



LA BOTANIQUE, STAR DE LA COSMÉTIQUE

ALYETTE DEBRAY-MAUDUY
adebray@lefigaro.fr

De l'onagre pour donner de la souplesse à la peau, du bleuet pour décongestionner les yeux, de l'immortelle pour calmer les inflammations... Chaque marque de cosmétique y va de sa formule magique pour imaginer son produit maison. Et ne manque pas de vanter les bienfaits de leurs essences. Ces entreprises en ont fait un axe essentiel de leur communication. N'hésitant pas à montrer la face cachée de leurs formules. Où sont cultivées les plantes ? Comment sont-elles récoltées ? Traitées ? Pourtant, l'utilisation des végétaux dans la cosmétique ne date pas d'aujourd'hui.

Le Cérat de Galien, à base d'huile d'amande douce et d'eau de rose, servant de base à de nombreuses préparations, a été inventé au II^e siècle par un médecin grec, Claude Galien. Plus tard, au XIX^e siècle, ce sont les pharmaciens qui les ont utilisées pour préparer des lotions dans l'arrière-boutique de leurs officines. « Aujourd'hui, notre discours correspond aux attentes des consommateurs qui souhaitent plus de transparence et recherchent des ingrédients plus sûrs et riches en naturalité », répond Marie-Hélène Lair, directrice de l'innovation responsable chez Clarins. Avec la crise du Covid et ce besoin inextricable de se connecter avec la nature, la tendance s'est encore accentuée.

L'importance du sourcing

Retour dans les années 1960. C'est à cette époque que la recherche scientifique se penche réellement sur les vertus des actifs végétaux. Et en découvre chaque jour de nouveaux. L'occasion pour plusieurs entrepreneurs de lancer leur marque de cosmétiques. Jacques Courtin crée Clarins avec un produit devenu culte, l'huile tonique, à base de noisette et d'huiles essentielles, sans conservateur. « À l'époque, nous communiquions peu sur nos formules mais aujourd'hui, il est important de mettre en valeur notre expertise dans l'utilisation et la sélection des plantes », raconte Mme Lair.

Au même moment, dans son institut place de la Trinité à Paris, Leonor Greyl applique sur la chevelure de ses clientes huiles et cataplasmes à base de plantes lyophilisées, élaborés avec son mari, passionné de botanique. Leur best-seller, l'huile de germe de blé, redonne de la vitalité aux cheveux, l'amarante les protège, l'hibiscus leur apporte de la brillance. De son côté, Hubert d'Ornano lance Sisley et son Emulsion Eclogique. Un produit au message évocateur. « Dès le début, nous avons pris le parti d'expliquer notre démarche, tournée vers la recherche des meilleurs actifs végétaux. Nos formules sont complexes car elles mélangent un maximum d'extraits de plantes, permettant d'avoir plusieurs résultats sur la peau en même temps », précise son fils Philippe, président de l'entreprise. « La cosmétique, c'est comme la cuisine, ajoute l'épidémiologiste Joëlle Ciocco, qui a développé des soins haut de gamme. Il faut trouver la bonne formulation. Si vous faites une tarte et que vous chauffez trop le beurre, c'est raté. » Sans omettre de travailler le parfum, « la sensualité du produit », selon elle. « Une crème qui sent bon a aussi ses vertus neurologiques. Elle apaise, diminue le stress et a ainsi un effet sur la peau. » Pour être réussie, la recette demande également d'avoir une bonne matière première. D'où l'importance du sourcing. « Pour que la plante rem-

plisse son rôle, elle doit être de qualité. Le procédé d'extraction est ensuite tout aussi important », explique-t-elle.

Un laboratoire à ciel ouvert

Comme bon nombre de petites marques confidentielles, Joëlle Ciocco affectionne les huiles de Daniel Rouillard. Cet agriculteur de l'Indre s'est reconverti dans la culture de plantes dédiées à la cosmétique, à la diététique et à leur extraction, à la fin des années 1980. Dans ses champs poussent onagre, bourrache mais aussi cameline et lin dont il tire des huiles de qualité, labélisées Slow Cosmetic. « Le métier devenait difficile, j'ai donc préféré me mettre dans une niche, peu concurrente alors. Rien n'existe sur les techniques culturales de ces plantes, pour la plupart mal considérées. Peu à peu, j'ai appris à maîtriser ma production. » L'onagre et la bourrache poussent spontanément mais n'aiment pas le gel ni les pluies abondantes de l'hiver. Plantées en août, elles sont récoltées treize mois plus tard. Côté entretien, une seule opération suffit, au printemps, pour enlever les chardons et autres mauvaises herbes. Une fois ramassées, Daniel Rouillard les trie, les nettoie, les fait sécher – pour obtenir un taux d'humidité inférieur à 9 % – avant de les presser. « Je prépare mes huiles à la carte, et je les filtre sur du papier buvard pour que le produit soit le plus naturel possible », précise-t-il. La garantie d'une fraîcheur extrême.

pour concentrer un maximum d'actifs végétaux. « À peine cueillie, elle est séchée en moins d'une heure pour éviter les contaminations puis immédiatement pressée, conservant ainsi au mieux sa substantive moëlle », explique Florence Guillaume, directrice du département Green Mission. C'est ainsi que les équipes de Pierre Fabre arrivent à développer en moyenne quatre nouveaux actifs végétaux bio par an comme celui de la menthe aquatique, utilisée depuis 2019 dans les shampoings Klorane antipollution.

