté à Clermont-Ferrand et le site de production dans le Vaucluse devrait réaliser, en 2014, 27 millions d'euros de chiffre d'affaires, en augmentation de 25 % par rapport à l'année précédente.

« Un peu tout le monde »

Au-delà des ingrédients, ceux qui veulent se lancer ont aujourd'hui l'embarras du choix. Blogs, vidéos mode d'emploi ou formations foisonnent et attirent une clientèle qui dépasse celle des initiés de la première heure. Marie Bousquet, 34 ans, a ouvert il y a quatre ans, à Paris « Les Ateliers de la souris verte », où adultes et enfants peuvent apprendre les bons gestes et les dosages nécessaires pour fabriquer savons, soins capillaires et maquillage. Elle témoigne du changement. « *Au départ, notre cœur de cible était la Parisienne, jeune mère de famille active, sensi-*

ble aux questions environnementales, bref une "bobo bio" comme moi. Depuis un an, on a un peu tout le monde. » Face à la demande, depuis septembre, elle a ouvert des formations en ligne pour les provinciaux ou les personnes qui vivent à l'étranger.

Ilda Rama, qui dès 2002 créait ses propres produits et animait un blog sur le sujet, regarde avec la distance des pionniers cet emballement : « *A l'époque, il fallait trouver les ingrédients, se renseigner pour élaborer les mélanges, ça se méritait. Aujourd'hui, même si les composants restent naturels, il y a un côté industriel, marchand, c'est presque trop facile* », explique la jeune mère de famille qui continue « *de façon moins frénétique* » à faire ses propres potions.

Pour Julien Kaibeck, blogueur et fondateur du mouvement Slow Cosmétique, qui dénonce les excès de l'industrie traditionnelle de la beauté, la « cosméto maison » est bel et bien devenue un marché. « *Par la sortie de nouveaux produits et la mise en ligne de nouvelles recettes, Aroma-Zone, qui sur ce créneau est un peu incontournable, entretient un zapping incessant. On est dans le consommer mieux, pas dans le consommer moins.* »

Après trois heures d'atelier, la satisfaction d'avoir réussi sa recette se lit sur tous les visages des participantes. Un petit cadeau et un bon de réduction sont offerts par la maison. Au rez-de-chaussée, à la boutique d'Aroma-Zone, l'huile essentielle pour freiner les achats ne se trouve pas en rayon. ■

CATHERINE ROLLOT

Lemonde.fr/m-perso

VERBATIM

« Les industriels font des produits de qualité mais les soins naturels donnent aussi de bons résultats. La différence se mesure en confort d'application et en gain de temps. Il est plus rapide d'acheter une crème que de la faire, et elle se conservera plus longtemps que la formule maison. Quant à l'efficacité, tout dépend de ce que l'on attend. En matière de résultats immédiats, les produits industriels sont plus performants. Avec une crème de grande marque, vous pouvez obtenir un lissage de la peau dès l'application, car le produit va jouer sur la 3D, comme le ferait un maquillage. En revanche, sur le long terme, un soin maison ne sera ni plus ni moins efficace, ni plus ni moins allergisant que son concurrent industriel. »

Julien Kaibeck, fondateur du mouvement Slow Cosmétique, spécialiste de l'aromathérapie

« On fabrique un produit sur mesure, adapté à sa peau, à ses envies et, en plus, cinq à dix fois moins cher »

MILENA LIEBLING
éducatrice spécialisée