

SESSION 2024

**CAPLP ET CAFEP
CONCOURS EXTERNE**

Section
ESTHETIQUE - COSMETIQUE

Épreuve écrite disciplinaire appliquée

L'épreuve place le candidat en situation de produire une analyse critique de documents puis de construire une séquence pédagogique à partir d'un sujet donné par le jury.

Elle permet de vérifier l'aptitude du candidat, à partir d'un dossier documentaire scientifique et technique, à conduire une analyse du dossier fourni et à proposer une séquence pédagogique en lien avec un cahier des charges donné spécifiant le cadre de l'application visée et qui pourra faire appel à une réflexion sur les enjeux éducatifs, économiques, éthiques, écologiques, sociétaux, etc.

La séquence pédagogique s'inscrit dans les programmes et référentiels du lycée professionnel.

Durée : 5 heures

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique (y compris la calculatrice) est rigoureusement interdit.

Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier. Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.

Tournez la page S.V.P.

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie. Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► Concours externe du CAPLP de l'enseignement public :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFE	7410J	102	9312

► Concours externe du CAFEP/CAPLP de l'enseignement privé :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFF	7410J	102	9312

LE MAQUILLAGE ET SON EVOLUTION DANS LE TEMPS

[...] La femme est bien dans son droit, et même elle accomplit une espèce de devoir en s'appliquant à paraître magique et surnaturelle ; il faut qu'elle étonne, qu'elle charme ; idole, elle doit se dorer pour être adorée. Elle doit donc emprunter à tous les arts les moyens de s'élever au-dessus de la nature pour mieux subjuguier les cœurs et frapper les esprits. Il importe fort peu que la ruse et l'artifice soient connus de tous, si le succès en est certain et l'effet toujours irrésistible. [...] Le maquillage n'a pas à se cacher, à éviter de se laisser deviner ; il peut, au contraire, s'étaler, sinon avec affectation, au moins avec une espèce de candeur. [...]

Source : Baudelaire, « éloge du maquillage », le peintre de la vie moderne, 1885.

A partir du dossier documentaire et de vos connaissances :

1- Analyser l'évolution du maquillage visage dans sa technicité, son adaptation aux enjeux économiques, environnementaux et sociétaux du vingt et unième siècle.

2- Dans la perspective d'un enseignement en Baccalauréat Professionnel Esthétique Cosmétique Parfumerie, concevoir une séquence pédagogique permettant de développer :

- **la compétence C12 : Adapter et mettre en œuvre des protocoles de techniques de maquillage du visage et des ongles dont :**
 - **C12.1 : Elaborer un projet de maquillage visage**
- et**
- **C12.2 : Réaliser des maquillages visage**

Argumenter les choix pédagogiques, en précisant notamment :

- le contexte et la ou les situations professionnelles
- le nombre et le titre des séances,
- les objectifs visés,
- les activités proposées aux élèves (modalité, support ...)
- les modalités d'évaluation envisagées.

Pour une séance, au moins, sont attendus les consignes données aux élèves, les productions à réaliser et la trace écrite.

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE 1 : Extrait du référentiel du « Baccalauréat Professionnel Esthétique Cosmétique Parfumerie »

Source : Ministère de l'Éducation Nationale, arrêté du 29 décembre 2021. Date de publication : BOEN du 25 mars 2022

ANNEXE 2 : Le maquillage : une industrie complexe

Disponible sur : <https://www.nouvelles-esthetiques.com/articles/visage/maquillage/le-maquillage-une-industrie-complexe-1963>

(consulté le 21/10/2023)

ANNEXE 3 : Impact environnemental

Annexe 3A : Make-Up in Paris, le défi d'innovations haute-performance et éco-conçues

Disponible sur : <https://www.premiumbeautynews.com/fr/makeup-in-paris-le-defi-d,22248>

(consulté le 21/10/2023)

Annexe 3B : Repousser les limites de la beauté : présentation du nouveau rouge à lèvres Iconic Woodacity®

Disponible sur : <https://www.parispackagingweek.com/fr/news/repousser-les-limites-de-la-beaute-presentation-du-nouveau-rouge-a-levres-iconic-woodacity/>

(consulté le 21/10/2023)

Annexe 3C : Global Bioenergies : Transformation végétale en cosmétiques rentables

Disponible sur : <https://infony.fr/actualite/nouveautes/entreprise-residus-vegetaux-cosmetique-durable/>

(consulté le 21/10/2023)

Annexe 3D : LAST - Rouge à Lèvres Liquide Mat Longue Tenue Pink Nude – 5 mL 99 % d'ingrédients d'origine naturelle. Maquillage Végan. Maquillage Cruelty-free.

Disponible sur : <https://www.colors-thatlast.com/collections/levres/products/rouge-a-levres-pink-nude>

(consulté le 29/10/2023)

Annexe 3E : Zoom sur les packagings LAST

Disponible sur : <https://www.colors-thatlast.com/pages/nos-engagements>

(consulté le 29/10/2023)

ANNEXE 4 : Tendances maquillage 2023/2024

Annexe 4A : L'avenir du maquillage du visage - Tendances des couleurs 2023/2024

Disponible sur : <https://sensient-beauty.com/fr/insights/the-future-of-face-makeup-color-trends-2023-2024/>

(consulté le 21/10/2023)

Annexe 4B : L'art pour tous, créer votre ambiance maquillage-NYX

Disponible sur : <https://www.nyxcosmetics.com/beauty-face-charts.html>

(consulté le 21/10/2023)

ANNEXE 5 : Technologies innovantes

Annexe 5A : Comment faire face à l'innovation en maquillage ?

Extrait de l'article de Rachel BETTAN disponible sur « les nouvelles esthétiques » publié en janvier 2021

Annexe 5B : L'intelligence artificielle (IA)

Disponible sur : [Plateforme de tutoriel de maquillage en RA PERFECT \(perfectcorp.com\)](#)

(consulté le 24/10/2023)

ANNEXE 6 : Innovations et nouvelles technologies

Disponible sur : <https://www.loreal.com/fr/press-release/group/ces-2023/> et [Brow Magic \(loreal.com\)](#)

(consulté le 26/10/2023)

ANNEXE 7 : La nouvelle collection en édition limitée signée

Lancôme x Louvre

Disponible sur : <https://www.premiumbeautynews.com/fr/lancome-devoile-une-collection-en-22525>

(consulté le 24/10/2023)

Photographies disponibles sur :

<https://www.lancome.fr/louvre.html#inspiration>

(consulté le 24/10/2023)

ANNEXE 8 : Formulations

Annexe 8A : T'as de beaux cils !

