

Ariane Warlin

COSMÉTIQUES

Comment
s'y retrouver?



UNE ENQUÊTE POUR DÉMÊLER
LE VRAI DU FAUX ET VOUS AIDER À BIEN
CHOISIR VOS PRODUITS

LE D U C . S
E D I T I O N S

Comment choisir ses cosmétiques? Que signifient les labels? Les parabènes sont-ils vraiment dangereux? Les produits chers sont-ils meilleurs? Faut-il privilégier le bio?

Dans cette enquête, **Ariane Warlin** vous emmène à la découverte des secrets bien cachés des cosmétiques et vous aide à comprendre les rouages marketing d'une industrie aujourd'hui toute-puissante.

Additifs, perturbateurs endocriniens, allergènes... La composition des cosmétiques a de quoi déconcerter, tout comme la réglementation en vigueur. Apprenez à décrypter les étiquettes si prometteuses du marché de la beauté, à ne plus vous faire avoir par le marketing ou encore à identifier les produits réellement toxiques.

Véritable mine d'informations sur l'état actuel de l'industrie cosmétique et riche de conseils pour ne plus en être victime, cet ouvrage vous permettra de mieux comprendre pour mieux choisir.



Journaliste pour la presse écrite (*Stratégies, Forbes, Le Nouvel Économiste, Le Figaro, La Tribune...*),
Ariane Warlin a également animé des émissions à la radio et à la télévision et réalisé de nombreux sujets audiovisuels. Elle a fondé l'agence éditoriale AW Factory en 2013.

ISBN : 979-10-285-0378-9



16 euros
Prix TTC
France

L E D U C . S
E D I T I O N S

Illustration : Fotolia
DESIGN : jf.millet7@orange.fr

RAYON : ESSAI, DOCUMENT

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE LECTEURS !

Inscrivez-vous à notre newsletter et recevez chaque mois :

- des conseils inédits pour vous sentir bien ;
- des interviews et des vidéos exclusives ;
- des avant-premières, des bonus et des jeux !

Rendez-vous sur la page :

<http://leduc.force.com/lecteur>

Découvrez aussi notre catalogue complet en ligne sur
notre site : **www.editionsleduc.com**

Enfin, retrouvez toute notre actualité sur notre blog et sur les réseaux sociaux.



Maquette : Sébastienne Ocampo

Illustrations : Fotolia

© 2017 Leduc.s Éditions

29, boulevard Raspail

75007 Paris – France

ISBN : 979-10-285-0378-9

ARIANE WARLIN

COSMÉTIQUES

COMMENT S'Y RETROUVER ?

L E D U C . S
E D I T I O N S

SOMMAIRE

INTRODUCTION	7
NOS COSMÉTIQUES SONT-ILS DANGEREUX ?	17
BIO OU PAS BIO ?	71
RÉGLEMENTATION : IL RESTE ENCORE BEAUCOUP À FAIRE !	93
FAITES LE TRI !	113
ALORS AU FINAL, QUELS COSMÉTIQUES CHOISIR ?	145
CONCLUSION	179
BIBLIOGRAPHIE	183
INDEX	185
TABLE DES MATIÈRES	197

INTRODUCTION

Miroir, mon beau miroir... dis-moi qui est la plus belle du royaume ? Cette interrogation obsessionnelle de la méchante reine dans Blanche Neige a bercé l'enfance de bon nombre de petites filles. Et elle continue de hanter leur vie de femme. Comme dans le récit des frères Grimm, il y a un côté un peu magique. Il ne s'agit pas de tuer ses rivales à coups de pommes empoisonnées, mais d'utiliser des lotions en tout genre qui permettront de parvenir à cette fin sacro-sainte : la beauté. De toutes ces poudres, ces fards, sérums et autres *skin boosters*, nous attendons beaucoup. Trop ?

L'univers des cosmétiques est l'un de ceux qui font le plus appel aux clichés, au rêve et aux mythes. Autant de dimensions qui n'existent pas et sont le fruit de notre seul imaginaire. Mon ambition était donc de prendre le contre-pied de toutes ces fausses promesses.



