



Cosmétiques et sport : **un duo gagnant**

Issus de grandes marques comme de startups de plus en plus nombreuses sur ce segment, les produits pour le sport jouent un rôle croissant dans l'industrie cosmétique, répondant aux besoins spécifiques des athlètes mais aussi des personnes actives. Ils sont conçus pour prendre soin de la peau soumise à des conditions particulières pendant l'exercice, pour aider à optimiser la performance, à faciliter la récupération, mais aussi à apporter confort et bien-être.

Le sport, c'est bon pour la santé physique et mentale. Ce slogan est désormais ancré dans la population générale et anime les politiques de prévention. Le sport transmet ainsi un sentiment de bien-être général. Cette sensation est liée au fait que l'activité physique augmente le taux de sérotonine dans le sang, un neurotransmetteur du cerveau qui favorise la détente et la bonne humeur. Elle augmente aussi la sécrétion d'endorphines, des hormones euphorisantes. Le sport est un antistress de qualité. Conséquence de l'action des endorphines et du bien-être général, son niveau diminue de manière significative avec la pratique d'une activité physique. Enfin, le sommeil est également favorisé : l'activité provoque une fatigue physique et amène une détente mentale procurant un repos plus réparateur. Mettre l'activité physique au cœur des priorités constitue donc une mesure simple et accessible permettant de prendre soin de son bien-être et de sa santé.

Le sport un bon allié pour la santé du corps, du mental, et de la peau

Qu'en est-il maintenant de la peau et de la beauté ? Certaines activités sportives ont des bienfaits remarquables sur la peau, les cheveux et la silhouette : éclat du teint, silhouette tonique, posture élégante, etc.



La natation par exemple est un sport complet qui sollicite l'ensemble du corps, mais c'est également un excellent moyen d'obtenir une peau éclatante. En effet, l'eau de la piscine contient du chlore, qui agit comme un exfoliant naturel pour la peau. Il élimine les cellules mortes et favorise le renouvellement cellulaire, ce qui donne à la peau un aspect plus lisse et plus éclatant. La course à pied est aussi un excellent exercice pour tonifier les muscles, afin d'obtenir une silhouette plus ferme. De plus, la course à pied stimule la circulation sanguine, favorise l'élimination des toxines contribuant à la santé de la peau.

Le sport, source d'agressions de la peau

Si le sport peut donc être un bon allié pour la peau, il peut aussi être un élément contribuant à son agression. Les exemples de préoccupations rencontrées par les sportifs sont nombreux : rougeurs, transpiration, peau déshydratée, irritations, brillances, cheveux abîmés voire décolorés, résistance de la peau à des conditions extrêmes, accélération du processus général de vieillissement de la peau... A côté de ces tracasseries quotidiennes voire pluri-quotidiennes pour les sportifs de haut niveau, se pose aussi la question de l'envie de s'embellir, de conserver une image de beauté, avec l'usage de maquillages, pour le look mais aussi pour l'estime de soi. Alors les maquillages qui coulent avec la sueur ne sont pas les meilleurs alliés pour revigorer son ego.



“ Je souhaite rester le plus proche possible de la nature avec des produits simples, sans additif ni parfum et qui préservent la vie marine ”

Maud le Car, championne de France de surf.



Des produits spécifiques

Les cosmétiques pour le sport, ce sont des produits pouvant être utilisés dans le cadre d'une pratique de loisirs mais aussi pour des professionnels de haut niveau qui vivent les agressions de la peau de manière plus aigüe. Si les sportifs utilisent les produits disponibles pour tous les publics, ils n'en apprécient pas moins aussi ceux qui leur sont spécifiquement dédiés, que ce soit par leur formulation et les ingrédients qui les composent.