Disponible sur : <https://cosmetotheque.com/2023/05/01/tas-de-beaux-cils/>

(consulté le 21/10/2023)

Annexe 8B : Mascara smoky lash- Make up for ever

Disponible sur : <https://www.probeauticinstitut.com/mascara-smoky-lash-7ml.html>

(consulté le 21/10/2023)

Annexe 8C : Maquillage - Mettre à profit l'infinité de couleurs offerte par les plantes

Disponible sur <https://www.premiumbeautynews.com/fr/maquillage-mettre-a-profit-l-19645>

(consulté le 21/10/2023)

ANNEXE 9 : Chimie du maquillage - Petite histoire

Disponible sur https://www.ensad.fr/sites/default/files/maquillage-avril-2021_0.pdf

(consulté le 08/11/2023)

ANNEXE 10 : Produits indispensables pour réaliser des maquillages beauté

Disponible sur <https://www.sla-paris.com/fr/kit-maquillage-pro/1711-kit-pro-produits-seuls.html>

(consulté le 28/10/2023)

ANNEXE 11 : Le marché du maquillage

Annexe 11A : Répartition du chiffre d'affaires par catégorie, en M €, et évolution vs A-1, en %

Disponible sur <https://www.lsa-conso.fr/le-maquillage-retrouve-enfin-de-l-allant.411481>

Source graphique : Iri, CAM au 3 avril 2022, tous circuits GMS
(consulté le 07/11/2023)

Annexe 11B : Top 6 des principaux intervenants du maquillage selon leurs parts de marché, en %

Disponible sur : <https://www.lsa-conso.fr/le-maquillage-retrouve-enfin-de-l-allant.411481>

Source graphique : Iri, origine industriels, CAM à P4 2022, HM+ SM
(consulté le 07/11/2023)

Annexe 11C : Chiffres clés de l'esthétique 2020

Disponible sur : <https://www.cnaib.fr/devenir-estheticienne/ouvrir-un-institut-de-beaute/les-chiffres-de-la-profession/>

(consulté le 07/11/2023)

ANNEXE 1 : Extrait du référentiel du « Baccalauréat Professionnel Esthétique Cosmétique Parfumerie »

POLE 1 : PRESTATIONS de BEAUTE et de BIEN-ETRE

VISAGE ET CORPS

Ressources communes Pôle 1	
Environnement professionnel	Dossier technique
<ul style="list-style-type: none"> - Cabines de techniques esthétiques adaptées et postes de travail équipés - Cabine équipée pour la prestation UV - Clientèle 	Matériels/Appareils : fiches techniques, supports publicitaires Matériels de diagnostic numériques : fiche technique Produits cosmétiques : fiches techniques, supports publicitaires Protocoles de techniques esthétiques Tarifs des prestations proposées Promotions Fichier clientèle Questionnaire : enquêtes de satisfaction et résultats Matériels, produits d'entretien et d'hygiène Protocoles de démarches respectueuses de l'environnement, éco labels, RSE Textes réglementaires en vigueur Répertoire des composants cosmétiques autorisés ou à concentration réglementée Répertoire des spécifications techniques autorisées pour l'utilisation des appareils de soins et de bien-être Logiciels professionnels, applications numériques Chartes, normes ISO et NF en vigueur. Sites et documentations relatives à la santé et sécurité au travail et activités de l'esthéticien ou de l'esthéticienne.

C12 : Adapter et mettre en œuvre des protocoles de techniques de maquillage du visage et des ongles	
Compétences observables	Indicateurs d'évaluation
C.12.1 Elaborer un projet de maquillage visage	<ul style="list-style-type: none"> - Projet de maquillage adapté à la situation, à la cliente, au client - Justification des choix des techniques et des produits
C.12.2 Réaliser des maquillages visage	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation : <ul style="list-style-type: none"> o dans le respect des règles d'hygiène, de sécurité et d'ergonomie o durée optimisée - Mise en valeur du visage - Technicité maîtrisée et résultat net
C.12.3 Réaliser des démonstrations d'auto-maquillage	<ul style="list-style-type: none"> - Argumentaire et gestuelle favorisant la vente et l'utilisation de produit et d'instruments de maquillage - Conduite d'une séance d'auto-maquillage
C12.4 Adapter un protocole de maquillage des ongles	<ul style="list-style-type: none"> - Projet de maquillage adapté à la situation, à la cliente, au client - Justification des choix des techniques et des produits
C12.5 Réaliser un maquillage des ongles classique ou fantaisie	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation : <ul style="list-style-type: none"> o dans le respect des règles d'hygiène, de sécurité et d'ergonomie o durée optimisée - Mise en valeur des ongles - Technicité maîtrisée et résultat net.
C12.6 Réaliser un maquillage des ongles semi-permanent	

S1.2 Savoirs associés liés au maquillage du visage et ongles	
S1.2.1 - TECHNOLOGIE liée au maquillage visage et ongles	Limites de connaissances
S1.2.1.1 Installation du poste de travail en maquillage visage et ongles	- Prendre en compte la prévention des risques professionnels, le confort du client ou de la cliente, les règles d'hygiène et une démarche respectueuse de l'environnement pour organiser son poste de travail
S1.2.1.2 Techniques de maquillages visage <ul style="list-style-type: none"> - Jour, flash, soir, évènements (sauf maquillage artistique) - Auto-maquillage 	<ul style="list-style-type: none"> - Présenter l'histoire du maquillage - Différencier les maquillages en précisant et en justifiant les produits utilisés - Analyser les caractéristiques d'une cliente ou d'un client - Proposer un projet de maquillage adapté à la demande - Justifier les techniques d'auto-maquillage en formulant des conseils
S1.2.1.3 Techniques de maquillages des ongles <ul style="list-style-type: none"> - Classique et fantaisie - Semi-permanent 	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer un projet de maquillage des ongles adapté à la demande - Différencier les maquillages des ongles en précisant leur protocole et en justifiant les produits, instruments et appareils utilisés
S1.2.1.4 Maquillage permanent	<ul style="list-style-type: none"> - Indiquer le principe du maquillage permanent - Énoncer la réglementation en vigueur liée à ces techniques relatives : <ul style="list-style-type: none"> o à l'hygiène o aux pigments
S1.2.1.5 Produits de maquillage visage et ongles	<p>Pour chaque produit :</p> <ul style="list-style-type: none"> o Indiquer leurs propriétés o Préciser leurs caractères organoleptiques o Justifier le choix des formes galéniques et des conditionnements o Identifier les principaux composants et préciser l'origine et le rôle o Indiquer leur condition d'utilisation selon la législation en vigueur
S1.2.1.6 Instruments	- Présenter pour chacun des instruments : la fonction, les règles d'utilisation, l'entretien, les règles d'hygiène et de sécurité

ANNEXE 2 : Le maquillage : une industrie complexe

Dans son essai « Make Up le maquillage mis à nu », la journaliste Valentine Pétry ne se contente pas de retracer l'histoire du maquillage. Elle y dépeint les différentes contradictions dont les palettes de fards et autres rouges à lèvres font l'objet dans notre société. Entretien avec l'autrice.

[...] Au tout début de votre livre, vous écrivez que la relation des femmes avec le maquillage commence dès le plus jeune âge. On propose aux petites filles de fausses palettes de maquillage, de faux rouges à lèvres... Finalement, dans nos modèles d'éducation, est-ce qu'on apprend aux petites filles à aimer le maquillage et aux petits garçons à aimer les voitures ?

J'ai l'impression que cela entre dans une différenciation des genres des jouets qui est extrêmement marquée aujourd'hui et sans doute même plus que par le passé. Aujourd'hui, même les jouets Playmobil sont genrés. Ce qui est intéressant avec le maquillage, c'est qu'on le propose aux petites filles avant qu'elles ne sachent parler. Certaines marques proposent ce qui pourrait être des équivalents pour les petits garçons avec des faux rasoirs par exemple, mais il y en a très peu. Ce qu'on propose aux filles leur permet de mimer ce qu'elles voient sans doute autour d'elles. Mais on leur dit aussi qu'elles peuvent et même doivent modifier leur apparence. En effet, bien que cela soit du jeu et que rien ne se dépose sur la peau, c'est tout de même ça qui se joue. Il est également intéressant de constater que le maquillage se glisse dans des jeux qui n'ont rien à voir avec le maquillage ou l'imitation. Il peut s'agir de fausses palettes de maquillage vendues dans un magazine, de gommes en forme de rouge à lèvres dans des troussees de coloriage... Le maquillage s'immisce un peu partout ! Même avant l'expérience du maquillage à l'adolescence, on apprend aux petites filles qu'elles peuvent modifier leur apparence avec des faux journaux intimes électroniques. La petite fille peut se prendre en photo, l'uploader dans son journal et la modifier. On ne propose pas ce genre de jeux aux garçons.

