



068

PARTENAIRES | Évènement / Event

Cosmetic 360 : les émulsions

Cosmetic 360: emulsions reach

Pour la cinquième fois, tous les acteurs de l'industrie cosmétique avaient rendez-vous au Carrousel du Louvre. Formulateurs, laboratoires, sous-traitants... Tous ont répondu présent pour exposer leurs dernières innovations sur le thème de la responsabilité sociale et environnementale.

Lucie Rousselle

Cosmetic 360 En chiffre In figures

2 200
exposants
dont
exhibitors,
including

25 %
étrangers
from abroad

5 000
visiteurs
visitors

80
innovations
présentées
innovations presented

11
conférences
sessions

DES FORMULES PLUS VERTES / GREENER FORMULAS

Après avoir déambulé deux jours dans les allées de Cosmetic 360, force est de constater que les formules n'échappent pas à la vague verte.

Having trawled the aisles of Cosmetic 360 for two whole days there is no escaping the fact that the featured formulas had a distinctly green tinge to them.



Léa Canler, commercial produits finis cosmétiques chez Alban Muller. Le tout est certifié Cosmos Natural – car ces formules atteignent au minimum 98 % d'ingrédients d'origine naturelle.

► Le booster de formules

Concocter une formule plus responsable c'est bien, mais la rendre encore plus performante c'est encore mieux. C'est le pari qu'a relevé Strand Cosmetics avec son Chrono Power+. Derrière ce nom, se cache une combinaison de quatre biopolymères – acide hyaluronique, alginate, gomme de biosaccharide et galactoarabinane – qui forment un maillage. Ils ont des propriétés hydratantes, filmogènes, protectrices, et permettent d'améliorer la vectorisation des actifs. Une étude *ex vivo* en cellules de Franz, avec un actif de référence, a confirmé une disponibilité dans la peau deux fois supérieure et un stockage accru de 36 % de cet actif *versus* placebo. En clair, Chrono Power+ augmente la proportion d'actifs transportés au travers de la peau et prolonge le stockage de l'actif. Les clients de l'entreprise lyonnaise pourront s'approprier ce Chrono Power+ en intégrant leur actif phare.

► Une formule biodégradable

Nippon Shikizai France a développé un gel crème, baptisé « La crème de la crème » et pensé dans une éco conception globale. Il est composé à 98 % d'ingrédients d'origine naturelle et 95 % d'entre eux sont français. Et 99 % des ingrédients sont facilement biodégradables. « La formule doit aussi se plier aux attentes des consommateurs en termes de responsabilité environnementale. Ils regardent de plus en plus le devenir de leurs produits. Sur ce gel crème, l'impact néfaste sur la nature est infime », observe Tiphaine Rose, formatrice cosmétiques chez Thépenier Pharma & Cosmetics – groupe Nippon Shikizai France. L'antenne française de l'entreprise japonaise observe que

le souci de la biodégradabilité des formules commence à poindre et amorce donc des solutions pour ses clients. Signaux faibles à suivre donc.

► Un vrai prêt à beauté

Alban Muller a également misé sur le filon de la naturalité, et proposait une routine beauté pour la femme et le bébé à base d'extraits végétaux : Ready to Beauty 2.0. 14 formules en tout, infusées de concombre, feuilles de vignes rouges, grenade et fleurs de souci – tous bio. Leurs fonctions sont hydratantes, nourrissantes et apaisantes. Des tests de compatibilité contenant-contenu ont été effectués sur certains packaging. « Le client n'a plus qu'à déposer son nom », résume



en ébullition

boiling point



All of the players in the cosmetics industry - including formulators, laboratories and sub-contractors, came together at the Carrousel du Louvre for the 5th time to present their latest innovations in the field of social and environmental responsibility.

► A biodegradable formula

Nippon Shikizai France has developed a cream gel that it calls 'La Crème de la Crème', based on a comprehensive eco-design approach and comprising 98% natural ingredients, 95% of which are French and 99% easily biodegradable. "The formula must also meet consumer expectations in terms of environmental responsibility, with consumers increasingly concerned with the future of their products. This cream gel, however, has a minimal negative impact on nature", explains Tiphaine Rose, Cosmetic Formulator at Thépenier Pharma & Cosmetics - part of the Nippon Shikizai France group. The French branch of the Japanese company has noticed increased concern on the part of consumers regarding the biodegradability of formulas and is therefore looking at developing solutions for its customers. Watch this space, then...

► Real beauty credit

Alban Muller also opted for the natural approach with a plant extract-based beauty routine for mother and baby known as Ready to Beauty 2.0. Comprising a total of 14 formulas infused with cucumber, red vine leaves, pomegranate and marigold flowers, all organic, the products in the range moisturise, nourish and soothe. Container-content compatibility tests have also been performed on some of the packaging solutions. "All the customer has to do is apply their name", explains Léa Canler, Finished Cosmetic Product Sales Representative at Alban Muller. All of the products are Cosmos Natural certified since the formulas contain at least 98% natural ingredients.

