

# MakeUp in Paris : donne

Fondatrice du musée à la carte, un concept de développement culturel sur mesure, Anne Camilli a pris le parti de célébrer, à l'occasion du MakeUp in Paris, les 100 ans du roman de Victor Margueritte paru en 1922, *La Garçonne*. La femme décrite dans ce roman, est à la fois audacieuse et décline une nouvelle allure : cheveux courts, silhouette androgyne, elle fait du sport et maîtrise l'art de se maquiller. Une avant-gardiste qui pose les fondations d'une beauté holistique, totalement d'actualité.

# 100

ans plus tard, les produits de maquillage ont évolué et la frontière entre soin et maquillage, s'estompe.

Le salon *MakeUp* l'illustre parfaitement en optant, cette année, pour un nouveau positionnement *Skincare* et *Makeup* déclinant une nouvelle identité visuelle, un nouveau logo (**Photo 1**) et une nouvelle *baseline* : *skincare & makeup inspiration*.

## ► Le maquillage soin devient la norme

En matière de teint, les *primers* illustrent le maquillage hybride à merveille : ils préparent la peau, grâce aux actifs, et contribuent à la tenue du maquillage. Le sous-traitant polonais Nuco a développé un *face milk* (**Photo 2**) à utiliser en sérum ou en *primer* pour ses propriétés hydratantes et repulpantes. De couleur lavande, il en a aussi l'odeur, issue d'eau de fleur de lavande, récupérée lors de la fabrication de l'huile essentielle. Cet ingrédient *upcyclé* possède des propriétés anti-inflammatoires.

Cosmecca, sous-traitant coréen, confirme cette appétence pour les *primers* qui ont davantage de succès auprès de ses clients, que les produits de soin.

L'italien Mplus présente la collection *Ritual*, entièrement dédiée au

# *MakeUp in Paris: the good*

*Founder of the Musée à la Carte, a novel concept for bespoke cultural development, Anne Camilli recently celebrated the 100<sup>th</sup> anniversary of Victor Margueritte's 1922 novel, La Garçonne, at the MakeUp event in Paris. The woman described in this novel is both daring and has a new look: short hair, an androgynous figure, she plays sports and is skilled in the art of make-up. An avant-gardist laying the foundations for today's holistic beauty approach.*

# 100

years later, makeup products have evolved and the line between skincare and makeup is blurring.

The *MakeUp* show illustrates this perfectly with a new positioning, *Skincare* and *Makeup*, a new visual identity, a new logo (**Photo 1**) and a new *baseline*: *skincare & makeup inspiration*.

## ► Makeup-skincare hybrids are becoming the norm

In terms of complexion, *primers* are an excellent example of hybrid makeup: they prepare the skin, thanks to active ingredients, and help makeup last longer. The Polish subcontractor Nuco has developed a *face milk* (**Photo 2**) with moisturising and plumping properties to be used as a serum or primer. It is lavender-coloured and smells of lavender flower water, a by-product of the production of the essential oil. This *upcyclé* ingredient also has anti-inflammatory properties.

Cosmecca, a Korean subcontractor, confirms this enthusiasm for *primers*, which are more popular with its customers than *skincare* products. The Italian company Mplus presented its collection *Ritual*,

# la bonne formule

maquillage soin. Un sérum huileux sans conservateurs ni émulsionnants suspend des pigments pour un usage solo ou avec une crème de soin (Photo 3). Une seconde formule, plus crémeuse et épaisse, toujours sur base anhydre, est disponible, pour un fini plus couvrant. Ces deux textures sont enrichies d'un extrait de café vert énergisant et ont un taux de naturalité de 100 %.

Côté lèvres, les *lip oils*, plus naturelles et nourrissantes que les *gloss*, sont à l'honneur cette saison. Le Taïwanais Tonnie Cosmetics dévoile un trio enrichi en huiles de camélia et de jojoba, aux bénéfiques hydratants (Photo 4) ; le Britannique S&J International en propose une large sélection, pour un fini *dewy*, c'est-à-dire un brillant maîtrisé et frais (Photo 5) et Nuco opte pour un trio de gelées huileuses aux parfums de fruits (abricot, orange et fruits de

la forêt), tandis que Mplus choisit une déclinaison pailletée (Photo 6).