Dans votre ouvrage, vous parlez de marques de maquillage comme Fenty, lancée en 2017 par la chanteuse Rihanna, qui ont eu un impact sur la question de l'inclusivité dans la proposition de maquillage. Est-ce qu'on peut dire que l'industrie du maquillage est inclusive et s'adresse au plus grand nombre ?

Cela dépend de ce qu'on entend par inclusif. Je pense en tout cas que depuis Fenty, il y a eu un grand coup de pied dans la fourmilière. Les experts que j'ai interrogés à ce sujet pour mon livre disent qu'on ne pourra pas revenir en arrière, notamment en termes de proposition de teintes de fond de teint. On ne peut pas dire qu'avant Fenty rien n'existait mais cela a au moins fait prendre conscience à certaines marques qu'il n'est plus possible d'éviter la question. J'ai l'impression qu'en ce moment il est en train de se passer la même chose avec les rouges à lèvres. Certaines marques sortent énormément de teintes de rouges à lèvres avec l'idée qu'il faut que la teinte puisse convenir à toutes les carnations de peau, ce qui n'était pas tout à fait vrai avant [...].

On voit de plus en plus d'hommes utiliser du maquillage, est-ce que cela aide à rendre l'usage du maquillage plus inclusif ?

Pour le moment, le maquillage qui est vendu aux hommes, quand les marques en parlent, est du maquillage qui ne se voit pas. C'est un peu la même chose que ce que l'on racontait il y a une dizaine d'années sur La Parisienne - un cliché des années 2010 : une femme maquillée mais de manière imperceptible - un maquillage qui embellit le teint, un anti-cernes que l'on appelle « effet bonne mine, défatigant », etc. On peut colorer un peu les sourcils, la barbe, mettre du baume à lèvres. Mais sur ce qui est du maquillage coloré, avec des paillettes, il y a très peu de marques qui en parlent. Il s'agit souvent de marques de niche. Cela ne rend pas le sujet plus inclusif. Cela reste quelque chose de très codifié et finalement ça n'a pas vraiment d'impact sur le discours autour du genre qui traverse nos sociétés actuelles. [...]

ANNEXE 3 : Impact environnemental

ANNEXE 3A : Make-up in Paris, le défi d'innovations haute-performance et éco-conçues

Au rendez-vous de cette nouvelle édition, mixant de nouveau cette année offre maquillage et skincare, environ 150 exposants ont dévoilé leurs innovations à près de 4 600 visiteurs. Produits hybrides et multifonctions continuent d'être au cœur des développements, aux côtés d'une quête sans relâche d'éco-conception pour les emballages, de naturalité et de haute performance pour les formules.



La quête d'une empreinte réduite

Côté packaging, recyclage et rechargeabilité ont dominé le profil des solutions proposées, aux côtés de tendances émergentes dans chaque catégorie. Brivaplast, a ainsi relevé le défi de créer un mascara rechargeable ! probablement l'un des produits les plus difficiles à aborder en termes de réduction de packaging, car le recharger nécessite de remplacer l'ensemble du produit, soit la combinaison formule / tige / essoreur / brosse. À MakeUp in Paris, la société italienne a présenté un tube pouvant être moulé en matériaux recyclés, muni d'une recharge interne souple amovible, le tout avec une formule créée par Ancorotti. Si l'ensemble équivaut plus ou moins en poids et en composants à celui de deux mascaras standards, il permet d'économiser 25 % d'émission de CO2 lors de la recharge. L'innovation réside également dans la sécurité apportée au mécanisme d'ouverture de la recharge qui nécessite d'être inséré dans l'étui pour pouvoir sortir la brosse, évitant ainsi l'utilisation de la recharge seule. « *Il y a une grosse demande de la part des marques pour du refill de mascara, elles attendent des solutions* », souligne Marco Roda, Business Development Manager chez Brivaplast. Bien que le recyclage effectif du mascara et de la plupart des autres produits de maquillage soit encore compromis par leur taille inférieure aux exigences des process de tri, la démarche d'innovation en faveur de produits monomatériaux recyclables anticipe les prochaines réglementations. [...] Chez Libo Cosmetics, le rouge à lèvres Venus est fabriqué 100 % en aluminium, y compris le mécanisme et la recharge, ce qui le rend théoriquement 100 % recyclable. De son côté, Aptar a également fait le pari du mono-matière avec un nouveau tube de rouge à lèvres rechargeable exclusivement en polypropylène (PP). [...]

ANNEXE 3B : Repousser les limites de la beauté : présentation du nouveau rouge à lèvres Iconic Woodacity® Paris Packaging Week 2024 (17 et 18/01/2024 Paris Expo Porte de Versailles)

L'innovation associe l'expertise de Quadpack dans le bois et la technologie d'Aptar dans le rouge à lèvres Quadpack et Aptar Beauty + Home ont développé conjointement un rouge à lèvres rechargeable qui repousse les limites de la durabilité et de l'attrait sensoriel des emballages de maquillage. Dans un esprit d'innovation collaborative, les deux sociétés ont associé leurs expertises respectives dans les mécanismes du bois et du bâton pour créer un produit qui offre une expérience de consommation exceptionnelle : le rouge à lèvres Iconic Woodacity®.



Le rouge à lèvres Iconic Woodacity® est un pack haut de gamme conçu pour un impact minimal et un engagement maximal du consommateur. Il intègre le mécanisme Iconic d'Aptar, reconnu comme la norme de qualité par les plus grandes marques de maquillage dans le monde, et offre une rotation douce, constante et précise dans le temps. Il est fiable et compatible avec la plupart des lignes de remplissage sans aucun réglage. [...] Le mécanisme est contenu dans un boîtier mono-matériau conçu et fabriqué sur mesure par Quadpack, composé à 100 % de bois de frêne certifié issu de forêts gérées durablement. Le bois confère une beauté naturelle et ajoute une dimension sensorielle au pack. Le boîtier s'ouvre et se ferme avec un nouveau geste intuitif. Le système breveté « Solo Twist » présente un intérieur de forme ovale qui garantit que le capuchon se verrouille automatiquement en un quart de tour. Le geste de torsion s'écarte des fermetures à clic standard, ce qui le rend frais et amusant. Le rouge à lèvres est facilement rechargeable [...]

ANNEXE 3C : Global Bioenergies : transformation végétale en cosmétiques rentables

Global Bioenergies est une entreprise française innovante qui transforme les résidus végétaux en ingrédients cosmétiques durables.

La société française Global Bioenergies, spécialisée dans la biotechnologie, a récemment dévoilé sa nouvelle gamme de maquillage. Cette marque met l'accent sur la durabilité en utilisant des résidus de betteraves sucrières comme matière première au lieu de recourir aux produits chimiques habituels. En collaboration avec L'Oréal, leader français de l'industrie cosmétique, Global Bioenergies s'aligne sur la demande croissante en faveur d'alternatives naturelles aux substances synthétiques dans les produits de maquillage.

