

## Formulation

# La métamorphose dans tous ses états

Toujours plus inattendues ces formules qui se transforment, ces galéniques qui évoluent au contact de l'eau ou à l'application, ces couleurs qui se muent pour une expérience surprenante. Les produits cosmétiques conçus sur le principe de la transformation sont en demande et la propension se remarque ostensiblement depuis quelques années. Focus sur une tendance évolutive qui par définition n'a pas fini de nous étonner.

En cosmétique, la métamorphose n'est pas un phénomène récent. Les premières formules à transformation sont apparues il y a plus d'une dizaine d'années, principalement dans le domaine des soins nettoyants. Néanmoins, la tendance s'est dernièrement accélérée pour toucher aujourd'hui un plus grand nombre de segments dont et de manière évidente, celui du maquillage. « *Les marques nous ont toujours demandé des textures innovantes, mais c'est assez récent qu'il y ait sur le marché tant de produits qui se transforment ou qui revendiquent un positionnement original* », confirme Pascale Rossi, *Technical*

*Marketing Manager*, de Croda France. « *C'est une demande croissante et récurrente de la part de nos clients, que ce soit sur le continent européen, asiatique ou américain* », confirme Stéphanie Reymond, responsable marketing opérationnel chez Strand Cosmetics Europe. La demande existait donc déjà, mais peu de produits innovants faisaient écho à cette attente, aujourd'hui ce n'est plus le cas.

L'influence de l'Asie et plus particulièrement de la Corée impactant l'Europe de sa K Beauty y est indéniable. « *Les formules à transformation sont dans l'ADN des cosmétiques en provenance des pays asiatiques. La métamorphose se considère là-bas sous toutes les facettes du produit : le pack, l'application comme l'expérience* », assure Florence Bernardin, directrice de l'agence Information & Inspiration, spécialisée dans l'analyse des marchés de la cosmétique en Asie.

Au-delà de l'influence des routines asiatiques, le poids des réseaux sociaux, grands relais de partages de nouvelles expériences tient son rôle. Il existe une demande forte du marché, avec des consommateurs influencés par les blogs, les tutos ou autres forums. « *Nous sommes dans une industrie qui demande toujours à évoluer et à se renouveler, il est donc perçu comme un "plus" de proposer un profil de produits surprenants* », explique Anne-Claire Roudaut, chargée de communication et marketing chez Technature.



Le Carbon Mask (Alpol) d'apparence noire, très lisse, s'applique en couche épaisse sur le visage. Enrichi en charbon de bambou et de texture huileuse, il capture l'ensemble des particules puis se transforme en émulsion laiteuse grisée avec l'ajout d'eau.



La transformation visuelle du Bubble mask (Technature) lui confère un caractère ludique étonnant. En contact direct avec la peau du visage, le gel se transforme en une mousse de microbulles qui vont permettre aux actifs de purifier et oxygéner la peau et d'éliminer en douceur les impuretés.

Surprendre, apporter de nouvelles émotions par la texture, faire intervenir plusieurs sens en même temps, créer la surprise, l'envie... Les atouts de ces formules sont d'attirer l'attention du consommateur et de déclencher éventuellement la vente par curiosité. « *Il est de plus en plus difficile de capter l'attention des consommatrices, notamment celle des générations jeunes qui font leurs achats sur internet. Il faut trouver le moyen de les interpeller, soit par une texture innovante, soit une saveur, un format différent, avant même qu'elles aient lu toutes les propriétés et bénéfices que peut apporter le produit* », explique



Justine Alexandre, chargée de projet marketing, Alpol Cosmétique.



Florence Bernardin, directrice de l'agence Information & Inspiration, spécialisée dans l'analyse des marchés de la cosmétique en Asie.



Marie-Christine Clerc, directrice vente et marketing de BCM Cosmétique.



Véronique Guyot-Ferréol, responsable R&D ingrédients et Laboratoire Application make-up & skin care chez Sensient Cosmetic Europe.



Enchanted Lipsticks (BCM Cosmétique) : une série de rouges à lèvres d'apparence mauve, verte, jaune et bleue qui au contact du pH de la peau donnent une couleur rosée aux lèvres.

Pascale Rossi. « Parmi la foultitude de produits, les consommatrices ont tendance à aller vers le plus extraordinaire, celui qui va leur procurer un maximum d'expériences en un minimum de temps », assure Stéphanie Reymond.

