

COMPRENDRE

Formulation :

le secret de beauté

Parent pauvre de la cosmétique, la formulation est coincée entre la recherche, sexy en diable avec ses molécules nouvelle génération, et le dieu Marketing, tout puissant. Pourtant, elle est le secret d'un soin ou d'un make-up réussis. Zoom sur ce maillon fort méconnu. Par Marie Pavlenko

Dans l'esprit des pros comme des dilettantes, les deux mamelles de la cosmétique sont la recherche et le marketing. La première s'auréole de découvertes étonnantes, pioche dans les tiroirs de la médecine, s'entoure de biologistes et promet des miracles. La seconde se targue de connaître le marché sur le bout des pinces, ausculte, observe et souvent commande (un soin peau sensible car c'est la tendance...). C'est sans compter l'étape obscure, mais ô combien décisive, de la formulation. Car au centre de tout soin, de tout produit de maquillage, il y a le formateur, un « chef d'orchestre qui coordonne les besoins amont de la recherche, une tendance de consommation et le brief marketing », explique Éric Perrier, directeur recherche et développement chez LVMH. Bref, il fait en sorte d'accorder tout ce petit monde vers l'excellence. Mais quelles sont les spécificités de cette espèce ignorée ? Radiographie du formateur.

À l'origine d'un article cosmétique, il y a toujours la rencontre de plusieurs réflexions : une velléité du marketing qui, notant (ou prévoyant) l'engouement pour les « soins éclat » ou les « volumeurs », fait une demande express de gamme allant dans ce sens ; une trouvaille du centre de recherche qui vient de dénicher une molécule anti-âge hors du commun ; et l'analyse de fond des besoins du marché. Parfois, ces impératifs se croisent. Dès lors que la décision de lancer un soin est prise, il faut le réaliser concrètement et le mettre en pot. C'est ici qu'intervient le formateur.

Déjà n° 1 :

Trouver une texture adéquate

C'est la première étape. Eau dans huile, huile dans eau, émulsion, crème, tout y passe. Les indications marketing doivent être respectées à la lettre. Le formateur travaille tout d'abord sa galénique, base de travail pour l'après. Objectif : qu'elle soit la plus proche possible des attentes formulées. Ainsi, une crème anti-âge se doit d'être crémeuse et plutôt riche, un soin pour peaux grasses, fluide et ultra-light, un fard à paupières, malléable, un fond de teint d'avoir un fini poudré, etc. Ce choix est primordial : la galénique doit ensuite résister à l'incorporation des actifs.

Déjà n° 2 :

Faire cohabiter les actifs

C'est certainement la phase la plus impressionnante. Une fois la texture de base déterminée, on y introduit les ingrédients actifs. Or ces derniers sont de plus en plus délicats à manier. Les antioxydants, stars des soins, sont particulièrement instables. Au contact d'une formule, ils s'oxydent. Il faut donc trouver une parade leur permettant de bien se conserver. « *Les AHA ont traumatisé une génération de formateurs !* », s'amuse Laurent Blasco, lui-même formateur Esthederm et Bioderma. Stabiliser une formule acide, quel cauchemar ! « *C'est une chimie d'interaction* », résume Jean-Claude Hubaud, directeur recherche et développement Esthederm et Bioderma. *Il faut faire cohabiter sans laisser interagir.* » La formule capote ? On ruse avec un type de galénique qui protège l'actif (une structure lamellaire, par exemple). Des astuces de packaging sont aussi imaginables, comme séparer la formule en deux et mélanger juste avant l'application. Dernier recours (avec un surcoût notable), l'encapsulation. Des sociétés spécialisées vendent leur technologie et permettent ainsi d'isoler l'actif du reste de la formule pour lui garantir toutes ses propriétés jusqu'à son arrivée sur la peau.

Et comment fait-on ? Aucune recette miracle. « *C'est du bidouillage* », explique Richard Girousse, directeur de la formulation ○○○

OOO Make Up for Ever. *On tâtonne, on fait des mixtures, des tests. L'expérience est primordiale.* » Logique : plus on multiplie les expériences, plus on est apte à trouver l'idée de génie. Si la base a été choisie judicieusement, elle doit rester stable. On teste alors à grande échelle : stabilité, validité, prix de revient de la formule ; on élimine les éventuels problèmes d'odeur, de couleur. On s'attaque à la vérification d'une quantité astronomique de données : hydratation, SPF, maïté, brillance, couleur, toucher. Au final, il faut compter entre un et trois mois pour s'assurer que la formule tient le coup.

Déjà n° 3 :

Être conforme à la réglementation

La crème a sa formule ? Oui, mais est-elle conforme avec la réglementation ? Il faut non seulement respecter les directives européennes, mais aussi les desiderata des USA, de l'Asie (Japon, Corée, Chine, etc.) et ceux d'une multitude de pays (le

Canada est particulièrement tatillon sur les solaires, par exemple). Nulle possibilité ensuite de relâcher la vigilance, car à la moindre modification de réglementation, la formule doit être aussitôt retravaillée. Le formulateur s'entoure souvent d'experts, garde en permanence un œil sur les textes et une oreille attentive aux lobbys de consommateurs.

Déjà n° 4 :

S'assurer que la phase d'industrialisation est possible

Il y a encore peu, le formulateur bénéficiait de marges de manœuvre amples (deux ans, voire deux ans et demi pour aboutir), il doit aujourd'hui faire face à la concurrence. Les délais ont donc subi un régime strict : six mois, et le résultat doit être en pot. Une fois la juste formule établie, il faut s'assurer que, produite à grande échelle (500 kg pour être sûr !), elle tient toujours le choc. L'arme absolue : le vieillissement accéléré. Pour vérifier qu'une formule conservera ses propriétés sur le long terme, les formulateurs la malmènent, histoire de la faire vieillir plus vite. Parmi la forêt d'outils à leur disposition : le Turbiscan, qui agite la crème afin d'évaluer sa « longévité » ou plus précisément son degré de stabilité. Ensuite, le gros bébé quitte le labo où il est né et part faire sa vie sur nos étagères... ●

POUR LEURS EXPLICATIONS AVISÉES, MILLE MERCI À ÉRIC PERRIER, JEAN-CLAUDE HUBAUD, LAURENT BLASCO ET RICHARD GIROUSSE.

Bases de données

Dans ce royaume de l'à-peu-près, l'informatique est un allié de poids. Les ingrédients (regroupés par compatibilité : ceux qui peuvent être chauffés ou non, ceux qui conviennent aux phases grasses ou non, aux phases aqueuses, etc.) et les essais de formules sont stockés dans des bases de données qui orientent le choix des formulateurs.