Les sportifs alignés sur les tendances 2024 des consommateurs

Selon le dernier rapport de Mintel¹, les consommateurs de produits de beauté accordent davantage d'importance à la valeur, ce qui renforce l'importance de la qualité et d'ingrédients éprouvés. Ils mettent également l'accent sur le bien-être, avec une connexion corps-esprit renforcée pour se sentir mieux physiquement et mentalement. La prochaine étape est celle de la «beauté corps et esprit», où bien-être mental et apparence physique seront interconnectés. Ainsi, des pratiques telles que la psychodermatologie (qui explore la relation entre bien-être psychologique et santé de la peau) et la neurocosmétique (centrée sur la connexion esprit-peau) gagneront du terrain dans le monde entier.

Simplicité et efficacité

A la recherche de performance et de résultats, les sportifs placent leur priorité sur l'efficacité et la fonctionnalité pour les cosmétiques, en accord avec les autres consommateurs, en quête de transparence.

«Les recherches, études cliniques ou certifications qui étayent les allégations d'efficacité gagneront en crédibilité et en confiance. Nous assistons à une nouvelle vague de minimalisme new age et de luxe codé, avec des consommateurs renonçant à accumuler des produits variés au profit d'essentiels beauté de haut de gamme soigneusement sélectionnés, avance également l'étude Mintel.



“ Le marché du sport post COVID s'inscrit dans la tendance «healthy living» et le besoin de connexion avec la nature. C'est une tendance de fond qui invite le sport dans le quotidien des consommateurs. ”

Raphael Vannier et Marc Lévy, co-fondateurs de la marque cosmétiques Seventy-one per cent.

1. Global Beauty and Personal Care Trends for 2024, octobre 2023

Ces produits doivent être efficaces pendant l'effort, mais aussi permettre de renforcer et prolonger les effets d'une activité sportive en apportant des actions bénéfiques pour la santé et pour le corps.

Les sportifs vont donc être à la recherche de produits pratiques et multifonctions, alliant technicité et sensorialité. Les innovations packaging constituent également une source inspirante pour s'adapter aux différentes pratiques de chacun : formats plus compacts, plus facilement transportables sans risque de s'écouler au fond du sac de sport.

« J'aime beaucoup les cosmétiques et je teste souvent de nouveaux produits » admet Maud le Car double championne de France de surf et parallèlement engagée pour l'environnement, avec la création d'une association, Save la Mermaid, pour la protection des océans. « Mon premier réflexe est de me protéger énormément du soleil, donc j'applique une crème solaire Indice 50 tous les matins. Les huiles essentielles sont également efficaces pour les cicatrices liées au corail lors de la pratique du surf ». Ses produits fétiches : l'aloé véra utilisé à même la plante, l'huile de coco pour le corps et pour ses cheveux qu'elle tient à garder longs « mon coup de cœur va au masque protection solaire de la gamme Lazartigue ».

Innovations cosmétiques

Pendant longtemps - à part un bon déodorant et les conseils de boire suffisamment d'eau pour une bonne hydratation, qui renforce l'effet drainant de l'activité physique tout en assurant un beau teint naturel - peu de travaux étaient menés. La R&D et les marques n'ont toutefois pas attendu les JO 2024 pour replacer les produits « spécial sport » dans leur gamme beauté. Et les startups font aussi du bruit.

Le marché est segmenté en quatre principaux axes :

- Les produits des marques traditionnelles qui développent des gammes sport, souvent associées à la performance ou au solaire. Elles sont très identifiées notamment grâce

- au partenariat noué avec de grands sportifs
- Les produits des marques de niche qui se spécialisent sur un segment de marché (les surfeurs, ou les sportifs de haute montagne). Elles parlent directement à un cœur de cible très défini.
- Les produits ciblés : qui travaillent sur 1 gamme précise, le solaire par exemple ou le capillaire, et qui misent sur l'innovation
- Les produits permettant d'améliorer la performance : qui peuvent être autant des cosmétiques (crème chauffante, gel froid) que des compléments alimentaires.