Acheteuse compulsive, j'ai longtemps craqué pour des shampoings qui annonçaient une chevelure de lionne, des soins qui laissaient envisager monts et merveilles ou encore des maquillages réputés incroyables. J'ai dépensé des sommes conséquentes dans de soi-disant formules innovantes censées être plus douces que douces, plus efficaces qu'efficaces ou plus révolutionnaires que révolutionnaires ! Jusqu'au jour où j'ai réalisé, pour reprendre un sketch de Coluche, qu'il n'était pas possible de laver « *plus blanc que blanc* ».

J'en ai eu assez de toutes ces promesses marketing douteuses élaborées par des armées de cadres parqués dans des open spaces, et rémunérés pour spéculer sur notre crédulité. Dans tous les secteurs de l'économie, il est possible de comparer des produits. On voit tout de suite si un tissu est de bonne qualité ou pas. Si un meuble est solide ou pas. Si un plat est raffiné ou pas. Si une voiture a une bonne tenue de route ou pas. Mais dans le domaine des cosmétiques, c'est absolument infaisable car rien ne ressemble autant à une texture blanche qu'une autre texture blanche. Si bien que l'on peut faire croire aux gens n'importe quoi, et ce d'autant plus que les résultats sont supposés se manifester sur le moyen long terme !

On peut certes évaluer une odeur, une texture, mais plus difficilement l'efficacité d'un produit. En effet, les paramètres qui impactent l'état de la peau sont nombreux : l'état de stress ou de fatigue, les conditions météorologiques, le fait d'utiliser plusieurs soins simultanément, l'alimentation... Si bien qu'il est difficile d'attribuer un résultat ou un non-résultat au seul produit.

En matière d'efficacité, précisément, le courant d'hypertechnologie que l'on voit poindre est riche d'espoirs. De plus en plus de dispositifs connectés apportent une valeur ajoutée supplémentaire aux crèmes. En parallèle de cette cosmétique connectée, on

assiste à un autre mouvement radicalement différent : le retour aux bonnes vieilles recettes de grand-mère, présentées comme des valeurs sûres. Lait d'ânesse, savon noir... sont érigés en *must* suprême. Au même titre que le bio.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser de prime abord, le sujet des cosmétiques est tout sauf léger. Tout d'abord, l'usage des cosmétiques reflète l'intérêt que nous portons à notre corps et la façon dont on souhaite être en bonne santé et « bien dans notre peau » (l'expression est tout sauf anodine). L'un des premiers signes de la dépression se traduit d'ailleurs par le fait de ne plus se laver, de ne plus se maquiller... Les gens ont besoin de se ressourcer, de s'occuper d'eux-mêmes. Et le bien-être n'est pas du tout un sujet futile, car il en va de la santé psychique des individus. Sans parler de l'utilité collective et sociale des cosmétiques. En effet, en dehors du service individuel, c'est ce qui rend la collectivité vivable. Imaginez une seule seconde une société sans savon, sans dentifrice, sans parfum !

Si le sujet des cosmétiques est sérieux, c'est aussi parce qu'il pèse lourd sur un plan économique. **Ce secteur est celui qui exporte le plus en France (juste après l'aéronautique).** Très précisément, la France a exporté pour 11,8 milliards d'euros de produits cosmétiques en 2015 (selon les chiffres de la FEBEA, la Fédération des entreprises de la beauté).

De plus, le chiffre d'affaires du secteur de la cosmétique s'élève à 16 milliards d'euros pour le seul marché français selon la FEBEA. Autant dire qu'elle se porte bien !

LE POIDS DE LA COSMÉTIQUE EN CHIFFRES

Selon une récente étude INSEE, la part des dépenses de vêtements des Français se réduit au profit des dépenses de soins de beauté. Ces dernières représentent désormais **32 % de leur budget** « apparence physique » contre 9 % en 1960, **soit 965 euros en moyenne par ménage en 2015**.

