

cosmétique mag

Décrypter l'industrie de la beauté Cosmétique magazine n°196 – juillet-août 2018

OSCARS 2018

**L'album photo
de la soirée**

p. 64

DOSSIER

**Les maisons
de composition**

p. 29



**Une nouvelle
race
de seniors**

Ils ont plus de 55 ans, ils ont du pouvoir d'achat et aspirent à une autre vie. Les seniors seront-ils avec les millennials un autre relais de croissance ?

SERVICE ABONNEMENTS cosmétiquemag

4 rue de Mouchy - 60438 Noailles Cedex - France
Tél. : 33 (0) 1 70 37 31 75
abonne@cosmetiquemag.fr

FORMULE PREMIUM
11 numéros + 1 supplément + le site en illimité
+ 2 hors-séries + l'appli iOS et Android
France métropolitaine : 175 €

FORMULE INTÉGRALE
11 numéros + 1 supplément + le site en illimité
+ l'appli iOS et Android
France métropolitaine : 135 €

TARIFS DOM-TOM ET ÉTRANGER : nous consulter.
Abonnez-vous en ligne : www.cosmetiquemag.fr

RÉDACTION

RÉDACTRICE EN CHEF Maryline Le Theuf
RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE Sylvie Vaz
JOURNALISTES Anaïs Engler, Jessica Huynh
SECRÉTAIRE DE RÉDACTION Georges-Eric Pernet
ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO Carole Crosdale, Agnès Delcourt,
Audrey Fréel, Marie-Françoise Dubillon, Laurence Férat,
Marie Guerre, François Lecocq, Charlotte Nattier.

CORRESPONDANTS RÉGIONAUX

LILLE : François Lecocq (03 20 42 05 93)
LIMOGES : Olivier Jacquinot (05 55 52 13 65)
MARSEILLE : Marie-Line Lybrecht (06 83 07 93 05)
NANTES : Frédéric Thuau (02 40 69 07 22)
STRASBOURG : Anne-Sophie Martin (06 86 48 28 67)
CHEF DE SERVICE PRODUCTION Anne Krouk (01 84 25 95 17)
CHEF DE STUDIO Olivier Grison (01 78 16 31 36)
ICONOGRAPHE Margaux Quesnel (01 75 60 40 87)

PUBLICITÉ

DIRECTRICE DE PUBLICITÉ ET SPONSORING Aurélie Gambillo
(06 07 89 11 25)
agambillo@cosmetiquemag.fr
DIRECTEUR COMMERCIAL ET SPONSORING PÔLE BEAUTÉ Steve Custos
(06 18 77 38 58)
scustos@cosmetiquemag.fr
ANNONCES CLASSÉES Patricia Demuynck (01 84 25 95 13)
pdemuynck@linkmediagroup.fr

MARKETING - COMMUNICATION - DIFFUSION

RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION Lyndia de Campos
(06 42 25 82 84)
ldcampos@linkmediagroup.fr
ASSISTANTE Patricia Demuynck (01 84 25 95 13)
pdemuynck@linkmediagroup.fr
CHEF DE PRODUIT DIFFUSION Aurélie Pioso (07 50 64 99 14)
apioso@linkmediagroup.fr

ADMINISTRATION DES VENTES - TRAFIC

RESPONSABLE Héléne Antoine (01 84 25 95 09)
hantoine@linkmediagroup.fr

ÉVÉNEMENTS - PARTENARIATS

RESPONSABLE DES ÉVÉNEMENTS Delphine Gadret (01 84 25 63 33)
dgradret@linkmediagroup.fr

VENTE DU MAGAZINE AU NUMÉRO Métropole : 15 €
DOM-TOM et étranger : nous consulter.

IMPRIMERIE : Imprimerie Chirat,
744 rue de Sainte-Colombe, 42540 Saint-Just-la-Pendue
ROUTAGE : France Routage

ORIGINE DU PAPIER ITALIE - TAUX DE FIBRES RECYCLÉES 0%
CERTIFICATION PEFC 100% - EUTROPHISATION PTOT 0,036 kg/T



Dépôt légal : à parution
Commission paritaire : 0320 T 78973
ISSN 1297-4781

AUTRES PUBLICATIONS
www.cosmetiquemag.fr

Les noms, prénoms et adresses de nos abonnés sont communiqués à nos services internes et aux organismes liés contractuellement avec le groupe Link Media Group. En cas d'opposition motivée, la communication sera limitée aux obligations découlant de l'abonnement. Les informations pourront faire l'objet d'un droit d'accès ou de rectification dans le cadre légal.

