



Le renouveau des huiles végétales

Utilisées de tous temps comme soin du corps et des cheveux pour leurs multiples vertus, les huiles végétales ont été banalisées au cours des dernières décennies. Aujourd'hui elles reviennent en force. Pourquoi un tel engouement?

Par Michelle Vincent

Retour dans les années 80: la vague du tout silicone fait fureur pour ses qualités inédites (toucher soyeux, non gras, fini poudré, bonne glisse, lissant et démêlant...). Sans conteste, les huiles et cires de silicones ont apporté à la cosmétique une texture très sensorielle dont certaines grandes marques ont fait leur signature. L'une des plus utilisées est la diméthicone que l'on retrouve dans les soins de la peau, les formules capillaires et les rouges à lèvres. Mais après étude, elles sont devenues beaucoup moins «glamour». Le problème de leur nocivité pour l'environnement (non biodégradable) demeure. Elles sont d'ailleurs interdites en cosmétique bio. En tout état de cause, elles ne sont plus dans l'air du temps

En quête de naturalité et de sens

La société a changé. La prise de conscience de l'épuisement et de la dégradation de nos ressources naturelles est un fait. Le végétal issu de filière durable est plébiscité par une consommatrice en quête de naturalité et de sens à travers son acte d'achat. Les huiles végétales leur offrent une réponse: naturelles, pures, ancestrales et sensuelles par leurs usages. Sous différentes formes, comme solvants d'actifs, ingrédients naturels dans les formules cosmétiques ou en huile de massage et de soin, ces huiles comblent toutes nos envies et connaissent un vrai succès.

Parmi elles, l'histoire singulière de l'huile de graines de pin maritime, provenant exclusivement des forêts landaises, débute en 1996. Le Professeur Robert Wolff, chercheur à l'Institut des Corps Gras de Bordeaux et Maître de conférences à l'Université Bordeaux I, étudie l'activité biologique des huiles de conifères. Il met alors en évidence la présence d'acides gras très particuliers, les delta 5 (acides pinolenique et ciadonique). Un brevet d'application est

déposé pour cette toute nouvelle huile qui se révèle être un produit naturel d'exception. Obtenue par première pression à froid, sans solvant, cette huile vierge ne nécessite ni désodorisation, ni raffinage. De cette découverte naîtra 14 ans plus tard, la société Océopin, la seule à commercialiser cette huile, en cours de certification bio. Et pour preuve de son succès, une marque cosmétique lancera en septembre, un sérum contenant cette huile unique, aux propriétés restructurantes, anti-oxydantes et protectrices pour la peau. «D'autres projets d'utilisation comme huile de massage sont en cours pour la balnéo et thalassothérapie. Le parfum très délicat de notre huile, mélange subtil de dune, d'embruns et de pinède reflète la typicité de la région landaise» nous confie Marina Berger, directrice commerciale et développement de Océopin.

Pour Oléos, «c'est la synergie des composants des huiles végétales et d'un substrat naturel (plante, fruit, minéral...) qui donne une alliance unique, hautement concentrée, les Oléoactifs. L'efficacité optimale réside dans le choix approprié de l'huile végétale à son substrat pour un puissant effet anti-âge» nous précise Nathalie Lefebvre, responsable du développement commercial. Parmi eux, l'oléoactif™ Bio Opuntia, développé à partir de fleurs de figuier de barbarie, riche en oméga 3 et 6, et anti-radicaux libres, contribue à la fluidité des membranes cellulaires et à leur protection au stress oxydatif moléculaire. Par son action, il améliore significativement la régulation de la fonction barrière et l'hydratation des peaux matures. De même, l'OA™ Bio Grenadier, complexe de biophénols protecteurs extraits des fleurs de grenadier et d'esters gras naturels insaturés, répare les peaux matures.

Iconique Monoï de Tahiti®
Plus familier, le mythique Monoï de Tahiti®, issu de la ...

Plant oil revival

Plant oils had been used since the dawn of time as body and hair oil for their many qualities, but in recent decades they became commonplace. Today they are making a powerful comeback. What's the enthusiasm all about?

Back in the 1980s, the rage was for all things silicone due to its never-before-seen qualities (it was silky to the touch, non oily, had a powdery finish and an easy-to-slide on texture, was smoothing and untangling). There was no doubt silicone waxes and oils provided cosmetics with a very sensual texture, and some major brands made it their hallmark. One type used most was dimethicone, found in skin care, hair care and lipstick. However, after studies were made, silicones became less glamorous. Their harmful-

vents of active ingredients, natural ingredients in cosmetics formulas, or as massage and skincare oils, they satisfy all our desires and are showing real success.