“ **Guider et accompagner les sportifs(ves) tout au long de l'année, quel que soit leur environnement de pratique et prolonger leur bien-être!** ”

Manon Barra, fondatrice WAFE care
Une marque pour chaque univers sportif et pour les quatre éléments avec lesquels le sportif est en contact. D'où le nom de la marque :
W - water, A - air, F - fire et E - earth.

« En réalisant ce constat je me suis rendue compte que la dimension bien-être était assez secondaire, indique Manon Barra, fondatrice de la startup innovante, WAFE care. Or 65% des sportifs pratiquent pour améliorer leur bien-être physique et mental. L'objectif est donc de bien gérer le paradoxe entre le sport qui libère des endorphines source de bien-être, et le sport source de douleurs et tiraillements. C'est ce que peuvent faire les cosmétiques intégrant les valeurs des neurosciences en associant formulation et sensorialité. Et dans ce domaine Manon s'y connaît. « Je connais bien ce secteur, ayant travaillé dans des grands groupes cosmétiques et étant très sportive également, mais

j'ai réalisé qu'aucune marque ne s'intéressait vraiment aux problématiques des sportifs et à leurs contraintes d'utilisation. En lançant notre marque, nous cassons les codes en nous adressant aussi bien aux femmes sportives qu'aux hommes sportifs parce que nous pensons que la cosmétique haut de gamme, tout comme le sport, doit être accessible à tous.»

La place des cosmétiques dans le monde du sport, Jeewin en est convaincu depuis longtemps. Pionnière depuis 2007, avec le concept du «sportcare», Jeewin a été une des toutes premières marque de cosmétiques écoresponsable entièrement dédiée aux sports en répondant aux besoins en termes de préparation, protection et récupération physique.



Que se passe-t-il en termes de formulations ?

«La formulation des cosmétiques 'spécial sport' est parfois tout simplement renforcée avec certains actifs, moins dosés dans les soins de skincare classiques» explique un expert en formulation cosmétique. L'avantage des produits dédiés réside dans leur spécialisation car ils peuvent répondre de manière plus spécifique aux problématiques avec des ingrédients ciblés». Par exemple une crème solaire qui tient malgré l'humidité et la transpiration, ou une brume rééquilibrante qui agit sur le pH de la peau (ce dernier se modifie avec la sueur, ce qui entraîne des démangeaisons cutanées), une crème de jour avec une fonctionnalité ultra hydratante, dotée d'ingrédients renforcés en acide hyaluronique, collagène ou aloé véra, pour compenser les pertes d'eau liées à la transpiration.

Depuis la naissance de ma fille j'utilise une crème hydratante anti tâches de Caudalie, explique Samira Mezeghrane, triple championne de France du 10 000 mètres et détentrice de plusieurs sélections en championnat du monde du semi-marathon. C'est indispensable et très efficace».



La startup Natiyé s'est spécialisée de son côté dans les produits de soin pour soulager les douleurs articulaires, musculaires et tendineuses. «Joueuse de volley-ball en élite féminine et de beach-volley-ball, j'ai choisi d'allier mes 3 passions : le sport, les matières premières végétales des Antilles que nous valorisons dans nos produits et la cosmétologie avec la création de formules innovantes», explique sa fondatrice Agnès Crochemar-Galou qui est partie d'un constat : «le sportif se retrouve bien trop souvent seul face à ses tensions et ses courbatures au quotidien. Je me suis fixée pour mission de fabriquer des produits efficaces avec une formule claire et épurée». Pour les sportifs, l'entrepreneuse a aussi pensé à un packaging efficace et anti-gaspi «avec la fonction anti-retour d'air la



conservation est optimale, la restitution du produit peut se faire à plus de 95% sans effort et le tube peut être utilisé à 360° avec la technologie Tubairless® by Pumpart System».

Les biotechnologies au service du sport



La recherche scientifique, notamment dans les biotechnologies, la biologie moléculaire, et les nanotechnologies trouve aussi des implications dans le sport.