Une gamme qui répond à la demande : une entreprise française a créé une méthode pour convertir les déchets, principalement issus de la betterave sucrière et du bois de sucre, en isododécane, qui constitue l'élément clé des produits cosmétiques longue durée tels que les mascaras résistants à l'eau et les rouges à lèvres liquides longues tenues. Le marché mondial du maquillage longue tenue représente désormais environ 25 % de l'ensemble du marché. Cette année, Global Bioenergies a l'intention de produire 300 000 produits sous la marque LAST. [...]

Des ingrédients naturels [...] Cette avancée est significative dans le domaine du cosmétique, car il existe une demande croissante pour des ingrédients naturels et durables. Jusqu'à présent, l'isododécane utilisé dans l'industrie cosmétique était principalement produit à partir de ressources fossiles. L'utilisation d'une matière première biosourcée permet de réduire l'empreinte environnementale de ces produits et de répondre à cette demande croissante de naturalité.

Une image renforcée : en lançant sa propre marque, Global Bioenergies se positionne comme un pionnier dans l'industrie cosmétique en démontrant l'efficacité et la durabilité de son isododécane biosourcé. En proposant des produits de beauté basés sur cette nouvelle approche, l'entreprise apporte une preuve tangible de l'impact positif sur l'environnement et répond à la demande croissante des consommateurs pour des produits plus respectueux. Cette initiative renforce la position de Global Bioenergies en tant qu'innovatrice dans le secteur, ouvrant ainsi de nouvelles perspectives pour une cosmétique plus durable et éthique, tout en contribuant à la transition vers une industrie plus écologique.

ANNEXE 3D : LAST - Rouge à Lèvres Liquide Mat Longue Tenue Pink Nude – 5 mL 99 % d'ingrédients d'origine naturelle. Maquillage Végan. Maquillage Cruelty-free.

INGREDIENTS : ISODODECANE, OLEIC/LINO LEIC/LINOLENIC POLYGLYCERIDES, GLYCERYL BEHENATE, SILICA, UNDECANE, SHOREA ROBUSTA RESIN, GLYCERYL STEARATE, TRIDECANE, OCTY LDODECANOL, C10-18 TRIGLYCERIDES, COPERNICIA CERIFERA (CARNAUBA) WAX, POLYGLYCERYL-6 POLYRICINOLEATE, PENTYLENE GLYCOL, POLYGLYCERYL-3 DIISOSTEARATE, SIMMONDSIA CHINENSIS (JOJOBA) SEED OIL, GLYCERYL CAPRYLATE, PARFUM (FRAGRANCE), TOCOPHEROL, DISTEARDIMONIUM HECTORITE, KAOLIN, HELIANTHUS ANNUUS (SUNFLOWER) SEED OIL, OPUNTIA FICUS-INDICA FRUIT EXTRACT, BENZYL BENZOATE, BENZYL CINNAMATE +/- : CI 77891 (TITANIUM DIOXIDE), CI 77742 (MANGANESE VIOLET), CI 77491 (IRON OXIDES), CI 77492 (IRON OXIDES), CI 45410 (RED 28 LAKE) * ingrédients d'origine naturelle.

ANNEXE 3E : zoom sur les packagings LAST

- Les flacons et capots de nos mascaras sont en PLASTIQUE RECYCLE (PCR*-PET et PCR*-PP).
- La brosse des mascaras est 100% BIOSOURCEE, issue d'huile de ricin.
- Les flacons des ombres à paupières et des rouges à lèvres sont en VERRE, 100% RECYCLABLE.
- Le porte-applicateur est en plastique, en attendant qu'une version plus durable soit disponible.
- Les étuis sont en CARTON CERTIFIE FSC®, ISSU DE FORETS ECO-GEREES.

ANNEXE 4 : Tendances maquillage 2023-2024

ANNEXE 4A : L'avenir du maquillage du visage - Tendances des couleurs 2023/2024

[...]

L'avenir du maquillage se dessine

Après avoir fait face à la pandémie au cours des deux ou trois dernières années, les consommateurs sont prêts à abandonner leurs anciennes routines liées à la pandémie et à se lancer dans de nouvelles tendances. Ils ont également la volonté d'expérimenter de nouveaux produits multifonctionnels, d'essayer de nouvelles marques ou même de tester de nouveaux looks de maquillage qu'ils évitaient auparavant. Cela peut signifier plusieurs choses : tout d'abord, les consommateurs sont prêts à exprimer leurs émotions avec des couleurs plus fortes et plus vives. Deuxièmement, les consommateurs veulent de la diversité et de l'inclusivité au-delà des gammes de teintes, ce qui peut signifier l'utilisation de produits développés en tenant compte de problèmes spécifiques, par exemple, des fards à paupières formulés pour rehausser les paupières sans bavure ni transfert. Il est également important que les marques renforcent la confiance et la crédibilité auprès de leurs consommateurs afin qu'ils restent leur marque préférée lorsqu'ils essaient un nouveau produit. Il y a aussi un flou entre les frontières du numérique et de la réalité, les marques créant du maquillage « à double réalité », où des produits comme les fards à paupières apparaîtront d'une manière dans la vie réelle, et d'une autre lorsqu'ils seront vus sous un flash d'appareil photo.

Tendances des couleurs de 2023 à 2024

Avec le double volet des consommateurs qui veulent se remettre de la pandémie, ainsi que l'accent mis sur le fait de vouloir avoir l'air d'avoir une belle peau, Sensient Beauty prédit que les tendances en matière de couleurs au cours des deux prochaines années seront fortes avec des couleurs vives et des tons forts, ainsi qu'une palette composée de pastels et de nudes.

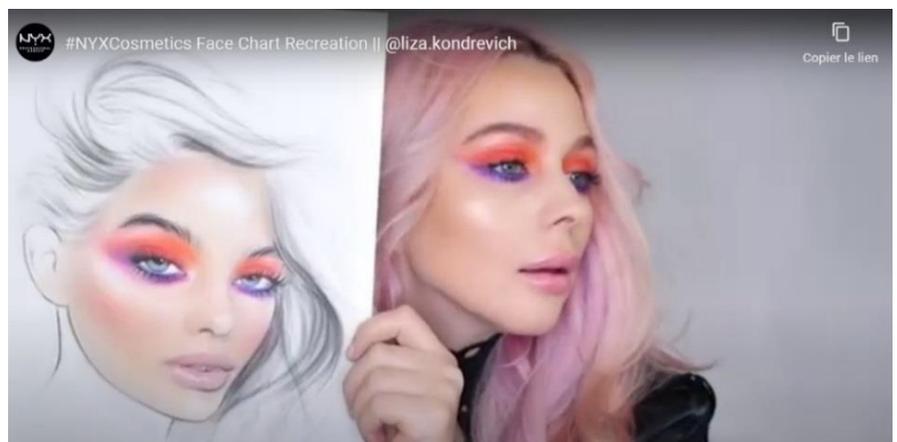
- Pastels : les pastels peuvent se présenter sous différentes formes : romantiques, bonbon ou même neutres. Les pastels donnent un air calme et espiègle avec des tons relaxants qui sont agréables pour les yeux. Un jeu sur la finition, qu'elle soit irisée, métallique ou brillante, peut donner à cette tendance une ambiance différente et un look futuriste.
- Lumineux dopaminergiques : beaucoup se sont tournés vers la chromothérapie, l'utilisation de la couleur pour améliorer nos états mentaux et physiques, que ce soit consciemment ou inconsciemment pendant la pandémie. Cette tendance se poursuit jusqu'en 2024, car les gens sont plus disposés à essayer des tons plus audacieux et vifs. Les néons et les ultra-brillants sont rafraîchis avec une brillance amplifiée, les gels, les chatoyements et les métaux brillants donnent une version d'un autre monde à cette tendance de couleur.
- « Hi-Lo Glamour » : l'introduction de modalités de travail hybrides a montré aux gens la possibilité de brouiller les lignes en ce qui concerne leur maquillage, qu'il s'agisse d'apporter du glamour au maquillage de jour ou d'introduire une fluidité de genre dans le mélange. « Hi-Lo Glamour » avec son éclat métallique et ses changements de couleur donne de la dimension au maquillage, avec de fortes influences des couleurs vert et bleu, qui sont devenues des couleurs de base en beauté pour leur polyvalence - à la fois vives, calmes, lumineuses et relaxantes.
- Terre élémentaire : les tons neutres prennent une allure plus terre-à-terre avec des teintes inspirées du désert. S'inspirant du maquillage minéral, les pigments permettent aux consommateurs de miser sur l'intensité tout en conservant les tons terreux.