En version stick, Nippon Shikizai a travaillé la protection solaire dans ses *Colorful UV lipsticks* qui revendiquent un facteur de protection solaire de 50, tandis que Tonnie Cosmetics s'est concentré sur la technologie des *Dewy Tinted Lip Duo* dont le cœur du raisin est brillant et contient de l'huile d'avocat, d'argan et de l'acide hyaluronique pour leurs bénéfiques soin.

Les yeux, enfin, ne sont pas en reste, avec le *lash serum* de Nuco (Photo 7), à utiliser la nuit ou avant le mascara pour améliorer la pousse des cils. Le produit, enrichi

en Heliosoft™ (*Behenyl Alcohol* (And) *Glyceryl Behenate* (And) *Lecithin*) de Lucas Meyer Cosmetics, a fait l'objet d'un test consommateurs sur 28 jours, à l'issue duquel les cils ont été perçus plus longs et plus épais. Si le soin infuse le segment du maquillage, naturalité et durabilité sont des critères omniprésents, poussés par l'appétence des consommateurs.

## ► Naturalité et durabilité, un duo indissociable

Ces deux thèmes se retrouvent à chaque étape du développement produit.

- 1 NOUVEAU LOGO DU SALON  
NEW TRADE  
SHOW LOGO
- 2 FACE MILK  
PRIMER  
NUCO
- 3 FOND DE TEINT  
FLUIDE  
ANHYDRE  
FLUID  
ANHYDROUS  
FOUNDATION  
MPLUS

MakeUP in Paris  
SKINCARE & MAKEUP INSPIRATION



## formula

entirely dedicated to makeup-skincare. An oily serum free of preservatives or emulsifiers with pigments in suspension, for use alone or with a skincare cream (Photo 3). There is a second, creamier and thicker formula, still using a waterless base, for a more covering finish. Both textures are enriched with an energising green coffee extract and are 100% natural.

For lips, the buzzword this season is lip oils, which are more natural and nourishing than glosses. The Taiwanese manufacturer Tonnie Cosmetics unveiled a trio enriched with camellia and jojoba oils, with moisturising properties (Photo 4); the British company S&J International offers a wide selection promising a dewy finish that gives a fresh,

defined shine (Photo 5); Nuco opts for a trio of oily jellies with fruity scents (apricot, orange and forest fruits), while Mplus goes for a star-spangled look (Photo 6).

In the stick version, Nippon Shikizai has worked on sun protection in its *Colorful UV lipsticks* range, which claims to be SPF 50, while Tonnie Cosmetics is focused on the technological aspect of its *Dewy Tinted Lip Duo*, which has a shiny bullet core and contains avocado oil, argan oil and hyaluronic acid for their skincare benefits.

Plenty of innovation for eyes also, with Nuco's *lash serum* (Photo 7), to be used at night or before applying mascara to improve lash growth. The product, enriched with Heliosoft™ (*Behenyl Alcohol* (and) *Glyceryl Behenate* (and) *Lecithin*) by Lucas Meyer Cosmetics, was consumer-tested over 28 days, after which lashes were seen to be longer and thicker.

While skincare is permeating the makeup segment, the criteria of naturalness and sustainability remain all-pervasive, driven by consumer appetite.

- 4 LIP OILS  
TONNIE  
COSMETICS
- 5 LIP OILS AND  
LIP  
TREATMENTS  
S&J  
INTERNATIONAL
- 6 HUILE LÈVRES  
PAILLETÉE  
GLOSS  
EXPLOSION  
MPLUS
- 7 SÉRUM POUR  
LES CILS  
LASH SERUM  
NUCO

**8** BLUSH EN STICK  
STICK BLUSH  
MS BEAUTILAB

**9** GAMME D'EYE-LINERS  
CORE  
CORE EYELINERS  
RANGE  
SCHWAN COSMETICS

**10** GAMME PURITY HOOD  
PURITY HOOD  
RANGE  
MAGNOLI COSMETICS

• Dans les formules

La naturalité s'y exprime par le pourcentage d'ingrédients d'origine naturelle, encadré par la norme ISO 16128.

