

une surface plus texturée, plus matte, donne une texture plus riche et plus souple du type gel wax.

Toujours chez Lubrizol, la collection de textures Bubbly Break, présentée cette année à in-cosmetics, regorge de ces concepts qui s'efforcent de séduire l'utilisateur par des matières ultra-expressives : des gels douches qui ont la couleur, la douceur, la souplesse et le filé de miels gourmands (formulés avec le Glutamate™ VLT Thickener), une crème de douche pensée comme un véritable lait de soin avec plus de 10 % d'huiles végétales (stabilisées grâce au Carbopol® Ultrez 20) ou une pâte à modeler lavante pour une approche toute ludique du bain tant redouté par les enfants (là encore formulé avec le Glucamate™ VLT Thickener).

► Penser le parfum comme texture

Travailler les ressentis et les émotions nous amènent évidemment sur le territoire du parfum. Bien que généralement pensé de façon distincte de la texture, le parfum en est pourtant indissociable. Un peu comme le microbiome participe d'une peau invisible, le parfum d'une formule représente une dimension « immatérielle », mais bien réelle de la texture. Ou, et c'est une autre idée, le parfum peut aussi avoir une texture dont les qualités peuvent soutenir un toucher, une couleur, une fluidité. Dès lors, on comprend que le parfum cesse de n'être qu'un accessoire agréable de la formulation pour devenir un composant actif de la texture.

Patricia Carnac, aromachologue

et conseil auprès de la marque Decléor, travaille sur la façon dont les odeurs peuvent influencer le psychisme. « *Celles-ci, dit-elle, touchent au système limbique siège de la mémoire et des émotions. L'idée est d'utiliser les huiles essentielles pour agir sur le système nerveux autonome* ». Dans sa démarche, en réalité, il ne s'agit pas tant de lier une émotion à une huile essentielle qu'à un profil chromatographique bien déterminé. Ainsi, pour alléger les sensations de fatigue, vivifier l'esprit, ou améliorer la lucidité, on recherchera un romarin officinal doté d'une bonne concentration en cinéol. À partir de là, elle peut imaginer corrélérer un « effet *mind* » avec un « effet peau ». Par exemple, rechercher un parfum stimulant, revivifiant pour un soin

New trends revealed

Luxe Formulation
October 2nd, 3rd, 4th 2017
Grimaldi Forum, Monaco
Booth GA2

ALPOL
cosmétique

Your OEM Partner

MADE IN FRANCE

www.alpol.fr | contact@alpol.fr