cosmétiquemag
Décrypter l'industrie et le retail de la beauté
Cosmétique magazine n°201 - janvier 2019

DOSSIER COMMUNICATION

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.

ISSN 1297– 4781 – 15€

© Adobe Stock

cosmétiquemag

est une publication de
Link Media Group
68 rue du Faubourg Saint-Honoré,75008 Paris
Tél. : 01 84 25 48 48
SAS au capital de 3 010 500 €
RCS Paris : B828986158

LINK MEDIA GROUP
DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Stéphane Demazure

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE
Patricia Thouanel-Lorant
pthouanel@linkmediagroup.fr

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)
jhuynh@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 Jacquinot (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 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.

DR

MARYLINE LE THEUF, RÉDACTRICE EN CHEF

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

Lipotec
Active Ingredients

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 bénéfices cosmétiques d' **actismart™** *lemon myrtle*, **actismart™** *artemisia* et **actismart™** *spikenard*.

Retrouvez-nous sur le stand 148

Lubrizol
www.lipotec.com

All trademarks owned by The Lubrizol Corporation or its affiliates.
© 2018 The Lubrizol Corporation.

sommaire

© Twitter

© Rosie the Riveter / ABA CA

© Adobe Stock

© Marc Allenbach

ÉDITORIAL

À SUIVRE

ÉVÉNEMENT

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 (RÉGLEMENTATION) 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 autralienne

34 (PACKAGING) G.Pivaudran plie l'aluminium à tous ses désirs

36 Carton plein

38 (RETAIL) Népenthès 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