- Les Français achètent en moyenne **38 produits cosmétiques par personne et par an** ;
- 79 % d'entre eux considèrent que l'utilisation de ces produits a un impact sur leur propre bien-être ;
- **50 000 emplois sont directement liés à la fabrication de produits cosmétiques...** Et de très nombreux autres en découlent ;
- On compte **79 000 établissements en France, liés au monde des produits cosmétiques**, ce qui représente 170 000 emplois répartis sur l'ensemble du territoire (esthéticiennes, coiffeurs, prothésistes ongulaires...) ;
- **500 entreprises sont présentes dans le secteur des cosmétiques**, sachant que plusieurs d'entre elles développent différentes marques. Plus de 95 % sont des TPE et PME ;
- On estime que **800 000 produits cosmétiques différents existent sur le marché européen** (pas facile évidemment de faire un choix face à une offre si pléthorique) et que **chaque année, 3 000 nouveaux produits** font leur apparition ;
- La **balance commerciale du secteur cosmétique dépasse le seuil des 9 milliards d'euros**, ce qui confirme son rôle d'acteur majeur pour l'économie française ;
- Enfin, le **commerce en ligne européen des cosmétiques devrait croître de 8 % par an** jusqu'en 2019, soit quatre fois la croissance du marché (étude A.T. Kearney).

Petit rappel sur ce que l'on entend par « produit cosmétique ». Le Code de la Santé publique les définit ainsi : « *Toute substance ou préparation destinée à être mise en contact avec les diverses parties superficielles du corps humain (épiderme, systèmes pileux et capillaire, ongles, lèvres et organes génitaux externes) ou avec les dents et les muqueuses buccales en vue, exclusivement ou principalement, de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect et/ou de corriger les odeurs corporelles et/ou de les protéger ou de les maintenir en bon état.* » Autant dire qu'entre le maquillage, les produits minceur, les crèmes de soin, les produits pour les cheveux... des centaines de milliers de produits entrent dans le champ des cosmétiques.

Prolifique et juteux, ce marché est également difficile à appréhender pour des consommatrices de plus en plus désorientées. Sachant qu'il est très facile de lancer sa propre marque, de nombreuses entreprises se sont lancées, avec plus ou moins de fortune.

Sur le marché, on trouve de tout et n'importe quoi ! Un peu d'eau et de glycérine dans un produit, et, hop, une marque peut s'offrir droit de cité. Marketing oblige, il suffit de mettre en avant un actif issu d'une quelconque forêt réputée pour la richesse de ses sols, ou d'une quelconque source thermale aux vertus magiques pour créer le buzz. Le « storytelling », ou l'art de raconter une belle histoire au sujet des supposées vertus des actifs utilisés (et systématiquement *differenciants of course !*) est une pratique plus que courante. Bien évidemment, la qualité des produits en question est très hétérogène.

Autre spécificité de ce marché : il se caractérise par une nette tendance à la concentration au sein de grands groupes. Certes, un grand nombre de marques se lancent, mais il est compliqué

pour elles de se faire « une place au soleil », sur un marché à la fois mature et sursaturé.

En haut du podium, on trouve sans surprises le groupe L'Oréal, avec un chiffre d'affaires de 29 milliards d'euros à l'échelle mondiale. Juste derrière, dans le palmarès, arrivent Unilever et Procter & Gamble (qui a vendu en octobre 2016 à Coty sa division produits de beauté). Quand j'ai appris que c'était deux « lessiviers » qui tenaient le haut du pavé, ma réaction a d'abord été la surprise. Mais en réalité, rien de si étonnant. Ces mastodontes maîtrisent à la perfection la chimie qui permet de concocter nos précieux onguents.

En termes de dynamisme, le marché asiatique fait le sprint en tête. C'est là-bas, et notamment en Corée, que bon nombre d'innovations voient le jour. Les groupes français ont parfaitement perçu l'intérêt stratégique de s'y implanter. Certains ont même démenagé une partie de leur QG, comme la marque Caudalie. Tout un symbole !