- Guérir et nourrir : en poursuivant sur la note de l'utilisation de la chromothérapie, les tons chauds orange et pêche insufflent énergie et optimisme. Émanant de positivité, ces tons aident à guérir et à nourrir l'esprit et favorisent le bien-être mental.
- Rouge intemporel : mystérieuse, passionnée, séduisante, romantique, beaucoup de choses peuvent être interprétées sur la couleur rouge, mais cette teinte est intemporelle. L'arsenal de maquillage de la plupart des femmes comprend un rouge à lèvres rouge qui les aide à se sentir confiantes, puissantes et sexy. Qu'ils soient mats ou brillants, les pigments doivent être riches, saturés et vifs pour s'exprimer.

Formuler pour les tendances de couleurs du futur

Chez Sensient Beauty, il existe une grande variété de pigments pour formuler un maquillage couleur. Les pigments d'Ariabel® sont privilégiés pour leur grande variété de laques et de pigments organiques qui ont une bonne consistance d'un lot à l'autre. Les pigments respectent également des normes élevées en ce qui concerne leur pureté chimique et leur pureté bactériologique, avec des pigments de qualité non alimentaire et alimentaire. Les laques d'Ariabel® sont des laques en aluminium de haute pureté qui sont conformes dans l'UE, aux États-Unis et en Asie. Des pigments organiques Ariabel® sont également disponibles, avec une teneur limitée en métaux lourds et une garantie de pureté bactériologique. Disponible dans une variété de couleurs allant du rouge à l'orange, en passant par le bleu, le jaune et le rose, il offre une grande variété de nuances que les marques peuvent exploiter pour créer des nuances uniques adaptées aux rouges à lèvres, au maquillage du teint, au vernis à ongles, au maquillage des yeux ou à la coloration des cheveux. [...]

ANNEXE 4B : L'art pour tous, créer votre ambiance maquillage-NYX



ANNEXE 5 : Les technologies innovantes

ANNEXE 5A : Comment faire face à l'innovation en maquillage ?

LES INNOVATIONS MAKE-UP

Le maquillage professionnel, c'est avant tout des prouesses réalisées par les laboratoires de cosmétiques. De nombreuses innovations ont vu le jour ces 15 dernières années. Il est donc important pour vous de bien choisir vos produits, mais aussi pour bien les vendre à vos clientes. [...]



[...] L'INFLUENCE DES BLOGUEURS ET DES YOUTUBEURS

Vos clientes en ont plein leurs téléphones, des tutos, des photos, des vidéos... Tout y est. Elles passent certainement plusieurs heures par jour à visionner ces images et sont prêtes à essayer sur elles ! Problème : le résultat n'est pas toujours au rendez-vous voire rarement au rendez-vous. Pourquoi ? Tout simplement car aucun visage n'est le même. Lorsque vos clientes regardent un tuto sur internet, elles voient un maquillage fait sur une personne en particulier, mais pas sur elle ! En tant que professionnelle, vous avez appris des bases de la morphologie qui sont essentielles pour réellement mettre en valeur le visage de vos clientes. À travers les nouveaux outils numériques, vos clientes profitent de conseils mais qui ne sont pas toujours adaptés. À vous donc de saisir cette opportunité pour leur apporter votre aide et surtout votre expertise ! [...]

[...] MAKE-UP ET SOIN

Exploitez au maximum le fait que vous utilisez une marque professionnelle. Les marques professionnelles ne créent pas juste le maquillage, elles créent avant tout des produits pour embellir et prendre soin de la peau de vos clientes ! Les produits sont souvent classés comme « 2 en 1 » avec une partie make-up, mais surtout aussi avec une partie soin. Par exemple, valorisez des fonds de teint qui se composent de nombreux actifs pour hydrater la peau, pour lutter contre les radicaux libres, pour nourrir, pour protéger... Certes, les marques grand public s'y sont mises ; il n'en reste pas moins que le côté soin et make-up reste une particularité essentielle des marques professionnelles. [...]

[...] LE BIO ET /OU LE VEGAN

Chaque marque y va de son concept de développement durable actuellement. Pourquoi ? Tout simplement, car c'est ce que veulent vos clientes. Elles veulent avoir un comportement plus responsable face à la société et la protection de l'environnement. De plus, elles donnent une priorité à la « sécurité ». Les produits chimiques et de synthèse sont souvent source de d'inquiétude et de risques pour elles. Vous ne pouvez donc pas laisser cette tendance de côté. [...]

