



tendances

consommation

L'ATTRAIT DU FAIT MAISON



Hobby de certaines «beauty addicts», concocter ses crèmes et ses fards ne répond guère à un impératif économique. Le phénomène se nourrit plutôt du plaisir de faire soi-même et des craintes liées aux composants chimiques.

Elles sont quatre ou cinq ce soir-là chez Gloss'Up, le «bar à beauté» parisien, attablées autour de jus de fruits et de pâtisseries bio. Ce n'est toutefois pas le plaisir de la dégustation qui réunit ces jeunes femmes, mais celui d'apprendre à réaliser leurs produits de maquillage, sous la houlette de l'animatrice Amaryllis Joskowicz. Le temps d'un cours, elles vont découvrir les matières premières et les pigments, apprendre à broyer les poudres et compresser les fards. Elles repartiront avec trois produits confectionnés par leurs soins ainsi que le matériel et les ingrédients pour en créer deux autres. «Le concept plaît bien. Nous avons vendu de nombreux cours en bons cadeaux au moment des fêtes et certaines grandes sociétés nous demandent d'en organiser, pour des séminaires par exemple», précise Olivia Keusters, co-fondatrice de Gloss'Up.

Des ateliers qui font le plein

Spécialisée dans la cosmétique naturelle à faire chez soi, la marque **Aroma-Zone** (Laboratoires Hyteck) a également monté des ateliers qui se déroulent le jeudi dans sa boutique parisienne. Et qui ne désempassent pas, selon Anne Vausselin, directrice d'exploitation d'Aroma-Zone. «Nous limitons à six personnes par atelier pour que cela reste convivial», indique-t-elle. La marque (8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009) commercialise par ailleurs depuis 2006, sur son site internet, tous les ingrédients et le matériel nécessaires à la confection de cosmétiques maison. Elle



Comme les cours de cuisine, les ateliers pour confectionner ses produits de beauté se développent. Ici, les Ateliers Créatifs Bio chez Gloss'Up (animés par Amaryllis Joskowicz avec des produits Aroma-Zone).

recense environ 50000 clients actifs (ayant passé une commande dans les derniers mois). La clientèle, qui compte beaucoup de jeunes mamans, est essentiellement féminine mais très diversifiée. Parmi les best-sellers d'Aroma-Zone, les huiles essentielles (tea-tree, bois

cosmétique ne semble pas provoqué par des raisons économiques. Même si certaines adeptes soulignent que cela leur évite de payer pour le marketing et la communication! «C'est aussi le plaisir et la fierté de réaliser un produit soi-même qui motivent, poursuit Anne Vausselin,

Fabriquer des produits soi-même est une activité tournée vers le respect de l'environnement.

de rose...), les huiles végétales cosmétiques bio (rose musquée, ricin...), les contenants vides (pots et flacons), le gel d'aloë vera bio et la base lavante bio.

Alors que la crise a ramené les Français devant leurs fourneaux, le phénomène du fait maison en

et parfois de l'offrir à ses proches.» Les aspects de divertissement et de satisfaction personnelle restent très

présents. «Même s'il y a un côté ludique, il y a toujours un protocole à respecter pour que les produits soient conservés dans de bonnes conditions», rappelle Caly, auteur de plusieurs livres sur le sujet et qui anime les leçons Cosméto'Kitchen de l'Atelier des Sens. Son ouvrage *Cosmétique natu-*



Ma Crème Nature de L'Occitane propose un kit complet pour préparer son soin hydratant visage bio (certifié Ecocert, à conserver au frais). Pot et fouet peuvent être réutilisés et une éco-recharge a été développée.



Emballé dans un sachet de papier, le henné naturel de Lush existe en quatre teintes (rouge, marron, brun, noir). La marque donne la marche à suivre pour préparer sa mixture et l'appliquer.

relle, 110 recettes maison pour toute la famille (Éditions Vigot) s'est déjà vendu à près de 3000 exemplaires et va bientôt être réimprimé.

La possibilité de personnaliser les soins est une autre motivation. «On peut faire son propre diagnostic et formuler un soin adapté à son visage ou à ses cheveux», ajoute Caly. «C'est l'idée de conjuguer efficacité et plaisir en se préparant un produit sur mesure», explique Sophie Macheteau, qui a elle aussi écrit plusieurs ouvrages de «recettes de beauté». Elle est par ailleurs fondatrice de la société Bionessence et anime des formations à l'Isipca.

Qualité des matières premières

La composition des cosmétiques du commerce apparaît également comme l'une des préoccupations majeures des apprenties formulatrices. «Les consommatrices veulent être sûres de ce qu'il y a dans leur crème et avoir une proximité avec les ingrédients. Nous mettons en avant la qualité de nos matières premières, qui sont soit bio, soit issues de la cueillette sauvage», note

Sophie Gomez, chargée du réseau de distribution de Forest People. La marque bio, équitable et écologique propose un coffret de recettes de beauté qui permet de fabriquer trois produits: un baume à lèvres, un masque à l'argile bleue et à l'huile de piqui, un onguent pour pieds abîmés à l'huile essentielle de Niaouli. Elle escomptait de bonnes ventes à l'occasion de la Fête des mères.

Avec son kit Ma Crème Nature (labellisé Ecocert), L'Occitane aussi a surfé sur ces craintes liées aux composants chimiques. D'autres marques, comme Lush, insistent sur le côté naturel de leurs ingrédients et sur l'absence de matières d'origine animale. Même si elle commercialise surtout des produits finis, la marque anglaise arrive à la frontière de la cosméto maison avec des références comme ses barrettes de henné 100% naturelles ou ses masques frais pour le visage présentés dans des compteurs réfrigérés. Et Hélène Ambrosen, cofondatrice de Lush, n'hésite pas à



communiquer ses recettes maison. «Nous sommes très transparents sur les ingrédients et nous faisons le maximum pour être en adéquation avec la protection de l'environnement et de l'homme. Par exemple, nous avons banni l'huile de palme de nos savons», explique Géraldine Lizard, responsable communication et internet de la marque. Dans nos boutiques, nous voyons de plus en plus cette envie de «fait main». Les clients apprécient aussi le côté original et ludique de nos produits.»

À utiliser seul ou dans une préparation, le Gel natif d'aloë vera bio est l'un des best-sellers d'Aroma-Zone. La marque vient de le reformuler et a baissé son prix (7,90 euros les 100 ml, 13,50 euros les 250 ml).

Prolongement logique du bio

Cet engouement pour une cosmétique préparée dans sa cuisine, assez récent mais bien réel, constitue une sorte de prolongement logique des tendances au bio et au naturel. «À partir de 2005, on a assisté à une prise de conscience par rapport à la formulation des produits de beauté. Les fabriquer soi-même est une activité à la fois récréative et tournée vers le respect de l'environnement», constate Sophie Macheteau. Comme pour le bio, il ne s'agit toutefois pas d'aller trop loin. «Il faut rendre les choses glamour et proposer des photos esthétiques. Il ne faut pas être trop élitiste ni rigoriste», prévient-elle encore.

MARIANNE BAILLY