Lotions sophistiquées, masques de nuit antifatigue, maquillages pour hommes... C'est en effet en Asie que se créent bon nombre de tendances cosmétiques. C'est là-bas qu'a été générée plus de la moitié des revenus du secteur cosmétique en 2014. Les fonds de teint *cushion* (qui s'appliquent avec une éponge rechargeable, gorgée de produit teinté pour appliquer la juste dose), les BB crème, la mode du layering... tout vient de l'Est ! À telle enseigne que **certaines marques européennes produisent désormais des produits d'abord pour l'Asie, et ne les importent en Europe que s'ils fonctionnent.**

La Corée est le marché le plus en pointe en matière de cosmétiques. Et si les marques européennes envahissent l'Asie, quelques marques coréennes ont, en sens inverse, percé sur le marché européen. Citons par exemple Erborian (« Herbes d'Orient ») ou TonyMoly.

LA BEAUTÉ, UN GRAAL INTEMPOREL

Nul doute que Leonardo Di Caprio ou Marion Cotillard ne bénéficieraient pas de la même aura s'ils n'avaient pas le physique qui est le leur. Et ne nous voilons pas la face : lors d'un recrutement, à compétences égales, une apparence avantageuse représente un avantage de taille par rapport à un visage ingrat ou une silhouette disgracieuse. Sans parler de l'importance de la propreté. Point de salut pour les personnes qui bannissent le shampoing, le gel douche et le déodorant !

De tout temps et en tous lieux, être belle (ou beau) a toujours été une préoccupation majeure. Au-delà du fait qu'elle permet de se sentir bien dans sa tête et dans son corps, la beauté, c'est aussi le pouvoir. L'utilisation de cosmétiques remonte à... 10 000 ans déjà ! Les hommes préhistoriques se peignaient le corps à partir de matières végétales, minérales et animales afin de marquer leur appartenance. Plus proche de nous, mais il y a tout de même près de 3 000 ans, la superbe Cléopâtre avait déjà compris que la beauté était une arme de séduction massive.

Bien évidemment, on ne trouvait pas de mascara ni de blush, mais cela n'empêchait pas nos ancêtres de trouver des subterfuges pour transformer leur visage et redessiner leurs traits. « *À l'époque des Romains, œufs de mouches et de fourmis sont les ingrédients d'une poudre noire qui permet de maquiller les sourcils trop peu fournis. Au Moyen Âge, les lèvres sont teintées à l'aide d'une pommade colorée au carmin de cochenille. Un teint de lait est obtenu grâce à la céruse* », expliquent Céline Couteau et Laurence Coiffard sur leur site baptisé *Regards sur les cosmétiques*.

La gent masculine, elle aussi, se préoccupe de son apparence. Il n'y a qu'à voir les tableaux représentant nos rois, le teint poudré et les lèvres rouges. Puis, progressivement, les hommes

vont se détourner des produits de beauté. Pour mieux y revenir ? Nous aurons l'occasion d'en reparler plus loin dans ce livre.

Au XIX^e siècle, l'intérêt des femmes pour la cosmétique ne se dément pas. La cosmétologie change radicalement de visage, grâce à l'industrialisation et aux nouvelles technologies. De plus, de nouveaux produits apparaissent, qui vont révolutionner leur rapport à la beauté. Le parfumeur Rimmel invente en 1880 le premier mascara. Les premiers « bâtons » de rouge à lèvres font aussi leur apparition.

Parallèlement, chaque époque voit ses « canons » évoluer en matière de beauté. Ainsi, au XX^e siècle, alors que la peau blanche avait jusqu'alors toujours été un idéal, l'heure est désormais aux teints hâlés. Une aubaine pour les fabricants de terra cotta et d'autobronzants. *Smoky eyes*, mèches de cheveux colorées, vernis à paillettes disco... le marché du maquillage ne cesse de se réinventer. Pour le meilleur et pour le pire !

On comprend alors que l'accélération à vitesse grand V du marché de la cosmétique depuis le XIX^e siècle ne cesse de susciter les convoitises. Tout s'accélère, on nous parle d'acides de fruits, de collagène, d'élastine, de liposomes, les termes sont de plus en plus techniques.

Mais après une période d'euphorie vient l'heure des réserves. Les enquêtes se multiplient sur la supposée toxicité de certaines substances faisant les belles heures du marché du bio, car la beauté est aussi une affaire de gros sous.