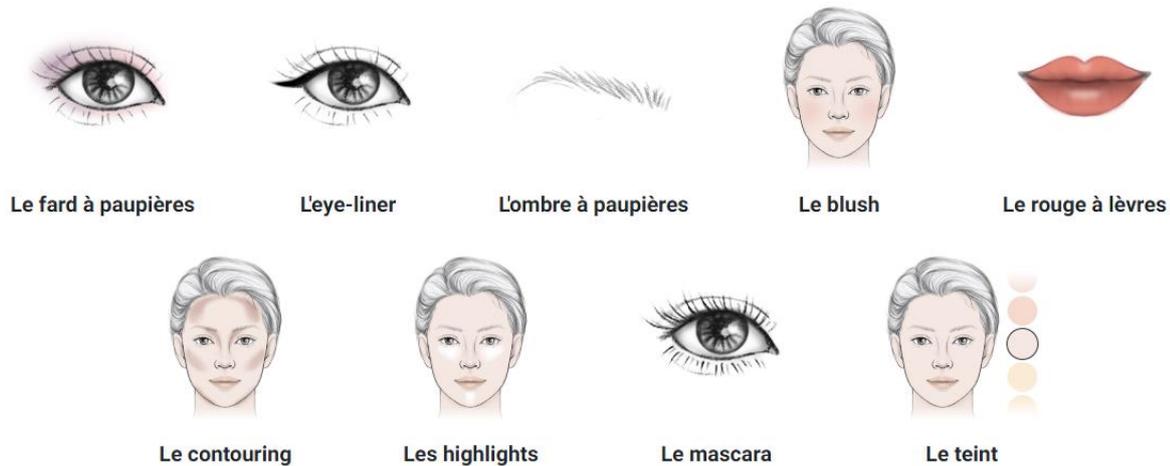
[...] LE DIGITAL AVANT TOUT

2020 a été marqué par la digitalisation du maquillage. Aujourd'hui, de nombreuses applications mobiles permettent aux clientes d'essayer les produits et trouver leurs produits idéaux. Pourquoi ne pas suivre la tendance ? Il ne s'agit pas de créer une application mobile spécifique à votre institut avec un système de diagnostic make-up, car cela serrait un gouffre financier. Mais faites des recherches et trouver une application professionnelle que vous pourriez utiliser et proposer à vos clientes. Un système qui leur plaira nécessairement. Pour vos clientes ayant du mal à trouver la carnation idéale du teint, n'hésitez pas à les renvoyer vers des marques qui proposent des solutions sur mesure. Par exemple, Lancôme avec son « Teint Particulier » diagnostiquera leur peau et lancera la fabrication d'un fond de teint adapté en hydratation et en carnation à votre cliente. L'Oréal avec son « Perso » qui permet de fabriquer chaque jour, en fonction de l'évolution de sa peau le fond de teint idéal. Votre cliente se prend en photo avec l'application mobile qui analyse sa peau. Les informations sont ensuite envoyées à l'appareil pour que celui-ci fabrique et propose une dose adaptée et sur-mesure de fond de teint pour le make-up de votre cliente. Il est certain que vous n'aurez pas ces technologies coûteuses chez vous, mais restez informée et sachez les « caser » dans une conversation pour séduire votre cliente qui recherche la personnalisation à 100 %. Elle sera impressionnée par vos connaissances et par vos conseils. [...]

ANNEXE 5B : L'intelligence artificielle (IA)

- **Maquillage complet**

La solution offre des tutos pas à pas pour toutes catégories du maquillage dont :

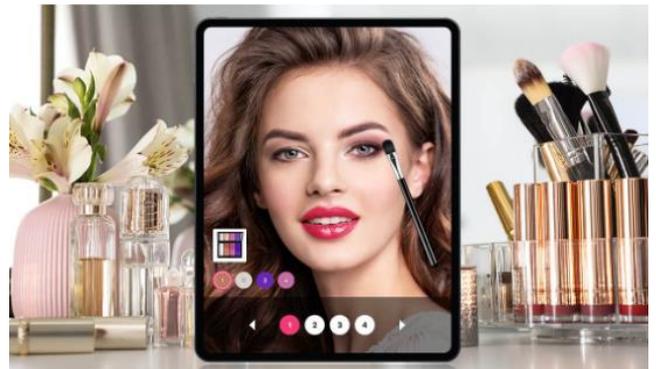


- **YouCam Tutorial**

Plateforme de tutoriel de maquillage reposant sur l'IA pour une RA (réalité argumentée) hyper réaliste et un apprentissage captivant du maquillage étape par étape

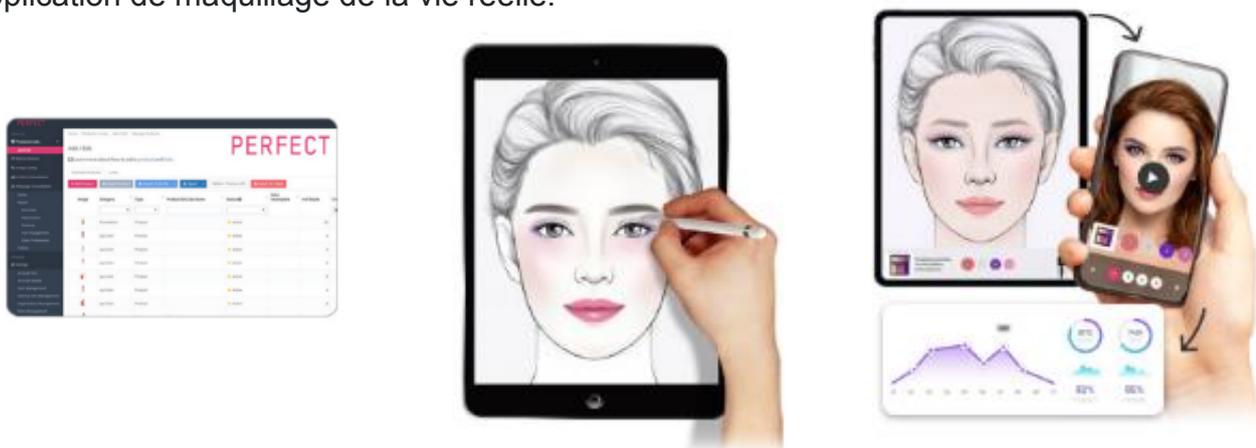
Tuto interactifs étape par étape

YouCam Tutorial permet à vos makeup artists de créer des vidéos interactives d'instructions étape par étape de maquillage en RA qui sont adaptées au visage de la cliente, lui enseignant ainsi comment appliquer correctement vos produits de maquillage pour obtenir les meilleurs résultats possibles. Donnez les moyens à vos clientes d'apprendre le maquillage à leur propre rythme grâce aux possibilités de replay illimité.



- **Processus de création de tuto simple et précis**

La création de tutos de maquillage repose sur un face chart personnalisable, un outil familier de la plupart des makeup artists. Elle intègre une reconnaissance des formes qui crée des canevas limitant l'application du maquillage à différentes parties du visage. La large variété d'applicateurs et de pinceaux de maquillage, alliée à la prise en charge de l'Apple Pencil, imite fidèlement le processus d'application de maquillage de la vie réelle.



ANNEXE 6 : Innovations et nouvelles technologies

L'Oréal dévoile deux innovations de beauty Tech récompensées par le CES® 2023 « Innovation Awards »

HAPTA est le premier applicateur de maquillage automatisé portatif au monde, conçu pour les personnes ayant une mobilité réduite du bras ou de la main.

L'Oréal Brow Magic est le premier applicateur intelligent de maquillage des sourcils permettant d'obtenir en quelques secondes des résultats sur mesure, adaptés à la forme de chaque visage. [...]

Qu'est-ce que HAPTA ?

On estime qu'environ 50 millions de personnes dans le monde vivent avec une dextérité limitée. Pour elles, certains gestes quotidiens, comme se maquiller, peuvent être difficiles. En cours de développement par les scientifiques et les ingénieurs de L'Oréal, HAPTA est un applicateur de maquillage intelligent, portable et de haute précision qui permet aux personnes dont la mobilité des mains ou des bras est limitée de pouvoir se maquiller les lèvres chez elles. HAPTA intégrera une technologie initialement créée par Verily pour permettre aux personnes à mobilité réduite d'utiliser leurs couverts de façon plus stable, leur permettant de manger de façon autonome et en toute confiance. La spécificité de HAPTA réside dans la combinaison de mouvements intelligents avec des accessoires personnalisables qui permettent une amplitude de mouvements augmentée, facilitant notamment le maniement d'emballages parfois difficiles à ouvrir et permettant une application précise du produit. HAPTA contribuera à renforcer l'indépendance et la confiance de ses utilisateurs et leur permettra de s'exprimer et de profiter pleinement du pouvoir de la beauté.

