



BEAUTÉ

PHÉNOMÈNE



Masque Détoxifiant Argile + Charbon, **Prescription Lab**, 18 € les 50 ml. Baume Hydratant Visage et Corps, **CeraVe**, 10 € les 175 ml en pharmacie. Lait-Crème Concentré, **Embryolisse**, 8 € les 30 ml.



Maison Evidens de Beauté, 31, rue Boissière, Paris 16^e



Universal Emulsion, Lixir, env. 33 € les 50 ml sur Lixirskin.co.uk



Gamme de soins visage, **Recherche Beauté**, à partir de 52 € sur Recherchebeaute.com



Actifs Concentrés, **Hervé Hérau**, 195 € les 30 ml.



50 millions de vues et un clip déjà culte.



Le hit de l'hiver prochain chez **Maje?** Des sneakers blanches.

Pourquoi les basiques ont-ils la cote ?

Une nouvelle vague de cosmétiques revendique un certain minimalisme technique. Plus qu'une tendance, une véritable transition. Par **Charlène FAVRY-JULÉ**

OK, le monde va mal et vendre du rêve ne suffit plus (simple). Les gens ont envie de consommer de façon plus saine et sensée (basique). On pourrait écrire ce papier en s'inspirant du tube d'Orelsan, mais on lui laisse le privilège du flow. En tout cas, son mantra simple-basique résume le mood beauté du moment : le secteur délaisse un discours basé sur l'innovation, la surenchère technologique et marketing, bref, une vision «more is more»... Complètement dépassée quand on voit le succès des marques indés qui misent sur la transparence et la simplicité comme Prescription Lab, ou Lixir. A noter, le rayonnement de marques dont le discours simple et authentique a suffi à leur construire une solide réputation année après année, comme Biologique Recherche, Hervé Hérau ou Embryolisse. «Ces labels sont l'équivalent du T-shirt blanc ou des baskets ultratechniques au design épuré: le symbole d'une génération qui n'est plus dupe, estampillée "no bullshit" », souligne Pascale Brousse, fondatrice du bureau d'analyses Trend Sourcing. Plus c'est simple, plus ça marche? Oui, des formules au packaging en passant par le nom des produits. Fini les appellations à rallonge: une crème est une crème qui dit ce qu'elle fait et fait ce qu'elle dit. Un discours resserré et fonctionnel qui séduit les filles (et les garçons) d'aujourd'hui. •



PHOTOS: MONDADORI LAZZARI; BENOIT LINERO; EDWARD BERTHELOT/GETTY IMAGES; THIERRY LEGAY; WEST IMAGE; DR