Le sous-traitant MS Beautilab a justement pris le parti de développer des formules de maquillage aux taux de naturalité élevés (entre 97 et 99 %), anhydres et non genrées. La gamme est composée d'un fond de teint, d'un combo fond de teint et concealer, d'un highlighter, d'un blush (Photo 8), et de rouges à lèvres, tous sous forme de sticks. Et, pour ne pas sacrifier l'efficacité au profit de la naturalité, des tests de tenue ont été menés sur la version concealer qui promet 12 heures sans bouger. « La difficulté pour

formuler une gamme entière sous forme de sticks a été l'ajustement des cires et des beurres, en vue d'obtenir le compromis idéal entre dureté, fondant et dépôt », souligne Gaëlle André, vice-présidente exécutive en charge de l'innovation, de la R&D et des nouvelles technologies.

Même devise chez Schwan Cosmetics qui allie naturalité, durabilité et performance dans sa nouvelle gamme d'eye-liners clean, vegan et waterproof (tenue jusqu'à 16 h) (Photo 9). Le packaging est en plastique PCR (Post Consumer Recycled) mais une version monomatériau est en cours de développement chez l'Allemand. Les formules naturelles, clean

et vegan ont aussi le vent en poupe à Taïwan, ce qui a inspiré Magnoli Cosmetics pour décliner la gamme de maquillage Purity Hood, naturelle à 90 % et composée de quatre produits – un fard à paupières, un masque lèvres, une poudre libre pour le teint et un rouge à lèvres – dans des emballages en plastique PCR (Photo 10). La durabilité peut, quant à elle, prendre la forme de textures minimalistes, comme le propose Creapharm Cosmetics dans sa nouvelle collection « voyage minimaliste » : l'expression d'une beauté durable via trois formules à haut pourcentage de naturalité – un shampoing solide, une crème minimaliste et une eau micellaire –



8



9



10

**11** GAMME VOYAGE MINIMALISTE  
MINIMALIST  
TRAVEL RANGE  
CREAPHARM COSMETICS

**12** LES PINCEAUX LINERS  
IMPECCABLES  
FLAWLESS ON  
FLEET PENS  
SCHWAN COSMETICS

**13** CRAYON BLUSH  
BLUSH STICK  
FABER-CASTELL COSMETICS

**14** REMPLISSEUSE DE TUBES  
ALUMINIUM  
TUBES FILLER  
CREAPHARM COSMETICS

► Naturalness and sustainability, an inseparable duo

These two topics are omnipresent at every stage of product development.

• In formulations

Naturalness is expressed as the percentage of ingredients of natural origin, which is governed by standard ISO 16128. The subcontractor MS Beautilab has opted to develop waterless, non-gendered makeup formulations with high naturalness rates (97-99%). The range includes a foundation, a foundation & concealer duo, a highlighter, a blush (Photo 8), and lipsticks, all in stick form. To avoid sacrificing efficacy for naturalness, long-wear tests were conducted on the concealer version, which promises

a 12-hour hold. "The difficulty in formulating an entire range in stick form lay in attuning the waxes and butters to achieve the best ratio between hardness, melting and deposition", states Gaëlle André, Executive Vice President in charge of Innovation, R&D and New Technologies.

Same motto at Schwan Cosmetics which combines naturalness, sustainability and performance in its new range of clean, vegan, waterproof eye-liners (lasting up to 16 hours) (Photo 9). The packaging is made of PCR (Post Consumer Recycled) plastic, and the German company is currently developing a monomaterial version.

Natural, clean, vegan formulas are also in vogue in Taiwan, which inspired Magnoli Cosmetics to develop the Purity Hood makeup range, consisting of four products that are 90% natural – an

eyeshadow, a lip mask, a loose face powder and a lipstick – in PCR plastic packaging (Photo 10). Sustainability can also take the form of minimalist textures, as proposed by Creapharm Cosmetics in its new "minimalist journey" collection, which conveys sustainable beauty through three formulations with a high naturalness percentage – a solid shampoo, a minimalist cream and a micellar water – in eco-responsible and environmentally friendly packs (Photo 11).

• Through packaging

Many subcontractors offer PCR plastic in their collections. Schwan Cosmetics has launched a liquid eyeliner formulation in a pen that is 79% recycled plastic, a feat (Photo 12) that is part of the company's drive to achieve a 50% reduction of fossil-based plastic in



dans des packs éco-responsables et respectueux de l'environnement (Photo 11).