► The formula booster

Developing a more responsible formula is good, but making it even more effective is better still, and this is

the challenge facing Strand Cosmetics with its Chrono Power+ product. Behind the name lies a combination of four biopolymers - hyaluronic acid, alginate, biosaccharide gum and galactoarabinan - that form a mesh and boast moisturising, film-forming and protective properties, not to mention improving the vectorisation of active ingredients. An ex vivo study on Franz cells using a leading active ingredient has confirmed twice the levels of availability in the skin and a 36% greater capacity to store this active ingredient versus a placebo.

In other words, Chrono Power+ increases the proportion of active ingredients transported through the skin and prolongs the storage of the active ingredient. The Lyon-based company's customers will now be able to adopt this Chrono Power+ technology by incorporating their flagship active ingredient. ■



**Lauréats des
Cosmetic 360
Awards
Winners of the
Cosmetic 360
Awards**

Catégorie / Category
Raw Materials
GELYMA
pour son actif,
Kimarine HC, sur les
soins capillaires.
*for its Kimarine
HC haircare active
ingredient.*

Catégorie / Category
OEM, Formulation,
Laboratory
Equipment
PROCOUIDE,
grâce à sa création
de la première
communauté de co-
création de produits
entre marques et
consommateurs.
*for creating the first
product co-creation
community of brands
and consumers.*

Catégorie / Category
Testing & Analysis
OXIPROTEOMICS
pour ses tests
d'efficacité du soin
des ongles.
*for its nailcare
efficacy tests.*

Catégorie / Category
Packaging &
Manufacturing
Equipment
GD LASER
pour sa gravure sur
verre personnalisée.
*for its personalised
glass engraving.*

Catégorie / Category
Retail & Brands
VESCIR LTD
grâce à son
intelligence artificielle
pour personnalisation
produit avec test
portatif.
*for its artificial
intelligence
system for product
customisation with
portable testing.*

Catégorie / Category
Cosmetics Industry
Support Functions
CHRISTEYNS
pour ses produits
d'hygiène plus
respectueux de
l'environnement.
*for its more
environmentally-
friendly hygiene
products.*

DES TEXTURES DÉROUTANTES / TEXTURES THAT THROW A CURVE BALL

Au-delà de la composition des formules, l'industrie cosmétique veut proposer une vraie expérience sensorielle. Pour ce faire, elle mise sur des textures surprenantes, toujours très appréciées des marques.

The cosmetics industry is keen to offer a real sensory experience that goes beyond formula composition alone, and with this in mind it is turning its attentions to unusual textures, which always go down very well with brands.

► Qui chauffe

Sarbec Cosmetics faisait connaître son gommage anhydre au thé matcha (Photo). Véritables feuilles de thé, poudre exfoliante naturelle et totale absence d'eau : voilà de quoi il se compose. Une formule courte, minimaliste et à 95 % d'origine naturelle. Mais l'essentiel n'est pas là. En la massant sur le visage, la formule chauffe. « Le consommateur vit une expérience sensorielle très cocooning », raconte Aude Barré, directrice R&D des Laboratoires Sarbec. Cette sensation de chaleur est possible grâce à la glycérine végétale. Pour limiter l'effet collant de cet ingrédient, il a été couplé avec un autre, gardé secret à ce stade.



GOMMAGE AU THÉ MATCHA
DES LABORATOIRES SARBEC
MATCHA TEA SCRUB
BY LABORATOIRES SARBEC

► Qui font frissonner

A contrario, Technature optait pour l'effet froid sur la peau avec son Masque Givré. Il s'agit d'une poudre chargée en extraits d'algues des neiges, prélevées sur la banquise, qui aident à résister au stress oxydatif, tests *in vitro* à l'appui. Le fucogel fait aussi partie de la composition, un actif qui maintient l'hydratation de la peau, selon des tests *in vivo*.

Liftonin-Xpress est également dans le casting : un tenseur constitué d'un lyophilisat de la microalgue *Porphyridium cruentum* et d'un réseau de polymères permettant d'estomper les signes du temps.

Il faut ajouter 50 g d'eau à cette poudre dans un bol pour observer sa transformation en gel granité. Des pigments bleus et verts appuient le côté glacé du rendu sur la peau. La texture granitée est obtenue grâce au sodium carboxyméthyl starch. L'effet givré sur la peau est immédiat.

