

COSMÉTIQUE COMESTIBLE

Aux États-Unis, le BIO passe à la *VITESSE* supérieure. Et la dernière tendance *COSMETO* consiste à s'appliquer sur le *VISAGE* uniquement des *CRÈMES* comestibles. Car la *PEAU* est un *organe* comme les autres, ou presque... Décryptage. Par CAROLE SABAS. Photographie MARIO TESTINO.

CRÈME CULINAIRE

«On ne devrait jamais appliquer sur la peau un ingrédient qu'on ne peut ingurgiter.» Le credo d'Horst Rechelbacher, fondateur d'Aveda, a des accents de croisade. En guerre ouverte contre tous les pétrochimiques, phtalates et autre paraben, le gourou du 100 % naturel vient de signer une ligne révolutionnaire sous son label Intelligent Nutrients (photo 1). «En mixant science culinaire et chimie cosmétique, nous avons créé des produits 100 % bio, à base d'ingrédients alimentaires, des substances que le corps reconnaît et assimile...» Son soin anti-âge, mis au point avec des scientifiques spécialistes de l'alimentaire, est un complexe d'huile de graines de fruits (raisin, cumin, citrouille, framboise, canneberge...) et d'herbes bio baptisé Intellimune : ce puissant antioxydant est distribué sous forme de comprimés et d'huile pressée à froid à appliquer à même la peau. Et sa gamme pour les cheveux peut même se déguster à la petite cuillère (www.intelligentnutrients.com).



COCKTAIL ANTIRIDES

Initiées par Borba en 2005, les eaux enrichies en principes actifs spécial peau migrent de l'épicerie au concept-store de luxe. Après Danone en 2006, c'est Nestlé qui s'attaque au dossier anti-âge avec la boisson Glowelle introduite cette année à New York (photo 2). A base de baies antioxydantes, la recette promet de rendre à la peau son élasticité originelle. En Russie, une autre boisson laitière baptisée Neo Beauty exploite une formule 3D Regeneo multivitaminée à l'aloé vera pour renforcer l'état général de la peau, des ongles et des cheveux. En France, Innovabio lance les Drinkbeauty, des fioles de beauté, «Anti-rides», «Fermeté» «Detox», «Contour» (photo 3), avec actifs bio directement assimilables et respect des normes pharmaceutiques (www.innovabio.com). Enfin, la jeune marque japonaise Mon Soins du Visage exploite les pouvoirs hydratants du saké : non pas à siroter, mais à brumiser pour purifier son teint, en version bio mélangée à 18 herbes d'origine nipponne cultivées en France (photo 4). (Mon Soins du Visage, 3, rue Maître-Albert, 75005 Paris. Tél. 01 46 33 33 20).

MACARON COUP D'ÉCLAT

Alors que le marché de la nutricosmétique devrait doubler dans les cinq prochaines années, Scott Vincent Borba, PDG de la marque éponyme, prévoit une révolution plus large : «C'est toute la notion de "snacks" qui risque de changer, avec l'arrivée d'une nouvelle génération de chips, crackers et bretzels aux bienfaits anti-âge.» Au supermarché américain chic Whole Food, l'antioxydant du moment se croque déjà sous forme de chocolat noir bio. Amoriss de Phytobase, gorgé de fruits (açaï, mangouste, goji, grenade, orpin rose), se dévore tel que ou s'applique à même la peau, une fois fondu, façon masque antioxydant. Enfin, après les oursons bio-vitaminés au thé vert et le gloss antioxydant bio à lécher toute la journée pour rajeunir (photo 5), Borba envisage le premier macaron antirides. Cosigné avec Deluscious Cookies & Milk, la pâtisserie luxueuse du tout-Hollywood, ces cookies aux extraits d'açaï, grenade et thé vert devraient nous faire une mine toute fraîche. Gamme Age Defying, Replenishing and Clarifying vendue chez Fred Segal et chez Saks.