En l'occurrence le fameux effet Wow ! « L'effet "wow" est important en cosmétique, il est quasiment garanti avec des formules à transformation, une couleur qui change, c'est l'effet-surprise assuré », confirme Véronique Guyot-Ferréol, responsable R&D ingrédients et Laboratoire Application make-up & skin care chez Sensient Cosmetic Technologies. Le public jeune, toujours en quête de nouvelles expériences à partager est en première ligne de ce marché florissant, mais selon la plupart des fabricants, l'intérêt et la curiosité gagnent de plus en plus d'utilisatrices, voire

d'utilisateurs. « Cela touche vraiment tout le monde, nous sommes tous en recherche de quelque chose de nouveau et de surprenant », assure Anne-Claire Rondaut. « Il est vrai qu'un public de femmes plus mûres est souvent déjà fidèle à ses marques et sera plutôt en quête de performance, il n'en reste pas moins que nous sommes toutes sensibles à une nouvelle texture ou une nouvelle gestuelle », confirme Pascale Rossi.

Chez Alpol Cosmétique, Justine Alexandre, chargée de projet marketing, décrit une volonté prégnante de ses clients de marquer les esprits. « À la fois le public jeune et les marques souhaitent fidéliser, mais également un public de femmes plus mûres, déjà acquis, fidèle, qui appréciera que sa marque fétiche lance une innovation originale, en rupture avec ce qui se fait déjà », précise-t-elle.

À l'instar du modèle asiatique, la quête du fameux effet wow se libère à différents stades de la conception. « Les textures à transformation vont avoir vocation à étonner à la fois au moment de l'ouverture du pot, ensuite à l'application, dans le mode d'emploi et la gestuelle », précise Justine Alexandre.

#### Ludique mais pas gadget

Selon le circuit de distribution, les marques n'emboîtent pas le pas de la même façon. Certaines vont privilégier une approche très ludique, souvent caractéristique d'un impact éphémère du produit. « On peut appeler cela la métamorphose gadget versus la métamorphose classique, celle qui pourra capter l'intérêt, provoquer des achats d'impulsion,



Lèvres succulentes (Strand Cosmetics Europe) : un baume ultra-fondant qui laisse un film brillant à l'instar d'un gloss sur les lèvres.

notamment sur une tranche d'âge qui a envie de s'amuser », décrit Marie-Christine Clerc, directrice vente et marketing de BCM Cosmétique. Toute la difficulté pour les formulateurs est pourtant de tempérer cet effet "gadget" pour ne pas effrayer les marques et préserver la crédibilité du produit. « À l'origine du produit cosmétique il y a le rationnel, nous recherchons avant tout le bénéfique, or là nous sommes plutôt a priori dans l'irrationnel. A priori seulement », ajoute-t-elle. Un avis confirmé par tous, la performance garde sa place. Une métamorphose du produit ajoute à l'expérience, mais n'enlève rien à l'efficacité et à l'objectif donné. « Il faut surprendre sans tomber dans le gadget. Les femmes recherchent une expérience inédite sans pour autant sacrifier l'efficacité du produit », note Stéphanie Reymond.



Stéphanie Reymond, responsable marketing opérationnel chez Strand Cosmetics Europe.



Pascale Rossi, *Technical Marketing Manager*, de Croda France.



Anne-Claire Roudaut, chargée de communication et marketing chez Technature.



Tatoos holographiques avec poudre rétrodiffusant la lumière (Sensient Cosmetic Technologies). À gauche : rendu visible sous lumière blanche. À droite : rendu visible sous lumière noire.

Le très tendance *Bubble mask* développé par Technature apparaîtrait dans les premières recherches par mots clés identifiées selon Google en France au Japon et aux US. Sa transformation visuelle lui confère un

caractère ludique étonnant. En contact direct avec la peau du visage, le gel se transforme en une mousse de microbulles qui vont permettre aux actifs de purifier et oxygéner la peau et d'éliminer en douceur les impuretés. Ici la transformation surprend, elle pourrait lui donner un côté gadget. Au contraire, elle ajoute plutôt à l'efficacité du produit en complément des actifs.



le Melting cleansing gel (Croda), une gelée démaquillante qui se métamorphose en huile à l'application.