#### • Par le biais du packaging

Nombreux sont les sous-traitants qui proposent le plastique PCR, dans leurs collections. Schwan Cosmetics a lancé une formule d'eye-liner liquide dans un stylo composé à 79 % de plastique recyclé, une prouesse (Photo 12) qui s'inscrit dans la volonté de l'entreprise de réduire de 50 % le plastique d'origine fossile dans ses emballages primaires, à l'horizon 2025.

Autre alternative durable chez les fabricants de crayons : le bois. Schwan Cosmetics propose le

crayon *shifted shade* à la mine décalée qui permet de réaliser des traits fins ou épais avec le même crayon. Cette polyvalence autorise de multiples applications (yeux, lèvres et sourcils).

L'Allemand Faber-Castell Cosmetics a aussi opté pour le bois dans son *blush stick*, un crayon jumbo qui allie naturalité de la formule et durabilité du bois, pour une application teint (Photo 13).

De son côté, Creapharm Cosmetics s'est doté d'un nouvel outil industriel – une remplisseuse de tubes en aluminium – en vue de proposer de nouvelles solutions de conditionnement éco-responsables et 100 % recyclables (Photo 14). Et Livcer, leader du conditionnement

en monodoses, s'est équipé de nouvelles machines de remplissage en doses unitaires, pour tendre vers une capacité de production optimale. « C'est une génération de machines qui va dans le sens de l'écoconception et qui utilise moins d'énergie. Elles peuvent travailler le papier donc des doses recyclables, mais également toutes les nouvelles générations de plastiques recyclés. Elles permettent, en outre, de réduire de 30 % la gâche de matière », déclare la dirigeante Aude de Livonnaire.

#### • Au travers des looks

La naturalité se décline dans les produits mais c'est aussi un résultat maquillage plébiscité mondia-



12



11



13



14

its primary packaging by 2025. Another sustainable alternative among pencil manufacturers is wood. Schwan Cosmetics offers its shifted shade pencil with a shifted lead that lets you make fine or thick lines using the same pencil. This versatility opens up multiple applications (eyes, lips and eyebrows).

The German company, Faber-Castell Cosmetics, has also opted for wood for its blush stick, a jumbo pencil that combines the naturalness of the formulation with the durability of wood, for a radiant complexion (Photo 13).

Creapharm Cosmetics has acquired a new industrial tool – an aluminium tube filling machine – with a view to offering new eco-responsible and 100% recyclable packaging solutions (Photo 14). Livcer, the leader in single-dose packaging, has also fitted itself out with new single-dose filling machines in

order to achieve optimal production capacity. "This generation of machines promotes eco-design and is more energy-efficient. They can process paper, and therefore recyclable dosages, together with the latest generations of recycled plastics. They also reduce material waste by 30%," comments the Director, Aude de Livonnaire.

#### • Through looks

Naturalness is not only a feature of the products, but also of the makeup results championed by women the world over.

In Europe, women are looking for a natural, almost invisible result, provided that it enhances skin texture and quality.

"Korean women are looking for a natural, semi-matte complexion. They want to achieve better looking skin without looking made up", explains the Asia Cosme Lab

agency, an Asian zone specialist. The same applies to lips, where a velvety look is preferred, in natural tones: this is the MLBB trend (My Lips But Better). Eyes are no exception, the trend being for light makeup with minimal shine.

The Italian subcontractor, Trendcolor, takes its lead from the Japanese company, Komorebi, which claims that half of the light arriving at the earth's surface transforms into colour. With this in mind, it has applied this concept to the skin, defining a change in contouring whereby the skin's natural radiance is produced by light filtering through the epidermis, creating new areas of shadow and light, in a subtle and delicate manner.

More than ever, naturalness and radiance are sure-fire makeup assets in Europe and in certain Asian countries.

### MakeUp en chiffres in figures

3 580 visiteurs

122 exposants dont une majorité de Français et d'Italiens, mostly French and Italian, suivis par la Corée du sud et le Royaume-Uni followed by South Korea and the United Kingdom pour les pays les plus représentés. for the countries with the highest representation.

23 conférences et ateliers ont été proposés. conferences and workshops on offer.

La prochaine édition se tiendra au Carrousel du Louvre, à Paris, les 14 et 15 juin 2023. The next edition will be held at the Carrousel du Louvre, in Paris, on 14<sup>th</sup> and 15<sup>th</sup> June 2023.

lement par les femmes.

