

LA BOMBE YUKA



Alors que les consommateurs sont de plus en plus nombreux à utiliser les applis, le système de notation de Yuka fait débat. Marques et enseignes réagissent. Enquête *exclusive* de huit pages.

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 (06 45 98 01 40)
mletheuf@cosmetiquemag.fr

RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE Sylvie Vaz (06 45 98 46 52)
svaz@cosmetiquemag.fr

JOURNALISTES Anaïs Engler (06 45 99 59 55)

aengler@cosmetiquemag.fr

Jessica Huynh (06 45 99 68 28)

jhuyh@cosmetiquemag.fr

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION Georges-Eric Pernet

ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO Peggy Cardin-Changizi, Caroline Crosdale, Marie-Françoise Dubillon, Audrey Fréel, Marie Guerre, Sophie Goldfarb, Johann Harscoët, François Lecocq, Martine Léonard, Charlotte Nattier et Frédéric Therin.

CORRESPONDANTS RÉGIONAUX

LILLE : François Lecocq (03 20 42 05 93)

LIMOGES : Olivier Jacquinet (05 55 52 13 65)

MARSEILLE : Marie-Line Lybrecht (06 83 07 93 05)

NANTES : Frédéric Thual (02 40 69 07 22)

STRASBOURG : Anne-Sophie Martin (06 86 48 28 67)

CHEFFE DE SERVICE PRODUCTION Anne Krouk (01 84 25 95 17)

CHEF DE STUDIO Olivier Grison (01 78 16 31 36)

ICONOGRAPHE Margaux Quesnel (01 84 25 95 11)

PUBLICITÉ

DIRECTRICE COMMERCIALE

SOPHIE MAGNILLAT (06 07 89 11 25) smagnillat@cosmetiquemag.fr

DIRECTEUR COMMERCIAL ET SPONSORING

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

DIRECTRICE 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

DIFFUSION - ABONNEMENTS - FABRICATION

Virginie Poiron (01 84 25 95 13) vpoiron@linkmediagroup.fr

ADMINISTRATION DES VENTES - TRAFIC

RESPONSABLE Hélène Antoine (01 84 25 95 09)

hantoine@linkmediagroup.fr

ÉVÉNEMENTS - PARTENARIATS

RESPONSABLE DES ÉVÉNEMENTS Delphine Gadret (01 84 25 63 33)

dgadret@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.

édito

Chronique d'une influence annoncée...

Après s'être attaquée aux géants de l'alimentaire, l'appli Yuka vient rebattre les cartes des formulations cosmétiques, pourtant parmi les plus réglementées ici, au sein de l'Union européenne. En quelques mois, elle s'est invitée sur des millions de smartphones français.

Devenant aussi populaire que ses fondateurs sont discrets. Même si son système de



ou

notation fait débat, son déploiement montre une fois de plus la quête de transparence des consommateurs. Les marques ne cherchent d'ailleurs plus à ignorer ce phénomène et s'organisent. Elles composent avec cette récente forme d'influence qui leur rappelle sans cesse qu'elles ne sont plus les seules à maîtriser l'information. L'application, nouvelle influenceuse, après les blogueuses, les youtubeuses, et la presse consumériste, voire le consommateur en personne. Et sera-t-elle le futur référent gratuit, aux côtés de certifications payantes à l'image de ce qui passe outre-Atlantique avec le label EWG Verified Mark ? Tout semble possible.

MARYLINE LE THEUF, RÉDACTRICE EN CHEF

Pour vous abonner, rendez-vous page 39 ou sur Cosmetiquemag.fr

actismart™

extracts

À la recherche des essences du monde



CFDA listed

Une sélection de plantes uniques, du monde entier, appréciées pour leurs nombreuses vertus: elles stimulent la spiritualité ou rehaussent la beauté. Des données d'efficacité appuient ces revendications.

L'Asie-Pacifique est la première étape d'un voyage à la recherche des essences du monde. Sa grande biodiversité et la connaissance des usages traditionnels nous permettent d'obtenir les bénéfiques cosmétiques d' **actismart™ lemon myrtle**, **actismart™ artemisia** et **actismart™ spikenard**.



Lubrizonol
www.lipotec.com

sommaire



ÉDITORIAL

À SUIVRE

ÉVÈNEMENT

8 La bombe Yuka 10 Ces autres applis qui font le buzz 11 La réponse de la Fébéa : Une fausse réassurance » 12 Marques et enseignes au pied du mur 14 Aux États-Unis, le secteur a intégré les applis 15 Les géants de l'alimentaire ont déjà riposté

BUSINESS

- 16 (MARQUES) Étude L2 : les géants agiles sur la Toile
- 18 (RÈGLEMENTATION) Ingrédients, quand l'Europe inspire les États-Unis
- 19 (MARCHÉS) God save (or not) the Brexit
- 20 (BAROMÈTRES) IRI : mauvais début de trimestre
- 22 (START-UP) Nanosive, les solaires qui vous collent à la peau

DOSSIER COMMUNICATION

24 La pub affiche ses mutations 26 Faire de la pub ? oui, mais où ? 28 Les marques au-delà du mercantilisme 30 Couvrez ce sein que je ne saurais voir

TENDANCES

- 32 (INSPIRATIONS) La vague australienne
- 34 (PACKAGING) G.Pivaudran plie l'aluminium à tous ses désirs
- 36 Carton plein
- 38 (RETAIL) Népentès capitalise sur la beauté
- 40 (INGRÉDIENTS) Ça plane pour le chanvre
- 41 Cosmet'agora lance la saison

PRODUITS

- 42 (SOIN) L'anti-âge à tout âge
- 46 Le visage ne tombe pas le masque
- 47 Henkel aime le bio à l'italienne
- 49 (MAQUILLAGE) L'Oréal Paris longue tenue
- 51 (CHOIX DE LA RÉDACTION) L'essentiel est dans Guerlain
- 53 (LUMIÈRE SUR) Nominoë

LES ACTEURS

- 54 (RH) Les réseaux sociaux, antichambre de la marque employeur
- 56 (SAGA) Doris Maute Bobillier, Mavala
- 57 (CARTE BLANCHE) Valérie Madercic (agence B5 Retail)
- 58 (INFLUENCEURS) Chantal Soutarson, le podcast de la beauté