### Des textures en formes

La notion métamorphose classique s'associe le plus souvent aux transformations de textures et à la galénique du produit. Il s'agit de partir d'un format pour aller sur un autre, essentiellement d'une forme solide vers une forme poudre ou liquide, d'une forme aqueuse vers une forme huileuse ou inversement. « *Les plus marquantes sont* ●●●



## Gatuline® Link n Lift

Redesign the eye contour

- Action en profondeur : restaure le dynamisme des fibroblastes et reconnecte le derme et l'épiderme
- Lisse la peau du contour des yeux : les rides sont visiblement réduites, le contour de l'œil est redessiné, les expressions négatives sont effacées
- Actif issu de la fleur de marronnier d'Inde et obtenu par la technologie NaDES
- Certifié BIO par ECOCERT / COSMOS

Découvrez notre nouveau site internet : [www.gattefosse.com](http://www.gattefosse.com)



People make our name





Le 3 Minutes Eraser Mask (BCM Cosmétique), une texture soufflée et aérienne qui à l'application se transforme en gomme effaçant les imperfections. Une métamorphose qui elle-même métamorphose l'effet de surface de la peau.

celles qui vont changer à l'application », explique Pascale Rossi, décrivant par exemple ces formules poudre qui, sans qu'il soit nécessaire d'ajouter de l'eau, peuvent se transformer en crème ou en huile à l'application.

Ici, la polysensorialité des textures rejoint l'émotion et l'expérience de la consommatrice. Elle représente l'axe le plus exploité.

Dans ce domaine, BCM Cosmétique a présenté dernièrement le *5 Minutes Eraser Mask*, une texture soufflée et aérienne qui à l'application se transforme en gomme effaçant les imperfections. Une métamorphose qui elle-même métamorphose l'effet de surface de la peau.

Issu de la dernière collection, le *Make up remover stick* illustre la transformation d'une texture solide qui se mue en huile à l'application. Une nouvelle gestuelle pour éliminer tout type de maquillage, y compris les formules "longue tenue" et "waterproof".

Plus étonnant encore, il y a aussi *Peel & Reveal Lip Mask*, une texture fluide au départ qui s'applique sur les lèvres pour devenir après séchage une texture matière pellicule. Ce masque "peel off" hydratant et coloré pour les lèvres laisse une fois la pellicule enlevée, une bouche naturellement teintée et sans matière durant deux heures.

Le fabricant Alpol Cosmétique travaille particulièrement les textures qui se métamorphosent au contact de l'eau. Le dernier *Carbon Mask* d'apparence noire, très lisse, s'applique en couche épaisse sur le visage. Enrichi en charbon de bambou et de texture huileuse, il capture l'ensemble des particules puis se transforme en émulsion laiteuse grisée avec l'ajout d'eau.

Sur le même principe, la *Gelée démaquillante Transformante* pour le visage, une base huileuse transparente qui se transforme en émulsion laiteuse au rinçage, la rendant com-

patible avec tous les types de maquillage et convenant à toutes natures de peaux.

Autre exemple, le *masque 2 temps peel off* se présente sous forme de crème que l'on applique sur le visage. Le spray d'une lotion va le transformer en film que l'on peut alors enlever comme un masque peel off classique. Ou bien, le *masque hydratant*. Il s'agit d'une émulsion eau dans silicones que l'utilisatrice laisse poser une dizaine de minutes comme un masque "classique" puis à l'aide d'un léger massage, il délivre alors des gouttelettes d'eau pour un effet frais et hydratant immédiat.

Chez Strand Cosmetics Europe, les démaquillants représentent un terrain de jeu intéressant, « nous travaillons autour de l'efficacité apportée par l'huile et sa faculté à dissoudre les pigments, ainsi que toutes les possibilités de la décliner avec des viscosités et des aspects différents », explique Stéphanie Reymond. En exemple le produit *Sève démaquillante*, une huile viscosée au point de se présenter comme une sève, facile à appliquer grâce à sa consistance, qui se transforme en huile à l'application, puis qui prend une forme laiteuse avec l'ajout d'eau.

Sur le même registre, le fournisseur d'ingrédients Croda a développé à partir de la gamme des OleoCrafts LP20, des polyamides gélifiants de phase grasse, trois innovations basées sur la transformation de texture. Notamment, le *Melting cleansing gel*, une gelée démaquillante qui se métamorphose en huile à l'application. « L'huile, très fluide peut avoir tendance à couler quand on l'applique. Ici l'intérêt est de pouvoir avoir une huile sous un format légèrement gélifié avec plus de corps à l'application cela facilite la gestuelle », décrit Pascale Rossi.

Toujours en recherche de sensorialité, le stick fond de teint *Crème to powder* devient d'une crème à l'application une poudre au fini velouté. Enfin le *WOW! Aqua Feel BB Cream SPF 50 PA+++* est un fond de teint émulsion eau dans l'huile, à effet water drop. ●●●

Le relargage de l'eau à l'application donne un effet rafraichissant.