Microfactory est la première start-up à proposer des technologies permettant la production d'excrétions cutanées telles que la sueur ou le sébum appliquées à l'évaluation de la performance des produits cosmétiques. «*Nous aidons les acteurs de la R&D cosmétique à valoriser leurs nouveaux actifs, à promouvoir leurs nouvelles formules ou à évaluer l'efficacité de leurs produits finis grâce à nos technologies*», explique Fabrice Monti, CEO. «*Smart-Pore™ évalue, in vitro, l'efficacité des actifs ou des anti-transpirants ; U-Skin™ mesure la brillance et la tenue des produits de maquillage à la sueur et le sébum et T-Skin™ met en évidence l'effet barrière des produits de soin (TEWL)*». Basée sur la technologie microfluidique, Microfactory a ainsi breveté la première peau synthétique capable de mimer le mécanisme de sudation et de production de sébum. Cette peau est ensuite utilisée pour objectiver les performances des anti-transpirants, des produits de maquillage et de soin. Ces technologies présentent



plusieurs avantages : elles ne requièrent pas de volontaires, et ont la capacité de mimer toujours la même quantité de sueur ou sébum. Les marques désireuses de proposer des formulations green saines pour l'homme et la planète, peuvent ainsi obtenir un screening rapide *in vitro* de nouvelles molécules et ingrédients.

Autre entreprise de biotechnologie française, OTR3 a inventé et breveté la technologie RGTA® ou ReGeneraTing Agents, qui protège et restaure un micro-environnement tissulaire comparable à celui du tissu sain. «*Nous développons des produits autour de la régénération des tissus et de la thérapie matricielle*», explique Florent Pascal, chief business transformation & support officer de l'entreprise.



Les travaux de ce laboratoire se sont aussi orientés vers des applications en cosmétologie. «*En intégrant notre technologie innovante, nous travaillons sur le processus de la cicatrisation des plaies et de récupération de la qualité d'origine des tissus*». Une application prometteuse pour le sport dont la pratique s'avère souvent traumatisante avec la multiplication de frottements, irritations, coupures, brûlures ou ampoules. «*Notre objectif est double : à la fois accélérer la récupération de la peau et permettre au sportif de préserver sa capacité à poursuivre sa pratique du sport par une meilleure qualité de peau, de régénération*». Pour cela l'entreprise combine les RGTA avec de l'acide hyaluronique breveté pour un effet pro-régénérant. Une gamme de produits basés sur un principe actif breveté pour application topique va voir le jour cette année.

Coaching de peau en 3 temps : avant, pendant et après l'effort

Les cosmétiques pour les sportifs sont des produits permettant de prendre soin de sa peau, de son corps et de son image même pendant l'effort, mais ce sont aussi des gammes permettant de renforcer et prolonger les effets d'une activité sportive en apportant des effets bénéfiques continus. Les produits proposés peuvent donc répondre à des besoins de chaque instant : avant, pendant, ou après l'effort (préparation, résistance, récupération). A l'habitude routine jour/nuit se substitue donc une routine avant/pendant/après le sport.

Avant le sport : nettoyage, hydratation, déodorant. Et pour un certain nombre de sportifs en extérieur, une crème solaire immédiate s'applique dès le matin et se renouvelle plusieurs fois par jour.

L'engagement des marques se porte aussi sur le respect de la biodiversité marine. Des tests de cytotoxicité sont réalisés sur les coraux afin de proposer des nouveaux filtres UV organiques non toxiques.