Si l'univers des cosmétiques est passionnant, c'est aussi parce que c'est un sujet sur lequel on nous dit tout et son contraire. Ainsi, on apprend qu'il est préférable d'avoir recours au bio, mais dès le lendemain, on nous précise que ces produits seraient peut-être allergisants. On nous incite à opter pour le *layering*

(superposition de produits), pour finalement nous dire que la slow cosmétique - qui a pour ambition de sensibiliser à la consommation plus écologique et responsable des produits cosmétiques - est préférable. On nous explique qu'aucune crème ne marche car elles ne pénètrent pas la barrière cutanée pour finalement nous expliquer peu de temps après que les substances pénètrent parfaitement, tant et si bien d'ailleurs qu'elles peuvent « bousiller » notre organisme.

Pour essayer de faire toute la lumière sur tous ces messages dissonants, je suis allée à la rencontre de différents professionnels de santé : dermatologues, allergologues, toxicologues, médecins esthétiques, pharmaciens, cosmétologues... J'ai rencontré des dirigeants de marques ou de labels, ainsi que des instances de régulation. Je me suis entretenue avec des blogueuses pour mieux comprendre leur façon de travailler. J'ai eu envie de partager tous ces éclairages. J'espère que cette enquête vous aidera, à votre tour, à y voir enfin plus clair et à mieux choisir vos cosmétiques au quotidien...

Ce livre n'a pas vocation à présenter un historique de la cosmétique, ni à faire une analyse économique du marché, et encore moins à donner des conseils beauté. L'objectif est de comprendre **comment est structurée l'industrie cosmétique, de tenter d'analyser son devenir, mais surtout de savoir ce qu'il faut penser de ses dangers potentiels afin de vous permettre de faire un choix plus éclairé** parmi tous les produits du marché.

NOS COSMÉTIQUES SONT-ILS DANGEREUX ?

La recherche autour des produits cosmétiques a considérablement évolué ces dernières années. Les scientifiques sont notamment parvenus à identifier des solutions pour améliorer sensiblement les formulations. Au risque de mettre en danger notre santé ? La réponse est malheureusement : oui. Évidemment, **tous les produits de beauté ne sont pas toxiques, mais certains rentrent dans la catégorie dite potentiellement « CMR »**. Il ne s'agit pas des initiales de Charmant, Mignon, Réjouissant. Loin s'en faut ! Ce signe signifie : Cancérigènes, Mutagènes ou toxiques pour la Reproduction. C'est le nom que l'on donne à certains agents chimiques dont les effets indésirables se font sentir à moyen ou long terme.

VOUS AVEZ DIT CMR ?

Ces trois lettres font référence aux conséquences possibles de certaines substances :

C comme Cancérigène : agent chimique dangereux à l'état pur (amiante, poussières de bois, benzène...) ou en mélange, pouvant provoquer l'apparition d'un cancer ou en augmenter la fréquence.

M comme Mutagène ou **génomotoxique** : produit chimique qui induit des altérations de la structure ou du nombre de chromosomes des cellules. Les chromosomes sont les éléments du noyau de la cellule qui portent l'ADN. L'effet mutagène (ou atteinte génotoxique) est une étape initiale du développement du cancer.

T comme Toxique pour la reproduction ou **reprotoxique** : produit chimique (plomb par exemple) pouvant altérer la fertilité d'un homme ou d'une femme, et même le développement de l'enfant à naître (malformation...).

DES PRODUITS PAS SI ANODINS QU'IL Y PARAÎT

« LA PEAU EST UNE VÉRITABLE PASSOIRE »

Pour commencer, il convient de préciser que si une très grande majorité de produits pénètrent à travers l'épiderme, cela ne signifie pas qu'ils sont tous efficaces !