Le segment des produits capillaires n'est pas en reste de formules à transformation. Croda lui consacre *Hair Styling Cream with Volarest FL*, une application pour cheveux basée sur le Volarest FL, un polymère, acrylate gélifiant de phase aqueuse, extrêmement rhéofluidifiant. Le produit est une crème de coiffage très épaisse dispensée dans une pompe. En actionnant la pompe, la texture se fluidifie en lait que l'on applique facilement sur la chevelure. Une fois l'eau évaporée, restent les cires fixatrices. « C'est un type de galénique différent avec une gestuelle qui n'existe pas vraiment dans l'univers du coiffage », selon Pascale Rossi.

On retrouve chez Strand Cosmetics, les formules de changements d'état aux vertus sensorielles comme le *Cleansing Hybrid Powder*. La poudre devient mousse au contact de l'eau et de l'air pour un nettoyage parfait. Également *Lèvres succulentes*, ce baume ultra-fondant laisse un film brillant à l'instar d'un gloss sur les lèvres.

#### Des couleurs changeantes

La transformation colorielle, très visuelle et impactante pour la consommatrice, a trouvé en toute logique une place confortable dans l'univers du maquillage. « Il y a un grand travail de recherche par les industriels ou les fournisseurs d'ingrédients sur les matières colorantes, sur des ingrédients ou sur des formules qui changent de couleur, qui proposent des effets visuels », assure Véronique Guyot-Férreol.

Sensient a d'ailleurs présenté lors du dernier In Cosmetics à Seoul un produit de maquillage festif,

le *Tatoo holographique*. Cette formule, sur laquelle est appliquée en superposition une poudre rétrodiffusant la lumière, permet au dessin visible à l'application de révéler un tout autre aspect sous lumière noire. L'axe couleur renferme beaucoup de possibilités liées à la réflexion de la lumière, l'effet d'optique, le changement de couleurs par stimuli comme la température ou le pH de la peau. « J'ai souvenir de ces pigments à effet flip flop qui changeaient de couleur en fonction de l'angle de vue. Une innovation empruntée au secteur automobile que l'on retrouvait en cosmétique », note Marie-Christine Clerc qui cite également l'incroyable *Undercover Colors*. Ce vernis mis au point aux États-Unis et commercialisé en 2017, change de couleur au contact de psychotropes, permettant ainsi de détecter la présence dans une boisson de substances telles que le GHB, ou drogue du violeur, que les agresseurs utilisent en les mettant dans le verre de leurs victimes. Ici la technique et le préventif rejoignent la cosmétique plaisir.

Par ailleurs, le fabricant à façon vient de remettre au goût du jour les *Enchanted Lipsticks*, une série de rouges à lèvres d'apparence mauve, verte, jaune et bleue qui, au contact du pH de la peau donnent une couleur rosée aux lèvres. « C'est une façon de revisiter le produit, il y a un intérêt de jouer avec ça », commente Marie-Christine Clerc.

Strand Cosmetics prépare de son côté plusieurs lancements pour la fin de l'année sur le segment du maquillage des yeux et des lèvres. « Nous travaillons sur des produits qui changent de couleur à l'application pour révéler un véritable voyage colorimétrique », confie Stéphanie Reymond. ●●●

## PURESTER 24

Create low melt textures  
Silky after-feel

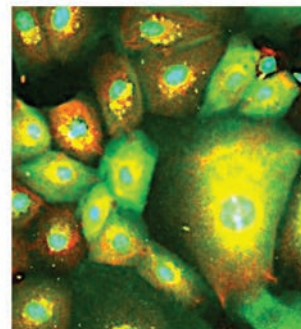
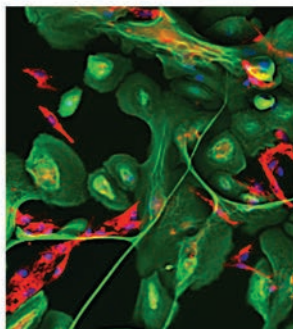
Rosow - FRANCE - Tel: +33 (0)9 70 80 87 87  
contact@rossow.fr - www.rossow.fr


 Phenocell  
 Stem Cells for better Drugs

Quality human  
skin cells from  
iPSC

MELANOCYTES

SEBOCYTES



Amenable to 3D skin reconstruction  
and bioprinting  
Unlimited supply  
Highest homogeneity  
Controlled phototype (Asian, African, Caucasian)

Order online

[www.phenocell.com](http://www.phenocell.com)