En Europe, les femmes recherchent un résultat naturel et presque imperceptible, pourvu que la texture et la qualité de la peau soient sublimes.

« *En Corée, les femmes sont à la recherche d'un maquillage naturel et semi mat pour le teint. Elles souhaitent obtenir un « look better skin » qui correspond au résultat d'une belle peau, sans avoir l'air maquillées* », décrypte l'agence Asia Cosme Lab, spécialiste de la zone Asie. Même requête pour les lèvres où l'effet velours est préféré, dans des tonalités naturelles : c'est la tendance MLBB (*My Lips But Better*). Et les yeux ne font pas exception puisque le maquillage doit être léger, sans être brillant. Le sous-traitant italien Trendcolor s'est inspiré du Komorebi japonais selon lequel la moitié de la lumière arrivant à la surface terrestre se transforme en couleur. Fort de ce constat, il a décliné ce concept à la peau, définissant une évolution du

*contouring* : l'éclat naturel de la peau serait le résultat de la filtration de la lumière par l'épiderme pour créer de nouvelles zones d'ombre et de lumière, de façon subtile et délicate. Naturalité et éclat sont donc plus que jamais des valeurs sûres du maquillage en Europe et dans certains pays d'Asie.

#### • Au sein des organisations

La durabilité s'étend bien au-delà du produit, comme le démontrent de plus en plus d'entreprises qui s'engagent dans la lutte contre le réchauffement climatique.

En Allemagne, Schwan Cosmetics poursuit sa réduction d'émissions de CO<sub>2</sub> causées par les postes de production et les consommations énergétiques. Sur la période 2016/2017 à 2020/2021, ces émissions ont été réduites de 65 %. De plus, l'entreprise consomme 74 % d'électricité dont les émissions sont exemptes de gaz à effet de serre, ce qui représente 42 % de l'énergie totale sur l'ensemble des sites.

Chez le Britannique S&J International, dont les usines sont basées à Taiwan, l'entreprise fait appel à l'énergie solaire pour couvrir 80 % de ses besoins énergétiques.

Même posture chez les Italiens de Trendcolor qui produisent leur propre énergie, grâce à des panneaux photovoltaïques, et qui utilisent de l'eau recyclée dans les boucles de chauffage.

Ces efforts, réalisés par les industriels, sont appréciés des consommateurs en quête de transparence. Pour autant, les acteurs de l'industrie ne s'arrêtent pas là et actionnent d'autres leviers, pour satisfaire les consommateurs.

### ► Des acteurs à l'écoute du marché

#### • Des formules innovantes

À l'initiative d'une nouvelle gestuelle en matière de soins, les Laboratoires Gilbert proposent des émulsions solides sous forme de sticks. La formule de crème visage

#### • Within organisations

*Sustainability goes way beyond the product, as illustrated by the growing number of companies committing to the fight against global warming.*

*In Germany, Schwan Cosmetics is pursuing its reduction of CO<sub>2</sub> emissions from production and energy consumption, achieving a 65% fall in emissions over the period 2016/2017 to 2020/2021. In addition, 74% of the company's electricity consumption involves greenhouse gas-free emissions, representing 42% of the company's total energy consumption, all sites combined. The British company, S&J International, whose plants are based in Taiwan, supplies 80% of its energy needs through solar energy.*

*The Italian company, Trendcolor, takes a similar approach, producing its own energy using photovoltaic panels and using recycled water in its heating loops.*

*Consumers in search of transpar-*

*ency approve of the efforts made by manufacturers. However, industry players are not stopping there and are deploying additional levers to satisfy consumers.*

### ► Market-oriented stakeholders

#### • Innovative formulations

*As part of its introduction of a new skincare ritual, Laboratoires Gilbert offers solid emulsions in stick format. The solid face cream formulation is a bottom-poured reverse emulsion containing 30 to 40% water (Photo 15). Transformation is another market focus area performed by subcontractors.*

*The Polish manufacturer, Nuco, has developed colour-flip eye shadows in the form of loose powders, the colour of which varies according to the light's angle of incidence.*

*Another transformation developed by S&J International is a liquid blush that changes colour on contact with*

*the skin by responding to the pH, giving a dewy, natural finish. In addition to formulation, the innovation process also includes access to new technologies.*