Un laboratoire à ciel ouvert, c'est aussi le parti pris par Clarins qui a acquis en 2016 plusieurs hectares à Thônes, sur les hauteurs d'Anney. « Une région synonyme de pureté et de bio, précise Marie-Hélène Lair. Nous cultivons de la joubarte, une plante grasse qui retient l'eau dans ses feuilles, ce qui lui confère des pouvoirs hydratants. Ou du marrube qui a démontré ses capacités à lutter contre la pollution. » Aujourd'hui, il existe plus de 600 000 variétés de plantes connues des scientifiques et pas plus de 5 % sont utilisées en cosmétique. « Le champ des possibles est encore large, se réjouit Philippe d'Ornano. La richesse de la nature est loin d'avoir donné tout ce qu'elle peut. C'est passionnant. » ■

À côté des petits producteurs comme Daniel Rouillard, de grands groupes ont choisi d'avoir leurs propres domaines. Dès la fin des années 1960, Pierre Fabre a souhaité maîtriser son processus, de la sélection de la plante à l'intégration des actifs dans le produit fini. À Lavar, dans le Tarn, le laboratoire exploite 200 hectares où sont cultivés ses produits cultes, le bleuet, l'avoine Rheelba, l'hélichryse... Le tout en agriculture biologique. L'avantage de ce circuit court : respecter les directives de son laboratoire agronomique à la lettre. La plante est récoltée au moment souhaité

En haut, de gauche à droite : champ de bleuets des laboratoires Pierre Fabre, dans le Tarn. Coquelicots du Domaine Clarins, sur les hauteurs d'Anney. Ci-dessous : le cultivateur Daniel Rouillard dans son champ d'onagres, dans l'Indre.

PIERRE FABRE ; OLIVIER LOSER ; DANIEL ROUILLARD

Je filtre mes huiles sur du papier buvard pour que le produit soit le plus naturel possible

DANIEL ROUILLARD



CHANEL S'EXPOSE AU JARDIN DES PLANTES

PAULINE CASTELLANI

Huit millions. C'est le nombre de spécimens de plantes, d'algues et de champignons du monde entier conservés dans l'herbier du Muséum national d'histoire naturelle. Commencée au XVII^e siècle par Joseph Pitton de Tournefort, botaniste du

roi, cette collection foisonnante de plantes pressées et séchées constitue un fonds de recherche scientifique unique. Le lieu était donc tout trouvé pour accueillir, du 23 au 27 septembre, l'exposition imaginée par Chanel, « La beauté se cultive ». « Un parcours immersif au cœur de nos filières végétales au côté de pièces botaniques rares du Muséum, spécimens d'herbiers, illustrations et vidéos, écrit Armelle Souraud, directrice de la communication scientifique de Chanel. Ce sont de véritables laboratoires à ciel ouvert qui abritent les plantes à l'origine des actifs utilisés dans nos formules. »

Une expo de marque ? Grâce à leur budget supérieur à ceux des institutions culturelles, les griffes de mode, joaillerie ou beauté multiplient ce type de projets dans les lieux emblématiques de la capitale. Cette manifestation griffée Chanel, séduisante, malgré sa thématique pointue, séduit le public. D'abord programmée au printemps, elle avait déclenché un nombre important de préinscriptions. Même chose en cette rentrée singulière, elle affiche quasiment complet. Une irrésistible envie de nature postconfinement ? Sans doute, mais aussi la preuve que ce qui touche au double CC suscite la curiosité.

Cap donc, sur la rive gauche... et sur Madagascar (et sa *vanilla planifolia* aux vertus anti-âge) et sur le Costa Rica (et son café vert). Mais aussi sur le sud-ouest de la France avec la camélia cher à la maison de la rue Cambon, cultivé ici en pleine terre sans aucun intrant chimique pour préserver ses qualités hydratantes. Ou encore le sud des Alpes où, pendant huit ans, la marque a passé au crible près de 500 plantes sauvages avant de retenir, pour sa ligne de soin Sublimage, l'*Antillyth vulneraria* et la *Solidago virgaurea alpestris*.

De la plante à la science

« Ces zones de cultures situées dans des régions climatiques très différentes, tropicales ou tempérées, sont également des lieux de recherches, d'observation et d'exploration de la plante dans son environnement naturel pour nos botanistes et phytochimistes, insiste Agathe Derain, directrice du sourcing durable Chanel. Dans une approche agroécologique, nous nous attachons à y préserver et restaurer la plante dans son écosystème mais aussi à valoriser les modes de cultures ancestraux, un peu comme le domaine de la haute couture où la maison est très attachée à la conservation des savoir-faire. Ce sont ces valeurs que nous présentons ici. »

Depuis la création du parfum N° 5 en 1921 mais aussi des premiers soins de beauté à base d'huile de jasmin en 1927, dont certains pots sont sortis des archives pour l'occasion, les matières premières d'origine naturelle ont toujours été privilégiées par la marque. La dernière section de l'exposition reconstitue même une partie du laboratoire du département innovation et développement ingrédients cosmétiques situé à Pantin (Seine-Saint-Denis) afin de mieux présenter comment les chercheurs analysent les molécules issues d'une plante – de son fruit, de sa fleur, de ses feuilles ou de ses graines –, identifient leur potentiel cosmétique, définissent un processus d'extraction selon les principes de la chimie verte. « Aujourd'hui, les femmes ont surtout envie de prendre soin d'elles, décrypte Armelle Souraud. En dix ans, leurs attentes ont changé, il ne s'agit plus seulement d'afficher une peau lisse et uniforme mais aussi de se sentir bien. Dans son corps comme dans sa peau. Elles ont aussi une nouvelle sensibilité écologique dans leur consommation à la beauté, elles veulent des formules à l'impact environnemental limité mais sans compromission sur l'efficacité et la sensorialité. » ■

Du 23 au 27 septembre, Galerie de minéralogie du Jardin des Plantes, 18, rue Buffon (Paris 5^e).