Among them, the special history of maritime pine-seed oil, which comes exclusively from the pine forests in the Landes region of southwestern France, began in 1996. Professor Robert Wolff, researcher at the Institut des Corps Gras of Bordeaux and lecturer at Université Bordeaux I, was studying the biological activity of conifer oils. He high-



ANNE ROSSIGNOL-CASTERA, PRÉSIDENTE ET DIRECTRICE GÉNÉRALE - OLÉOS
PRESIDENT AND CEO - OLÉOS

ness to the environment (they are not biodegradable) remains a problem. They are also prohibited for use in organic cosmetics. In any event, they are no longer in vogue.

In search of naturalness and meaning

Society has changed. People have become aware of the fact that our natural resources are being depleted and are deteriorating. Plants from sustainable channels are popular with consumers in search of naturalness and meaning through the act of purchasing. Plant oils provide them with a solution: they are natural, pure, ancestral and sensual in their use. And they come in different forms. As sol-

lighted the presence of very special fatty acids, delta 5 (pinolenic and ciadonic acid). A patent application was made for this new oil, which turned out to be an exceptional natural product. Obtained through a "first cold pressed" method, with no solvents, this virgin oil required neither deodorizing nor refining. Fourteen years later, the company Océopin was born of this discovery and was the only one to market the oil, currently being certified organic. As proof of its success, this September a cosmetics brand will launch a serum containing this unique oil with restructuring, antioxidant and protective properties for the skin. "Other projects for using it as a ...

... massage oil are underway for balneo and thalassotherapy purposes. The very delicate fragrance of our oil, a subtle blend of dunes, spray and pine forest, reflects the typical quality of the Landes region," says Marina Berger, Océopin sales and development manager.

For Oléos, "it's the synergy of plant oil ingredients and natural substrata (plants, flowers, fruit, minerals, etc) that gives a unique, highly concentrated alliance - the oleoactives. Optimal effectiveness lies in the appropriate choice of plant oil with its substrata for a powerful anti-age effect," explains Nathalie Lefebvre, in charge of sales development. Among them is Oléoactif™ Bio Opuntia, which was developed using Barbary fig flowers, rich in omega 3s and 6s, and anti-free radicals. It contributes to the fluidity of cellular membranes and helps protect them from molecular oxidative stress. Through its action, it significantly improves regulation of the barrier function and hydration of mature skin. In the same way, the OA™ Bio Grenadier, a complex of protective biophenols extracted from pomegranate flowers and natural unsaturated fatty esters, repairs mature skin.

The Iconic Monoï de Tahiti®

More familiar to us is the legendary Monoï de Tahiti®. Born of the meeting of Tahitian tiara flower and coconut, it is this year celebrating the 20th anniversary of its "appellation d'origine" status. It is the first cosmetics product to have obtained this status, which guarantees authenticity and quality. This totally original recognition of its belonging to a specific terroir and a culture is a form of legal protection from "biopiracy." Thanks to the Monoï institute, this legendary oil was able to become known throughout the world. "Monoï de Tahiti® is the ideal product," says Jacques Sebag, founder of the Re-Source agency. "It is at once a natural active, authentic and ultra-sensual; it has a history, and it's an almost universal fragrance and it's daily skin-care. It is with people for the major stages of their development. As hair care, skin care, and care for the spirit, Monoï de Tahiti® was able to re-conquer the territory of brands in search of authenticity, and above all, it was able to become international." Today, you find it as hair care, tanning care and massage products through many brands (for example, you'll see it in Schwarzkopf's Igora, Groupe Estée Lauder's Ojon, Garnier's Ultra Doux, Dior



Bronze). In Brazil in June, O'Boticario, a leading brand on the Brazilian market, launched Frutoterapia, a line of five references containing Monoï de Tahiti® under the brand name Nativa SPA. It is estimated that within five to 10 years, Latin America could help make up to 5-10% of the export market for Monoï de Tahiti®.