► Qui se changent en lait

De son côté, Art&cos, qui se présente comme un éco-laboratoire, exposait son Masque Gommant Innovation Texture. « À l'application, la formule forme un gel épais, mais au contact de l'eau, ce dernier se mue en lait », signale Marilyne Reuschle, dirigeante de l'éco-laboratoire Art&Cos. Sa concentration en acide de fruit exfolie et purifie la peau. Les grains proviennent de coquilles d'huîtres et de prunes. Le tout est 100 % naturel et les actifs utilisés proviennent de producteurs locaux, à moins de 200 km du laboratoire landais.

► Warming textures

Sarbec Cosmetics was introducing its anhydrous matcha tea scrub (Photo), containing only real tea leaves and natural exfoliating powder - no water at all! A minimalist formula containing very few ingredients, then, 95% of which are of natural origin. But that's not all; the formula actually heats up as it is massaged into the face. "The consumer experiences a very cocooning sensory experience", explains Aude Barré, Head of R&D at Laboratoires Sarbec. This feeling of warmth is brought about by the use

of plant glycerin, combined here with another (as yet secret) ingredient to limit its stickiness.

► Textures that give you chills

Technature, on the other hand, went for a cold sensation on the skin with its Masque Givré frosted mask, consisting of a powder packed full of snow algae extracts sourced from the ice fields that help to resist oxidative stress, as demonstrated in *in vitro* tests. The composition also contains Fucogel - an active ingredient that *in vivo* tests have shown to maintain hydration levels in the skin - and Liftonin-Xpress - a lifting ingredient consisting of a *Porphyridium cruentum* microalgae lyophilisate and a network of polymers to help blur the signs of ageing. Simply adding 50g of water to this powder in a bowl will result in it transforming into a granita-like gel, with blue and green pigments reinforcing the ice-like effect it has on the skin. The granita-like texture is obtained by using sodium carboxymethyl starch, creating an immediate frosty sensation on the skin.

► Textures that turn into milks

Art&Cos, which presents itself as an eco-laboratory, meanwhile, was showcasing its Masque Gommant Innovation Texture exfoliating mask. "The formula forms a thick gel upon application and turns into a milk upon contact with water", explains Marilyne Reuschle, director of the Art&Cos eco-laboratory. Its high fruit acid content exfoliates and purifies the skin thanks to its grain, which comes courtesy of oyster shells and plums - all 100% natural with active ingredients sourced from local producers within a 200km radius of the Landes-based laboratory. ■



L'invasion des cosmétiques solides

The invasion of solid cosmetics



GAMME DE COSMÉTIQUES SOLIDES DES
LABORATOIRES COSIMA
*RANGE OF SOLID COSMETICS FROM
COSIMA LABORATORIES*

Pile dans l'air du temps, ils répondent parfaitement aux nouvelles attentes des consommateurs. Ils jalonnaient les allées du salon, changeant de formes, de couleurs et d'odeurs. Cosima en présentait toute une gamme, coulée à chaud, avec le moins d'eau possible.

Onze références trônaient sur le stand : un lait corps, un baume corps chauffant, deux masques au miel et au charbon, un déodorant, un stick parfumé, un shampooing, un après-shampooing, un exfoliant corps, un nettoyant surgras visage et corps. « *Il s'agit de notre réponse aux problématiques de réduction des déchets et de consommation d'eau. Cette gamme s'inscrit aussi très bien dans la tendance cosmétiques nomades du moment* », annonce Laure Tisseyre, responsable recherche et développement chez Cosima.

Le sous-traitant Lorcoc révèle fournir trois à quatre millions de cosmétiques solides par an pour différents clients. « *La demande est de plus en plus forte et s'étend bien au-delà du capillaire* », note Johann Vautrin, chef de projet Lorcoc. Les protocoles beauté de demain pourraient donc bien se solidifier de plus en plus.

Solid cosmetics are very much in keeping with the times and offer the perfect solution to new consumer expectations, springing up on a number of the stands at the event in various forms and colours and with various fragrances.

Cosima, for example, was showcasing a whole range of them, hot-cast using as little water as possible, with no fewer than 11 such products on display on its stand, including a body lotion, a warming body balm, two honey and charcoal masks, a deodorant, a fragrance stick, a shampoo, a conditioner, a body exfoliant and an ultra-rich face and body cleanser. "This is our response to the need to reduce both waste and water consumption - a range that is also very much in line with the current trend for travel-friendly cosmetics", explains Laure Tisseyre, Head of Research and Development at Cosima.

Sub-contractor Lorcoc, meanwhile, reveals that it supplies some 3 to 4 million solid cosmetic products every year for different customers. "Demand is increasing all the time and extends well beyond the haircare sector", Lorcoc Project Manager Johann Vautrin reveals. This being the case, the beauty protocols of the future are likely to centre around a growing number of solid products.