#### • Exciting new technologies

*The process developed by the Japanese manufacturer, Nippon Shikizai, enables several shades to be cast in a single lipstick bullet, producing a gradation lipstick, which, in addition to their amazing appearance, change shade with the pH of the lips (Photo 16).*

*Trendcolor has designed its own hybrid sensory technology, midway between wet-pressed and baked powder technology. The powder-solvent mix is first compacted in cups, and then baked in ovens. The result is a feel that is intermediate between that of wet-pressed and dry-pressed powders. This process can be used to produce metallic eyeshadows (Photo 17) or transparent face*

solide est une émulsion inverse contenant entre 30 et 40 % d'eau et a été coulée par le fond (**Photo 15**). La transformation est un autre axe interprété par les sous-traitants.

Le Polonais Nuco décline des fards à paupières à effet flip-flop, sous forme de poudres libres, dont la teinte varie en fonction de l'angle d'incidence de la lumière.

Autre transformation observée chez S&J International : un blush liquide qui change de couleur au contact de la peau, grâce au pH, pour un fini *dewy* et naturel.

Outre la formulation, l'accès à de nouvelles technologies s'inscrit aussi dans un processus d'innovation.

#### • Des technologies étonnantes

Le procédé développé par le Japonais Nippon Shikizai permet de couler, dans un raisin, plusieurs teintes, afin d'obtenir des *gradation lipsticks*, qui, en plus de leur aspect étonnant, changent de teinte, avec le pH des lèvres (**Photo 16**).

Sur le plan sensoriel, Trendcolor a

imaginé sa technologie hybride, à mi-chemin entre la technologie des poudres pressées en voie humide et celle des poudres cuites. Le mélange de poudres et solvants est d'abord compacté dans des godets, avant d'être cuit dans des fours. Il en résulte un toucher intermédiaire entre celui des poudres pressées en voie humide et de celles obtenues par voie sèche. Il est possible de décliner ce procédé pour accéder à des fards à paupières métalliques (**Photo 17**) ou à des poudres de teint transparentes, au fini confortable.

Si certains acteurs optent pour l'innovation, d'autres s'orientent vers l'acquisition de nouveaux équipements, pour élargir le spectre de leur savoir-faire.

#### • De nouveau équipements

Poussés par l'essor de la cosmétique solide et des poudres libres à réhydrater, les Laboratoires Gilbert se sont équipés d'une machine d'ensachage, destinée à conditionner ces formes particulières.

Dans la même logique d'extension de son expertise, S&J International va se doter d'une extrudeuse, pour répondre aux demandes croissantes de ses clients concernant les savons, shampoings solides et conditionneurs.

Outre l'aspect purement technique, les sous-traitants peuvent aussi être force de proposition pour imaginer de nouvelles gestuelles plus accessibles pour les clients.

#### • La simplification des routines de beauté

Mplus a misé sur le raccourcissement de la routine de démaquillage grâce aux *tubing mascaras*, des formules qui résistent aux huiles et à l'eau froide mais que l'on démaquille très facilement à l'eau tiède. Cette dernière fait gonfler le mascara et forme de petites boules sur les cils, que l'on ôte par frottements. Le sous-traitant décline un trio de mascaras : un pour cils courts, et deux pour un effet volume.

**15** CRÈME VISAGE SOLIDE  
*SOLID FACE CREAM*  
LABORATOIRES GILBERT

**16** GRADATION LIPSTICKS  
NIPPON SHIKIZAI

**17** FARDS À PAUPIÈRES MÉTALLIQUES  
*METALLIC EYE SHADOWS*  
S&J INTERNATIONAL



15



16



17

*powders with a comfortable finish. While some manufacturers opt for innovation, others favour the acquisition of new equipment to broaden the scope of their expertise.*

#### • New equipment

*Driven by the development of solid cosmetics and loose moisturising powders, Laboratoires Gilbert has equipped itself with a bagging machine, designed to package these specific shapes.*

*Following the rationale for extending its expertise, S&J International*

*is planning to equip itself with an extruder, to meet the growing demands of its customers for solid soaps, shampoos and conditioners. Apart from purely technical considerations, subcontractors can also drive the design of new rituals that are more readily accessible for customers.*