Pour répondre aux souhaits des sportives de se protéger tout en gardant un teint lumineux, les formulations se penchent sur des formules qui résistent à l'eau et à la sueur tout en aidant à protéger la peau des effets du photo-veillissement (rides, taches, déshydratation, relâchement cutané). C'est le résultat du Super-stick solaire teinte (Sisley) avec un complexe ultra-performant d'écrans minéraux innovants : un indice très élevé de protection SPF 50+ et une forte concentration en actifs soin protecteurs, antioxydants et nutritifs. Côté protection : Huile de Lupin Blanc Doux, Acétate de Vitamine E, concentré d'huile de germes de Blé. Côté nutrition et sensorialité : Huile de

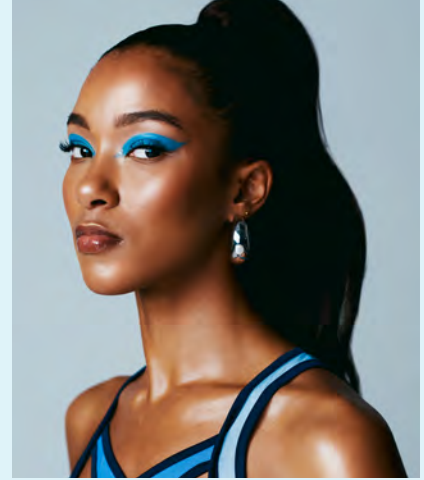
Karité, de Camélia et beurre de Mangue.

Pendant le sport : la question du make-up est encore débattue. Si des experts préviennent : entre bouger et se faire une beauté il faut choisir, arguant le risque accru de points noirs et boutons, on parle toutefois de plus en plus de l'«athlisme make-up», association des mots athlète, et de «leisure» (loisir) et make-up. La mouvance athlisme, apparue initialement dans la mode, se décline aujourd'hui dans l'industrie cosmétique et dynamise le secteur.



Il s'agit de produits conçus pour résister à l'effort physique : waterproof, fond de teint léger, matifiant et résistant. Des gammes ont vu le jour (chez MAC et Tarte par exemple). En d'autres termes, se maquiller oui, mais bien choisir ses produits : un baume à lèvres peut être joliment teinté, des BB crèmes ou des crèmes solaires teintées permettent d'unifier le teint et de donner un effet bonne mine sans étouffer les pores de la peau. Pour les cils, des formulations waterproof ont été complétées par des spray fixateurs pour renforcer la tenue du produit.

Après le sport : les deux alliés d'efficacité et de sensorialité sont la fraîcheur et l'hydratation. Les lotions micellaires qui purifient tout en préservant l'hydratation et la barrière protectrice contre les



agressions extérieures sont les stars de ce registre. Les produits de massage post-sport sont aussi développés pour détendre les muscles tout en nourrissant la peau. Enfin, et quel que soit son niveau, les gels fraîcheurs, tel celui de la gamme dédiée au sport Sothys AthleticsTM, sont des produits simples et des alliés incontournables.

La règle d'or : l'hydratation

Avec ou sans eau, les formulations cosmétiques recherchent l'hydratation. Outre l'eau naturelle, thermale, de mer ou de glacier, les eaux actives sont également adoptées dans le domaine de la cosmétologie, eau florale, hydrolats, eau micellaire, eau cellulaire... En quête de formules minimalistes, à la faveur de la prise de conscience écologique, les marques de cosmétiques lancent aussi leurs produits de beauté ne contenant pas d'eau.

Ainsi le fabricant Roelmi France a imaginé un stick à la fois hydrophile et anhydre (Ectoine) conçu pour procurer une sensation agréable sur la peau et maintenir son hydratation, tout en prenant soin du microbiote cutané. «*Il agit sur la défense des cellules cutanées contre les stress osmotiques, en équilibrant l'environnement externe des cellules. Un bon allié pour les peaux sensibles des sportifs, dont la dysbiose est facilement provoquée par les stress liés au sport (sueur ou eau de piscine)*», explique Roelmi. La formule propose un spectre complet en acide hyaluronique, qui confère une hydratation immédiate et une amélioration de l'élasticité de la peau, et des fractions de citron upcyclé (CytoFruit Water Lemon BIO), pour un effet énergisant.