André Cicoella, chimiste et toxicologue, estime qu'il n'y a pas de barrière cutanée entre la peau et les produits. « *La peau est une véritable passoire. Certains produits contiennent des substances qui ont la capacité de passer à travers la barrière lipidique. Toutes les charges toxiques susceptibles de pénétrer dans la peau s'ajoutent à celles que l'on mange et que l'on respire* », souligne-t-il. Il m'a

paru intéressant de le solliciter car il a beaucoup travaillé sur les effets des éthers de glycol sur la santé. L'association Réseau Environnement Santé (RES), dont il est président, est à l'origine de l'interdiction du bisphénol A dans les biberons et de l'interdiction du perchloroéthylène pour le nettoyage à sec.

Il estime que c'est la responsabilité des pouvoirs publics de veiller à élaborer la meilleure réglementation possible : *« Elle devrait être appréhendée d'un point de vue beaucoup plus large. En effet, quand le fœtus est exposé, on ne peut pas faire la part des choses entre ce qui relève des doses absorbées dans l'alimentation, dans la cosmétique... Il ne faut pas se contenter d'autoriser de petites doses de produits contenant des perturbateurs endocriniens, mais éliminer ces substances. Purement et simplement »*. J'aurai l'occasion de citer à nouveau dans d'autres chapitres ce chercheur en santé environnementale.

Plusieurs scientifiques confirment que les produits pénètrent la barrière cutanée, autrement dit, qu'ils traversent l'épiderme pour atteindre le derme. Concrètement, cela signifie qu'ils peuvent arriver par le sang jusqu'au foie ou au cerveau. D'où l'importance de ne pas charger l'organisme avec ces substances toxiques car elles peuvent, par le biais des véhicules sanguins, s'accumuler et atteindre nos organes.

Laurence Coiffard et Céline Couteau écrivent clairement : *« Il est impossible, d'un point de vue galénique, de formuler une formule induisant 0 % de pénétration, et ce, d'autant plus que l'on multiplie les ingrédients. Beaucoup d'ingrédients anodins (acide oléique présent dans l'huile d'olive, par exemple) ou moins anodins (alcool) sont des exhausteurs de pénétration utilisés précisément à cette fin dans le domaine médical »*.

Une étude américaine menée à l'université de Berkeley a montré que le fait d'adopter des cosmétiques plus naturels pendant à peine quelques jours suffisait à réduire de façon significative le niveau de produits chimiques toxiques présents dans le corps des adolescentes. Diffusé en mars 2016, et mené sur des volontaires, ce travail scientifique confirme que des substances suspectées d'être des perturbateurs endocriniens se retrouvent dans les urines. La concentration de phtalates de diéthyle (largement présents dans les parfums), de triclosan (présent dans les savons antibactériens et certaines marques de dentifrice), de benzophénone-3 (que l'on trouve dans les crèmes solaires), de parabènes de méthyle et de propyle... diminue ainsi significativement dès lors que ces femmes renoncent à utiliser des crèmes qui contiennent ces charges toxiques.

LA MOITIÉ DE NOS COSMÉTIQUES SERAIENT DOUTEUX

En théorie, des normes très strictes s'appliquent à l'ensemble des cosmétiques et sont censées garantir leur innocuité. Pourtant, à plusieurs reprises, des associations et des journalistes sont montés au créneau pour dénoncer l'usage de ces substances dangereuses. De leur côté, les marques nous assurent que l'on peut dormir sur nos deux oreilles. Qui croire ?

60 millions de consommateurs a publié divers numéros pour alerter sur la dangerosité des cosmétiques. Affirmant même, dans une enquête de septembre 2015, que plus d'un produit cosmétique sur deux serait constitué de composés potentiellement nocifs pour la santé (qu'il s'agisse de parfums, de colorants, de conservateurs ou encore de perturbateurs endocriniens et d'allergisants). Le magazine a décrypté la composition de 93 produits d'usage courant.

Sachant qu'un même produit cosmétique peut incorporer jusqu'à 20 molécules différentes, en 24 heures, plus de 200 ingrédients ont potentiellement été en contact avec notre peau. Parmi les marques épinglées figurent aussi bien des marques « haut de gamme » que des marques plus grand public. Autrement dit, ce n'est pas parce que vous déboursez des sommes folles que vous êtes davantage épargnée des risques. En effet, les produits de luxe ne sont pas moins inoffensifs. Et même si le bio semble mieux tirer son épingle du jeu, il faut néanmoins se méfier car tous les produits entrant dans cette catégorie ne sont pas de qualité équivalente.