#### • Simplification of beauty routines

*Mplus has focused on shortening the makeup removal routine using tubing mascaras, formulations that*

*are resistant to oils and cold water but can be easily removed with warm water. The latter swells the mascara, forming small balls on the lashes which can be simply rubbed off. The subcontractor offers a trio of mascaras: one for short lashes and two for a volume effect.*

*Trendcolor has worked on its integration concept, the bespoke offer that combines and reduces the number of products. The palette includes two waxy bases (a black one for the eyes and a burgundy*



**18** PALETTE SUR MESURE  
INTEGRATION  
INTEGRATION  
CUSTOMIZED  
PALETTE  
TRENDCOLOR

**19** FLEXXY  
PALETTE  
CHROMAVIS  
FAREVA

**20** COLLECTION  
TRIP  
TRIP  
COLLECTION  
FABER-  
CASTELL  
COSMETICS

Trendcolor a travaillé dans son concept *integration*, le combo personnalisation et réduction du nombre de produits. La palette présentée comporte deux bases cireuses (une noire pour les yeux et une bordeaux pour les lèvres) associée à trois poudres pressées selon sa technologie maison. L'objectif est d'avoir accès à une multitude de combinaisons pour personnaliser les teintes de maquillage à créer pour le visage, les lèvres et les yeux, grâce à une seule et unique palette, pour toutes les carnations (**Photo 18**).

Enfin, la Flexxy Palette de Chromavis Fareva est un concept de maquillage inédit, basé sur la flexibilité et l'eau qui combine un emballage extra-flexible et une formule en forme de disque avec un haut degré de résistance à la déformation. Ceci la rend ainsi pratiquement inerte à toutes les contraintes pendant l'utilisation (**Photo 19**).

Alors que le marché plébiscite un maquillage assez sobre et naturel, en sortie de crise sanitaire, l'émergence de looks plus extravagants se déploie, laissant libre cours à un imaginaire débridé.

### ► La quête d'un ailleurs

Le virtuel occupe de plus en plus de place dans le quotidien et le sous-traitant Cosmecca pointe une demande croissante pour des fonds de teint *selfie* et *screen compliant*, qui s'adaptent aux modes de vie où les écrans jouent un rôle central.

Faber-Castell Cosmetics nous transporte dans le métaverse et la beauté psychédélique dans sa collection *TriP*, véritable ode à l'hybridation entre la réalité augmentée, la technologie et la nature, pour des effets extravagants et des teintes intenses (**Photo 20**).

« Des séries comme *Euphoria* ou *Love, death and robots* contribuent à promouvoir ces looks aux nombreux ornements qui nous emmènent loin de la réalité », souligne Adélaïde Lohio, fondatrice de l'Observatoire de beauté. Qu'il nous fasse voyager dans le temps, dans notre époque ou qu'il nous projette dans un univers virtuel, le maquillage n'a pas fini de nous transporter et de nous étonner. ■

Stéphanie Reymond



**18**



**19**



**20**

one for the lips) associated with three pressed powders produced by its in-house technology. The aim is to have access to a wide variety

of combinations to customise makeup shades for the face, lips and eyes, using just one palette, for all skin tones (**Photo 18**).

Finally, Flexxy Palette by Chromavis Fareva is an original makeup concept based on flexibility and water that combines extra-flexible packaging with a disc-shaped formulation that is extremely resistant to deformation. This makes it virtually impervious to all stresses during use (**Photo 19**).

While the market currently favours a natural, understated makeup look, as the health crisis comes to an end, more extravagant looks are emerging, giving free rein to an unbridled imagination.

### ► The search for otherness

Virtual reality is becoming increasingly prominent in our daily lives; the subcontractor Cosmecca

points out the growing demand for selfie and screen-compliant foundations which adapt to lifestyles that place screens centre stage.

Faber-Castell Cosmetics takes us into the metaverse and psychedelic beauty with its *TriP* collection, an ode to the hybridisation of augmented reality, technology and nature, providing a wealth of extravagant effects and intense shades (**Photo 20**).

"Series like *Euphoria* or *Love, Death and Robots* help to promote these looks with their many embellishments that take us into a world far-removed from reality," comments Adélaïde Lohio, founder of the Beauty Observatory.

Whether it takes us back in time, into our own era or projects us into a virtual universe, makeup hasn't finished captivating and surprising us. ■