“ Moi, j'aime bien faire du shopping, faire mes ongles, j'aime arriver à un match pouponnée, maquillée... J'aime bien me sentir belle, même sur un terrain, y a pas de problème à ça. ”

Grace Geyoro, footballeuse internationale, capitaine du PSG sur France Inter¹

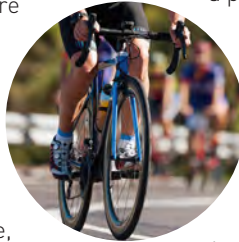
1. Invitée de Sonia Devillers le 20 mars à du 7h50, France Inter.



Des produits adaptés

La recherche en cosmétique pour le sport va chercher à optimiser la performance, à prendre soin de la peau soumise à des conditions particulières pendant l'exercice, et à faciliter la récupération. Ainsi DKSH a conçu un baume réparateur pour le sport, anhydre, sans cire et développé à froid (Athletes Protective Glide Balm) et dont la texture en gelée s'étale facilement sur la peau en laissant un fini soyeux, sans effet gras. Selon DKSH, la formule végétane crée dès son application «une véritable barrière protectrice et régénératrice» sous la forme d'une couche protectrice uniforme et flexible qui épouse les mouvements de la peau qui est ainsi plus durablement protégée contre les irritations et les frottements pendant l'effort. Composé à 98,5% d'ingrédients d'origine naturelle, le baume contient un assemblage d'huiles végétales pour hydrater la peau et renforcer la barrière cutanée.

Ces dernières années, dans le prolongement des tendances Active Beauty de la dernière décennie, de plus en plus de marques ont lancé des produits novateurs qui préparent et assistent les sportifs réguliers ou professionnels, avant et pendant une activité physique, et qui facilitent également le processus de récupération. De nombreuses innovations en la matière, comme des produits à micro-encapsulation et à activation thermique, mais aussi, dans un esprit transversal, des tenues de sport qui peuvent agir sur 3 axes, comme le font les vêtements de compression de la startup Skin-up composés de fibres céramiques : la compression pour un maintien élevé, la récupération grâce à une meilleure cir-



culatation sanguine et la thermorégulation par la maîtrise continue de la température du corps.



Mention spéciale aux textures. La sensorialité est travaillée par Summit Cosmetics Europe pour son Onguent Dynamisant (ODE)² un baume-en-huile tonifiant nourrissant et protecteur, infusé d'un mélange d'extraits de cédrat corse, de poivre de Tasmanie, de houblon, de beurre de camélia et d'huile de marula. La formule végétane, composée à plus de 98% d'ingrédients d'origine naturelle,

se présente sous la forme d'un baume et se transforme au toucher en une huile soyeuse. L'utilisation d'un gua-sha permet de masser délicatement les jambes et de réveiller la peau. Selon Summit Cosmetics, la formule apaise l'épiderme en renforçant la barrière cutanée, tout en tonifiant et stimulant la microcirculation.

Dernier paramètre auquel s'attache grand nombre de sportifs : la saisonnalité de leur pratique avec des préoccupations sensiblement différentes pour leur peau en été et en hiver. «Après le sport les produits anti-frottements sont indispensables», reconnaît Samira Mezeghrane. Il faut dire qu'avec 12 entraînements par semaine en période pré-compétition, le corps a besoin d'aide. «L'été, le besoin est surtout pour les zones de frottements sur les cuisses et les aisselles. L'hiver on doit compléter l'échauffement par des baumes qui chauffent les muscles». Et quand on n'a pas encore trouvé le bon cosmétique avec soi, «on se débrouille avec de vieilles recettes : le baume du tigre, le citron et l'aloé véra». Efficacité et naturalité! ■

2. Lauréate du prix de la formulation, organisé par la Société française de cosmétologie, SFC, à l'occasion du salon Cosmet'Agora 2024.