Vieillir en beauté

Le senior sera-t-il la prochaine cible des marketers ? Il y a cinq ans, on parlait de silver économie et de son potentiel : 20 millions de Français de plus de soixante ans en 2030. Ce filon semble depuis être passé au second plan face au rouleau compresseur millennials. À croire que les quinze/trente-cinq ans étaient les seuls à acheter du maquillage, des cosmétiques, à faire et à défaire

les tendances, au point d'oublier les autres catégories de consommateurs notamment les cinquante ans et plus, qualifiés de seniors. Un terme très réducteur qui ne reflète plus la diversité et surtout l'état d'esprit de cette population bousculant les stéréotypes de la vieillesse. Elle ne croit plus

aux crèmes miracles qui gommant les signes du temps. Elle accepte ses rides, sublime ses cheveux gris qu'elle laisse longs et détachés. Bref, elle attend un accompagnement vers le « bien vieillir ». Certains industriels ont commencé à changer leur discours, remplaçant les notions d'anti-âge par celles de pro-ageing. Mais les initiatives sont encore timides y compris dans le choix des égéries qui restent de jeunes seniors, à l'image des dernières recrues, Monica Belluci chez Nivea ou Isabelle Adjani chez L'Oréal. Preuve que cette industrie n'est pas encore à l'aise avec tout ce qui peut représenter la vieillesse. Comme si cette dernière était antinomique avec la beauté.



DR

D.KUP
PARIS
For a signature.

UNE TOUTE NOUVELLE COLLECTION DE SOINS
SPÉCIALEMENT CONÇUE POUR LES PEAUX NOIRES,
MATES ET MÉTISSÉES.



©Joytek Konarzewski

D.Kup a créé pour vous, une toute nouvelle gamme urbaine, moderne, répondant aux peaux les plus exigeantes.

Grâce à des principes actifs performants et ciblés et à ses textures sublimes, D.KUP répond à la perfection à leurs besoins spécifiques.

Au cœur de la gamme WOMAN, le Citron Caviar, un agrume unique et surprenant des forêts tropicales d'Australie. Grâce à son mode d'action inédit et à sa richesse en AHA, le Citron Caviar permet une action exfoliante ultra douce, sans effet agressif ni irritant.

Un plus : tous les soins de la gamme WOMAN sont enrichis en Aloe Vera hydratant, en Vitamine E et en Vitamine B3. Résultat : jour après jour, la peau est plus lumineuse, plus douce, plus uniforme.

www.d-kup.com

88Ter rue du Général Leclerc
92100 Boulogne-Billancourt
contact@d-kup.com - 01 74 31 10 18

 DKup Paris  dkup_paris

Fabrice Mahabo



PARCE QU'UN MAQUILLAGE, N'EST RIEN SANS
UNE PEAU SAIN ET ÉCLATANTE !

Diplômé des meilleures écoles d'esthétique et de maquillage, Fabrice Mahabo est un créateur aussi passionné qu'imaginatif.

Avec passion, il a imaginé une gamme de soins sobre, délicate et intemporelle, inspirée de ses multiples expériences. Des principes actifs innovants. Des ingrédients performants aux richesses multiples. Des textures sensorielles, efficaces, parfaitement adaptées aux peaux spécifiques, le cœur de la cible. Des parfums subtils, élaborés spécialement pour la marque.

sommaire

P.20



DR



P.14

ÉDITORIAL

À SUIVRE

BUSINESS

- 8 (ENJEUX) Le senior est d'or
- 12 Les marques prennent la vieillesse en marche
- 14 (RÉGLEMENTATION) Des ingrédients à listes ouvertes
- 16 (DISTRIBUTION) La beauté veut prendre la clé des champs
- 19 Iran, le temps des incertitudes
- 20 (COMMUNICATION) Websérie ou la pub en mode « il était une fois... »
- 22 (MARQUES) Licences de parfums, la course à l'échalote
- 24 (BAROMÈTRE) GMS : rechute spectaculaire en mai

START-UP

- 26 (SOIN) Gallinée couve les peaux sensibles

DOSSIER MAISONS DE COMPOSITION

- 29 Repousser les frontières
- 30 Quelles opportunités de croissance ?
- 32 Cap sur l'Orient
- 34 Des naturels sous haute surveillance
- 38 L'actualité au salon WPC

P.29



DR

TENDANCES

- 40 (INSPIRATIONS) Belle dedans, belle dehors
- 41 (INGRÉDIENTS) Les nouveautés à In-cosmetics 2018
- 44 (PACKAGING) Le parachèvement s'achève en beauté

PRODUITS

- 48 (MAKE-UP) Le maquillage hausse le ton
- 50 (PARFUM) L.12.12 le set gagnant de Lacoste
- 51 Kilian devient millennial pour Sephora
- 52 (SOIN) Shiseido se complète
- 53 (MAQUILLAGE) It Cosmetics chez Nocibé
- 54 (LE CHOIX DE LA RÉDACTION) Chanel en 3D
- 55 (LUMIÈRE SUR) Studio Makeup

LES ACTEURS

- 56 (PORTRAIT) Philippe d'Ornano, président du directoire de Sisley
- 58 (RH) L'entreprise séduite par le coworking
- 61 (CARTE BLANCHE) Maïa Lernout (Takasago)
- 62 (SAGA) Jonathan Mihy, MR Cartonage Numérique
- 63 (INFLUENCEURS) Kristie Dash, sherpa chez Instagram
- 64 (OSCARS 2018) La remise des prix et la soirée

P.53



P.54

CE NUMÉRO
CONTIENT
UN ENCART
MANE FOLIOTÉ
27 ET 28

P.56



© Bruno Levy / Rea / Sisley