Une autre enquête, publiée par L'UFC-Que Choisir a également dévoilé le 22 février 2016 que des crèmes hydratantes, shampoings, dentifrices, déodorants, eaux de toilette, lingettes... contenaient des substances « préoccupantes ». Au total, pas moins de 185 produits cosmétiques courants ont été incriminés. Parmi eux, 62 produits contiennent ainsi des allergènes. 101 produits recèlent des perturbateurs endocriniens (dont 44 sous la forme d'ethylhexyl-methoxycinnamate, un filtre UV perturbant le fonctionnement œstrogénique et thyroïdien).

J'ai d'abord été étonnée en découvrant ces enquêtes alarmistes. La réglementation est telle au sein de l'industrie cosmétique qu'il me paraissait aberrant que plus de la moitié des produits puissent être dangereux. J'ai donc rencontré plusieurs spécialistes. Ils m'ont expliqué que le problème n'est pas tant un produit en lui-même, isolément, que l'usage répété d'un produit toxique pendant plusieurs années. Par ailleurs, certains cosmétiques peuvent, individuellement, être relativement inoffensifs, mais devenir problématiques dès lors qu'on les juxtapose.

De la même façon, comme le reconnaît Laurence Wittner, fondatrice de l'Observatoire des Cosmétiques, « *intrinsèquement, certaines substances peuvent être dangereuses. Donc oui, si on regarde la liste des ingrédients de certains produits, il n'est pas impossible qu'ils s'avèrent potentiellement cancérigènes. Sauf que... la réglementation impose certaines limites, si bien que les dosages commercialisés sont parfaitement acceptables* ». Elle dénonce ce type d'enquêtes, qui, selon elle, fait hurler l'industrie cosmétique et se révèle assez anxio-gène « *car les consommateurs sont encore plus perdus* ».

Même sévérité vis-à-vis de ces enquêtes de la part du Docteur Annick Pons Guiraud, dermatologue. Je me suis entretenue avec elle au sujet des perturbateurs endocriniens dans les cosmétiques, et elle m'a expliqué qu'il n'y avait momentanément aucune preuve de toxicité de ces molécules contenues dans ces produits : « *Cessons donc d'inquiéter les consommateurs alors que les substances toxiques sont interdites par la réglementation. Le vrai problème pourrait éventuellement concerner les ingrédients qui arrivent d'un pays où le contrôle n'est pas aussi strict qu'en France. Les enjeux sont trop importants pour que les laboratoires français puissent se permettre des erreurs* », conclut-elle. Ce qui fait prospérer les uns dessert les autres, car il s'agit surtout à ses yeux de vendre des journaux ou du temps d'antenne !

QUAND COSMÉTIQUES RIMENT AVEC ALLERGIQUES !

Certaines personnes n'ont pas de problèmes de peau, mais à force d'avoir été en contact avec des allergènes, elles finissent par développer des allergies à certains produits. En effet, lorsque la peau a développé une réaction à une substance, c'est pour la vie. Un peu comme quand vous vous fâchez avec quelqu'un et que vous ne voulez plus en entendre parler.

« *De plus en plus de clients me demandent des produits haute tolérance, car ils sont sujets aux problèmes de peau* », explique Victoria Hirsh, pharmacienne. Ces nouvelles pathologies cutanées sont-elles liées à des facteurs environnementaux ? Ou bien à des substances et dosages moins bien supportés que par le passé ? Le doute est permis !

Certains ingrédients sont réputés pour être particulièrement allergisants, notamment la méthylisothiazolinone et le méthylchloroisothiazolinone. « *Ces dernières années, j'ai reçu en consultation un très grand nombre de personnes concernées par une allergie à la MIT. C'était presque une épidémie !* », explique Sophie Silcret Grieu, allergologue dans le XII^e arrondissement de Paris. Et selon elle, ce n'est pas une question d'hérédité ! « *Si les allergies respiratoires sont favorisées par une prédisposition génétique, ce n'est pas le cas du tout des allergies de contact* », analyse-t-elle, tout en précisant que les peaux atopiques sont davantage sujettes aux allergies, car la barrière cutanée est moins étanche.