« *L'inclusivité est au cœur de notre stratégie d'innovation et de beauty tech* », souligne Barbara Lavernos, Directrice Générale Adjointe en charge de la Recherche, de l'Innovation et de la Technologie de L'Oréal. "Nous sommes engagés, passionnés et nous œuvrons pour que de nouvelles technologies et services dédiés à la beauté puissent répondre aux besoins et aux désirs de tous ». HAPTA est équipé d'une fixation magnétique qui pivote à 360 degrés et offre une flexibilité de 180 degrés, pour une utilisation ergonomique et facile. Une fonction "clic" permet de définir intuitivement la position souhaitée, de la maintenir pendant l'utilisation et de verrouiller le réglage pour une utilisation ultérieure. HAPTA est livré avec une batterie intégrée (trois heures pour une charge complète) permettant un usage continu durant une heure (soit une dizaine d'applications environ). HAPTA sera lancé en 2023 par Lancôme, marque du Groupe L'Oréal, d'abord avec un applicateur de rouge à lèvres. [...]

Qu'est-ce que L'Oréal Brow Magic ?



Pour obtenir la ligne de sourcils souhaitée, il fallait jusqu'à maintenant utiliser plusieurs produits, avoir du temps ainsi qu'une certaine expertise, ou bien avoir recours à des services professionnels coûteux comme le *microblading*. L'Oréal Brow Magic permet d'obtenir une forme de sourcils personnalisée en fonction de la courbure naturelle des sourcils de l'utilisateur et de la morphologie de son visage. [...] Grâce à la technologie de réalité augmentée de Modiface, propriété de L'Oréal, L'Oréal Brow Magic scanne le visage de l'utilisateur et fait des recommandations pour des effets de *microblading*, d'ombrage ou de remplissage des sourcils. [...]

Comment utiliser L'Oréal Brow Magic :

- Ouvrir l'application L'Oréal Brow Magic et scanner son visage avec le lecteur de sourcils Modiface.
 - Sélectionner la forme, l'épaisseur et l'effet souhaités
 - Brosser le sourcil avec la base L'Oréal Brow Magic
 - Déplacer l'imprimante sur le sourcil en un mouvement de balayage
 - Appliquer une couche de finition pour fixer le maquillage.
- Le maquillage s'enlève facilement avec un démaquillant standard.



ANNEXE 7 : La nouvelle collection en édition limitée signée Lancôme x Louvre

Inspiré par neuf chefs-d'œuvre du département des sculptures, comme par les lumières et couleurs du musée, Lancôme a imaginé une collection en édition limitée de soin et maquillage, signée Lancôme x Louvre.

La campagne qui incarne ce partenariat inédit a été tournée au musée du Louvre, avec Zendaya, Aya Nakamura, Amanda Seyfried et He Cong, ambassadrices de la collaboration. Ces quatre figures, images de la beauté de notre temps, s'approprient et incarnent avec leurs personnalités fortes les codes et les mythes de certaines icônes de la sculpture.

Ainsi, Lancôme s'est inspiré de la Vénus de Milo, de la Victoire de Samothrace, de Corine, de la Diane de Gabies, de la Nymphe au Scorpion, d'Echo, d'Hygie, de la Vénus d'Arles et enfin, de l'Hermaphrodite. Chacune de ses œuvres, par son histoire et celle du mythe qu'elle incarne, a inspiré Lisa Eldridge, directrice de la création maquillage chez Lancôme, pour créer cette collection de maquillage.

« Le choix de la Vénus de Milo, de la Nymphe au scorpion ou bien encore de la Diane de Gabies comme ambassadrices pour cette campagne permet de faire voyager les images iconiques et inspirantes de l'antiquité et de les confronter à des représentations et des canons contemporains. Les collections du musée du Louvre ont cela d'étonnant et de captivant qu'elles permettent de lire et de comprendre comment ses canons se transforment, s'interprètent, évoluent. Avec cette collaboration, le Louvre, lieu contemporain de l'art, participe de cette écriture de la beauté au présent », indique Laurence des Cars, Présidente-directrice du musée du Louvre, dans un communiqué.



« En poursuivant le dialogue entre notre marque française, riche de près de 90 ans d'histoire, et le temple de l'art le plus emblématique, nous voulons, dans la continuité, ouvrir de nouvelles perspectives en matière de beauté pour les femmes d'aujourd'hui à partir de notre patrimoine artistique et célébrer le fait que la beauté est en perpétuel mouvement », ajoute Françoise Lehmann, Directrice générale de Lancôme International.

ANNEXE 8 : Formulations

ANNEXE 8A : T'as de beaux cils !

Si le Khôl est le plus ancien de ces produits, l'histoire du mascara « moderne » commence au début du XXème siècle avec 2 sagas amusantes. D'un côté celle d'Eugène Rimmel qui développe vers 1880 pour sa fille qui doit aller au bal, un cosmétique pour les cils à partir d'un distillat de pétrole, la vaseline. Ce sera un des tout premiers produits de cette famille. Il est passé à la postérité. Le nom du cosmétique *rimmel* est devenu synonyme avec la substance-même et se traduit encore aujourd'hui par « mascara » en italien [...]. En 1913, le chimiste Tom Lyle Williams et sa sœur, Maybel, mettent au point un mascara fait également de poussière de charbon mélangée à de la vaseline. ...Williams appelle son produit *Maybelline*, combinaison du nom de sa sœur et de « vaseline ». En 1917, le même donne naissance au *cake mascara*, premier produit cosmétique moderne à usage quotidien. Une formule au noir de fumée structuré par un savon d'huile de noix de coco, et une gomme tragacanthé pour l'adhérence aux cils.



ANNEXE 8B : Mascara smoky lash- Make up for ever

Make up for ever - mascara smoky lash 7 mL

AQUA (WATER) • GLYCERYL STEARATE • CERA ALBA (BEESWAX) • CI 77499 (IRON OXIDES) • PEG-8 BEESWAX • COPERNICIA CERIFERA (CARNAUBA) WAX • PALMITIC ACID • SHELLAC • STEARIC ACID • TRIETHANOLAMINE • GLYCERYL HYDROGENATED ROSINATE • PENTYLENE GLYCOL • LECITHIN • PHENOXYETHANOL •

VP/VA COPOLYMER • XANTHAN GUM • CAPRYLYL GLYCOL • PANTHENOL • TOCOPHERYL ACETATE • ALUMINA • MAGNESIUM OXIDE • HYDROLYZED RHODOPHYCEAE EXTRACT. 15192

Pour un maximum de volume, appliquez le mascara au-dessus et en dessous des cils en répartissant la matière de gauche à droite. Pour séparer les cils un à un, appliquez le mascara en partant de la racine jusqu'à la pointe des cils [...].



ANNEXE 8C : Maquillage - Mettre à profit l'infinité de couleurs offerte par les plantes

[...] Aujourd'hui, il est en effet possible de créer des formules de maquillage responsables à haut pourcentage de naturalité, chaque composant ayant pour finalité d'amplifier l'action et de stabiliser les molécules colorantes. Les fleurs, les racines, les feuilles, les tubercules sont riches en composés colorants. De nombreuses plantes, parfois très utilisées en cosmétique, contiennent des composés colorants très intéressants en maquillage. Le carthame des teinturiers (*Carthamus tinctorius L.*), également nommé safran des teinturiers, contient des quinones de couleur rouge/marron, comme l'alizarine, la purpoxanthine, la rubiadine, la pseudopurpura, mais aussi de la carthamine à la couleur rose fuchsia et rouge carmin. Le pastel des teinturiers ou guède (*Isatis tinctoria L.*) contient de l'indican - également présent dans les feuilles de l'indigotier et précurseur du pigment bleu d'indigotine. La pomme grenade (*Punica granatum*) contient des tanins à la couleur jaune, gris brun, ocre et kaki... Ce ne sont là que quelques exemples. Stabiliser et intensifier les pigments. Pour stabiliser les colorants végétaux à la lumière, au pH et à la chaleur et intensifier les molécules colorantes, plusieurs méthodes sont utilisées, notamment le CO2 super critique, associé à l'utilisation de supports inertes comme l'argile, la silice, le carbonate de calcium ou des sucres comme le malto-dextrine. Les colorants sont incorporés dans ces supports et sont stabilisés grâce à des procédés hautement complexes et brevetés. Le dosage attentif des ingrédients dans les formulations a également un impact fondamental. Afin d'intensifier la couleur en formulation, il est possible de choisir les huiles volatiles naturelles, comme par exemple les alcanes à chaînes courtes obtenues à partir de biomasse végétale, et les associer aux filmogènes naturels. [...]