### L'encapsulation au service de la transformation

L'évolution de la couleur représente l'un des axes de recherche importants. Véronique Guyot Ferréol témoigne du travail établi chez Sensient sur la matière colorante, notamment au travers de la plateforme "encapsulation" de l'entreprise qui stimule l'innovation dans ce domaine. « *Sensient a l'expertise pour travailler l'encapsulation de deux façons différentes, soit celle avec laquelle nous recherchons la libération d'une matière colorante à l'application grâce à un stimulus particulier (la lumière, le frottement ou la chaleur), soit l'encapsulation qui permet le confinement de la couleur au sein de la formule. En résumé, soit on veut libérer la couleur, soit on veut juste la voir et la protéger de toute altération* », explique-t-elle. En exemple, pour le teint, voire les lèvres, les émulsions blanches chargées de gouttelettes riches d'une dispersion pigmentaire de couleur. L'émulsion à l'application se déstabilise pour créer le résultat maquillage. C'est sur cette technologie que s'appuie également *Outdoor Cute control CC Cream* proposé par BCM. La texture est blanche, mais les pigments encapsulés révèlent la couleur lorsque l'utilisatrice l'applique sur son visage.

Chez Technature, *Elixir de Perles* s'inspire du même principe visuel et technologique. Ce soin fusionne en un geste le gel contenant



Sève démaquillante (Strand Cosmetics Europe) : une huile viscosée au point de se présenter comme une sève, facile à appliquer grâce à sa consistance, qui se transforme en huile à l'application, puis qui prend une forme laiteuse avec l'ajout d'eau.

des actifs objectives (hydratant, lissant et anti-âge) avec les pigments encapsulés dans les perles. En actionnant la pompe, pigments et gel se mélangent pour donner un BB gel teinté.

### Un challenge industriel

Sur l'axe de la couleur, de la texture ou par de nouvelles technologies comme l'encapsulation, l'avenir des formules à transformation promet d'être riche en innovations. Toujours plus loin, toujours plus haut, le produit avec effet de surprise va assurément continuer d'étonner. Techniquement, quelques freins restent néanmoins à lever. « *Il y a encore un certain nombre de verrous technologiques qui font qu'aujourd'hui nous ne pouvons pas faire certains produits* », note Véronique Guyot-Ferréol. Elle poursuit, « *aujourd'hui la réglementation des produits cosmétiques est telle que nous n'avons pas encore mis au point tous les matériaux, toutes les couleurs. Pour les pigments photochromiques que l'on voudrait par exemple, il nous faudrait ajouter*



Gelée démaquillante Transformante (Alpoll) pour le visage : une base huileuse transparente qui se transforme en émulsion laiteuse au rinçage, la rendant compatible avec tous les types de maquillage et convenant à toutes natures de peaux.

des éléments que la réglementation cosmétique ne nous autorise pas. Néanmoins, la recherche nous permettra de trouver sûrement demain la combinaison qui fonctionne dans le cadre de cette réglementation ».

Un frein réglementaire qui vient s'ajouter au volet de la production industrielle. Certains ingrédients qui permettent d'obtenir la métamorphose sont difficiles à utiliser. Parvenir à contrôler une transformation de matières en laboratoire peut devenir un véritable challenge lorsque l'on accède au stade de production en grande quantité. « Cela peut s'avérer plus complexe effectivement lorsqu'il y a présence de pigments. Concernant par exemple, les fonds de teint dont la couleur se révèle à l'application, il est essentiel d'être très vigilant pour que le processus de fabrication soit parfaitement maîtrisé, afin de respecter la complexité du produit et permettre que la transformation ait lieu à l'utilisation du produit par la consommatrice et pas au



Cleansing Hybrid Powder (Strand Cosmetics Europe) : la poudre devient mousse au contact de l'eau et de l'air pour un nettoyage parfait.

moment de sa fabrication », ajoute Stéphanie Reymond.

« Il faut un équipement particulier pour gérer cette transformation, il n'est pas rare de rencontrer certains problèmes que nous n'avions pas au stade du laboratoire, ce qui peut freiner le développement d'un produit, mais notre

maîtrise et notre savoir-faire nous permet de trouver des solutions » confirme Anne-Claire Rondaut.

Des contraintes qui n'effraient pas *a priori* les industriels déjà familiers de la technique propre à l'univers cosmétique du coulage à chaud, en soi une métamorphose du produit dans son processus industriel de fabrication par refroidissement.

En maquillage, en soin, les produits cosmétiques n'ont pas fini de se métamorphoser par des formules toujours plus innovantes, surprenantes ●

**Kristel Milet**

Supercritical Extracts by  
**FLAVEX**<sup>®</sup>  
Naturextrakte  
www.flavex.com  
Germany

**Experience the Essence of Nature**