

A blurred background image of a woman with shoulder-length hair, wearing a white tank top, sitting in a lotus position on a white surface, meditating with her hands resting on her knees.

**QUAND LA COSMÉTIQUE
DEVIENT HOLISTIQUE**



MINIBOOK 2023

INTRODUCTION	p. 1
Quand la cosmétique rencontre le bien-être	p. 2
Psycare ou l'ère de la beauté émotionnelle	p. 3
Bien vieillir : de la tendance à l'état d'esprit	p. 4
Quand la cosmétique rencontre le bien-être	p. 5
Cosmétiques : des produits d'utilité publique	p. 6
Quand la cosmétique redéfinit ses limites	p. 8
Les Américaines veulent "bien" vieillir	p. 9
Le smile care s'installe	p. 11
Les parfums qui font du bien	p. 14
Précarité hygiénique : un mal silencieux	p. 18
Le tabou des douleurs intimes	p. 20
La douche : nouveau havre de paix ?	p. 22
Tendance 2023 : moi, moi, mon moi !	p. 24

Introduction

L'industrie cosmétique a toujours mis sur le marché des produits pensés pour améliorer l'apparence, camoufler des défauts, lutter contre les signes de l'âge ou encore prendre soin de la peau. Mais depuis quelques années, les consommateurs se recentrent sur eux-mêmes. Les différentes crises (sanitaire, économique, climatique, géopolitique...) poussent le grand public à se concentrer davantage sur leurs émotions pour lutter contre le malaise ambiant. Et pour les aider dans cette tâche qui peut s'avérer complexe, les cosmétiques se veulent un allié de choix.

Ainsi, l'industrie de la beauté devient un partenaire du quotidien pour déconnecter, soigner son psychisme aussi bien que son physique.

Mais la cosmétique ne s'arrête pas là. Elle commence à explorer de nouveaux territoires comme le bien-être sexuel, par exemple.

Pour faire le point sur cette nouvelle mode de la beauté à la croisée du bien-être, CosmeticOBS a conçu ce Minibook. Il revient sur la genèse de cette tendance, fait le point sur les attentes des consommateurs et donne des exemples concrets avec lesquels les marques illustrent ce courant à travers leurs nouveaux produits.

QUAND LA COSMÉTIQUE RENCONTRE LE BIEN-ÊTRE

Depuis la crise sanitaire, les consommateurs ont redéfini les contours de la beauté. L'utilisation de produits de beauté ne se borne plus seulement à de l'hygiène ou de l'embellissement, il s'agit de prendre soin de soi et de sa psyché. Perfect Corp, entreprise spécialisée dans les solutions de réalité augmentée pour les marques, a publié un récent article sur les dernières tendances à la croisée du soin et du bien-être.

Les confinements ont permis aux consommateurs de prendre soin d'eux. Bien que les restrictions sanitaires soient levées, ils veulent conserver ces rituels. Ils ont également conscience du lien entre corps et esprit.

“L'utilisation d'ingrédients relaxants et anti-stress est également en augmentation dans le secteur beauté”, explique Perfect Corp. “De nombreuses marques commencent à incorporer des adaptogènes et d'autres ingrédients connus sous le nom de “neurocosmétiques” qui stimulent les effets calmants et relaxants du système nerveux. Certains produits contiennent désormais des ingrédients pour améliorer l'humeur et bloquer la production de cortisol induisant le stress et permettent aux consommateurs de faire l'expérience d'une beauté visant un bien-être général”.

Marchand de sable

Et si le meilleur secret de beauté était le sommeil? *“La synchronisation du sommeil consiste à aligner le rythme circadien naturel du corps en obtenant beaucoup de soleil le matin, en réduisant le temps d'écran le soir et en s'endormant à la même heure tous les soirs. Cette tendance est devenue populaire auprès des consommateurs qui cherchent à atteindre un bien-être optimal et adoptent une approche holistique de leurs routines de beauté”.*

Et cette tendance n'est pas passée inaperçue auprès des professionnels de la beauté. De plus en plus de marques formulent des produits avec des fragrances qui favorisent la relaxation et l'endormissement.

© CosmeticOBS-L'Observatoire des Cosmétiques, 2023
8 rue Bernard Iské
92350 Le Plessis-Robinson – France

51,70 €
ISBN : 978-2-493362-10-0



info@cosmeticobs.com
cosmeticobs.com