ANNEXE 9 : Chimie du maquillage - Petite histoire

Égypte antique (-3100) :

Les cosmétiques les plus anciens ont été retrouvés dans les sépultures en Égypte et remontent à la 1^{ère} dynastie (vers -3100 -2907 av. JC). Les fards de l'époque étaient des mélanges complexes à base de dérivés du plomb : la galène pour le noir, la cérusite pour le blanc, la laurionite et la phosgénite pour l'aspect brillant. Ces deux dernières sont peu abondantes à l'état naturel ; elles sont recrées par oxydation des minéraux de plomb en présence d'eaux carbonatées et chlorées. La preuve de leur synthèse montre que, dès 2000 avant JC, on utilisait déjà la chimie des solutions pour la composition des cosmétiques. Enfin l'hématite rouge, composé minéral constitué d'oxyde de fer (III) servait à colorer les joues et les lèvres. La teinte la plus populaire pour les paupières était le vert profond de Moszimit, malachite broyée de Syrie.

Antiquité grecque puis romaine :

L'acétate de plomb était fréquemment utilisé à l'époque pour paraître plus pâle, mais ses effets néfastes sur la santé commencent à être connus au II^e siècle. L'étain, que l'on peut trouver à l'état naturel sous forme de cassitérite, a sans doute été le produit de substitution idéal. L'usage des produits comme le blanc de céruse (sulfure de plomb), continue, au point que l'on attribue à la profusion des fards chargés de plomb la décadence de l'Empire romain.

Moyen-Âge et Renaissance :

Le teint pâle est associé à la pureté et à un haut statut social. Les fards à base de substances métalliques, empruntés aux arts de la peinture et de la miniature, continuent à être très toxiques : sublimé de mercure, céruse et bismuth pour les fards blancs. Cinabre, (sulfure de mercure), vermillon, ou minium pour les fards rouges. Ces produits avaient des conséquences graves allant de la paralysie musculaire à la mort.

XVII^e et XVIII^e :

Dans ses *Études de la nature*, Bernardin de Saint-Pierre écrit « Tout est coloré dans la nature, et de toutes les couleurs celle qui paraît le plus favorable à la beauté c'est le blanc ». Les cours européennes se fardent outrageusement : jusqu'à un million de pots de rouge sont vendus par an à la veille de la Révolution.

XIX^e et Époque contemporaine :

L'oxyde de zinc puis l'oxyde de titane remplacent les mixtures fatales de plomb et de cuivre. Les grandes révolutions en termes de formulation n'arriveront réellement qu'après la Première Guerre mondiale, notamment grâce à l'utilisation de dérivés issus de la chimie du pétrole puis, à partir de 1940, grâce à la synthèse de nombreux tensioactifs. Les produits modernes sont testés en laboratoires et fabriqués avec des substances neutres comme le talc, le kaolin, l'amidon de riz auxquels sont ajoutés des huiles et des colorants de synthèse. Les progrès de la recherche en cosmétologie ont permis de développer des produits de maquillage et de soins pour le visage sans risques pour la santé ni la peau. L'influence du maquillage se renforce avec l'arrivée du cinéma. Les produits cosmétiques doivent leur évolution constante aux apports successifs de la chimie des solutions, de la chimie de synthèse, de la chimie des polymères et plus récemment, de la chimie des colloïdes.

Composition des maquillages :

La plupart des couleurs sont obtenues grâce à des pigments. Les pigments sont des substances chimiques colorantes insolubles. Ils peuvent être appliqués comme tels, mais sont plus souvent mis en suspension dans un liant liquide. Le maquillage commercial est composé d'une variété de produits : eau, émulsifiants, conservateurs, épaississants, adoucissants et pigments ou agents colorants. [...]

ANNEXE 10 : Produits indispensables pour réaliser des maquillages beauté

TEINT



9 410 03 410 07 710 01 721 04 721 06 721 08 721 09 510 89 510 90 702 02 510 91 510 93 702 04 702 22



9 500 10 9 500 20 551 10 551 20 105 01 105 02 805 20

YEUX



979 201 760 01 760 02 760 03 102 03 101 00 101 02 101 05 101 06 101 17 962 01



8 200 02 991 69 991 01 991 02 850 03 826 01 825 01

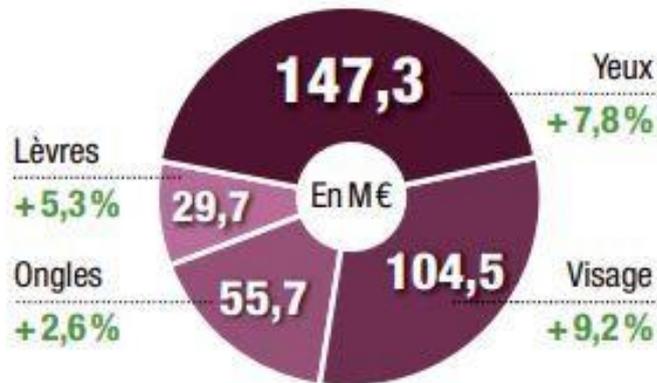
LÈVRES



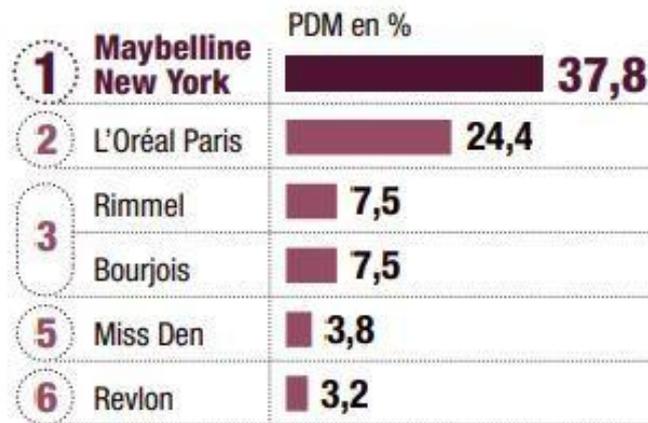
9 205 40 9 205 50 9 205 60 100 09 100 11 100 12 100 14 100 16 100 17 100 19

ANNEXE 11 : Le marché du maquillage

ANNEXE 11A : Répartition du chiffre d'affaires par catégorie, en M €, et évolution vs Année-1, en %



ANNEXE 11B : Top 6 des principaux intervenants du maquillage selon leurs parts de marché, en %



ANNEXE 11C : Chiffres clés de l'esthétique 2020

Répartition en pourcentage des différentes prestations réalisées en institut de beauté en 2019