MÉFIEZ-VOUS DES TATOUAGES AU FAUX HENNÉ !

Elle met aussi en garde contre les tatouages au faux henné. Il ne s'agit certes pas à proprement parler de cosmétiques, mais ils contiennent des substances utilisées pour les colorations capillaires à des doses très très élevées. « *Les filles risquent de ne plus jamais pouvoir se teindre les cheveux car elles auront développé une intolérance à la paraphénylènediamine. Cette substance **est responsable des allergies aux teintures capillaires, alors qu'on accuse souvent l'ammoniac*** », explique-t-elle.

Rougeurs, œdèmes au niveau des paupières ou encore démangeaisons au niveau des mains sont souvent provoqués par des réactions à des cosmétiques. Le problème, c'est qu'il n'est pas aisé pour les patients de faire le rapprochement, car ces symptômes apparaissent souvent plusieurs heures après l'application. Parfois même deux jours plus tard. Des tests cutanés permettent aux allergologues d'identifier la source de l'allergie. Encore faut-il être en mesure de lui décrire tous les produits que vous utilisez !

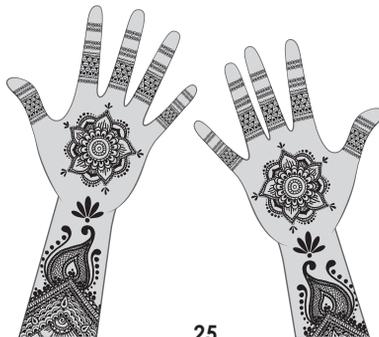
Attention, **ce n'est pas parce qu'un produit est décrié « hypoallergénique » ou « testé sous contrôle dermatologique » qu'il ne contient pas d'allergènes !** Pourtant, les rayons de vos pharmacies et supermarchés affichent des messages rassurants sur la nature des produits ainsi qualifiés. Tous ces arguments marketing sont purement déclaratifs. Certes, cette appellation garantit la réalisation de tests d'innocuité rigoureux et l'exclusion des parfums (allergènes les plus souvent impliqués dans les eczémas de contact). Mais cela signifie juste que les allergènes les plus courants (parfums, lanoline, beurre de cacao, fécule de maïs,

huile de coton...) ne sont pas présents dans le produit. Il n'en demeure pas moins que ces produits peuvent être allergisants quand même.

Ne vous laissez pas non plus « avoir » par les produits soi-disant « testés dermatologiquement », car cela signifie juste que le produit a été approuvé par un dermatologue. D'abord, il s'agit d'une personne et non pas de toute la profession de manière unanime. Et on ne connaît pas la nature des tests évoqués. **Parmi les substances les plus mal tolérées : les acides de fruits ; la vitamine A acide, les huiles essentielles et la fameuse MIT.** Les produits conventionnels et bio sont aussi susceptibles l'un que l'autre de générer des allergies, même si ces derniers sont beaucoup plus décriés.

« C'est illusoire de penser que les produits naturels ne contiennent pas de produits chimiques. Une fleur est composée de produits chimiques. Il y a une grande confusion de la part des consommateurs : les produits naturels sont chimiquement plus complexes que les produits de synthèse » observe Sophie Silcret Grieu.

Tous les types de produits sont concernés, tant les tensio-actifs (présents dans les produits moussants), que les parfums ou les vernis à ongles qui sont souvent mal tolérés (l'usage des solvants et dissolvants peut entraîner un gonflement des paupières ou des picotements au niveau des yeux).



Nous espérons que cet extrait
vous a plu !



Cosmétiques : comment s'y retrouver ?
D'Ariane Warlin



J'achète ce livre

Pour être tenu au courant de nos parutions, inscrivez-vous
à la lettre des éditions Leduc.s et recevez des **bonus**,
invitations et autres **surprises** !

Je m'inscris

Merci de votre confiance, à bientôt !

L E D U C . S
E D I T I O N S