Pleasure of the senses, invitation to travel

The need to recharge your batteries and the enthusiasm for massages has put plant oils in the spotlight once again. And indeed, the winds of exoticism are blowing around Brazil and the Amazon forest. Oils of Andiroba, Maracuja, Buriti, and Brazil nut (a sacred species for indigenous peoples) have become very trendy in Europe for their many properties, but also because they offer traditional communities a source of revenue and a guaranteed resource will be protected. All these oils are found in the Proveni catalog. Proveni has been a specialist of soap making and plant oils since 1950. And more daringly, Voulez-vous-Paris is marketing stimulating, aphrodisiac massage oils, edible massage oils, and possibly more...

The poetry of the words

Plant oils are valorized to a maximum in the words brands use, proof of the power of attraction. They are said to be "precious, sensorial, captivating, ultra-sensual, ambery, silky, for the wellness of body and mind." The choice of oils is a subject of great study and combinations are noble with hazelnut, grape seed, argan, jojoba, macadamia and sesame, enrich as needed with essential oils. It's a whole world of dream and escape, conducive to body and mind harmony, recreated by the poetry of the words used. The magic of the words and the rediscovery of massage rituals have put plant oils back on center stage. By M.V.

Le Monoï de Tahiti® est le produit obtenu par la macération de fleurs de Tiaré dans l'huile de coprah raffinée, extraite de noix de coco récoltées dans l'aire géographique de Polynésie française au stade de noix mûres, sur des sols d'origine corallienne. Ces noix doivent provenir du cocotier «Cocos Nucifera» et les fleurs de Tiaré de l'espèce végétale «Gardenia taitensis» (Flore de Candolle) d'origine polynésienne récoltées au stade de bouton.

Monoï de Tahiti® is the product obtained through the maceration of Tiara flowers in refined Coprah oil, an extract of coconut harvested in the geographical zone of French Polynesia when the nuts are ripe, on soil of coral origin. These nuts must come from the Cocos Nucifera coconut tree and the tiara flowers from the plant species *Gardenia taitensis* (Flore de Candolle) of Polynesian origin, harvested in the budding stage.

... rencontre entre la fleur de Tiaré de Tahiti et la noix de coco, fête cette année les 20 ans de son «Appellation d'Origine». Il est le premier produit cosmétique à l'avoir obtenu, ce qui garantit son authenticité et sa qualité. Cette reconnaissance tout à fait originale d'appartenance à un terroir et une culture est une forme de protection juridique face à la biopiraterie. Grâce à l'Institut du Monoï, cette huile mythique a su se faire connaître dans le monde entier. «Le Monoï de Tahiti® est le produit idéal» nous confie Jacques Sebag, fondateur de l'agence Re-Source, «il est à la fois un actif naturel, authentique, ultra-sensoriel, il a une histoire, c'est un parfum presque universel et un soin quotidien. Il accompagne l'individu dans les grandes étapes de son développement. Soin pour les cheveux, la peau et l'esprit, le Monoï de Tahiti® a su conquérir le territoire des marques en recherche d'authenticité et surtout s'internationaliser». Aujourd'hui, il se décline dans les capillaires, les solaires, le soin, le massage... à travers de nombreuses marques (Igora de

Schwarzkopf, Ojon du Groupe Estée Lauder, Ultra Doux de Garnier, Dior Bronze...). Au Brésil, O'Boticario, marque leader sur son marché, a lancé en juin Frutoterapia, une ligne de 5 références contenant du Monoï de Tahiti® sous la marque Nativa SPA. On estime que d'ici 5 à 10 ans l'Amérique Latine pourrait contribuer à hauteur de 5 à 8 % du marché export du Monoï de Tahiti®.

Plaisir des sens, invitation au voyage

Le besoin de se ressourcer et l'engouement pour les massages remettent à l'honneur les huiles végétales. Et c'est du côté du Brésil et de la forêt amazonienne que souffle un vent d'exotisme. Huiles d'Andiroba, de Maracuja, de Buriti, de noix du Brésil (espèce sacrée pour les indigènes), elles sont devenues tendance sous nos latitudes pour leurs multiples propriétés mais aussi parce qu'elles offrent aux communautés traditionnelles une source de revenu et une garantie de protection des ressources. Toutes ces huiles se retrouvent dans le catalogue de la société Proveni, spécialiste

de la saponification et des huiles végétales depuis 1950. Enfin, plus audacieux, Voulez-vous-Paris commercialise des huiles de massages stimulantes, aphrodisiaques... ou comestibles, et plus encore, si affinité.

Poésie du langage

Mais c'est dans le discours des marques que les huiles végétales sont les plus valorisées, preuve de leur pouvoir d'attraction. Elles se disent «précieuses, sensorielles, envoûtantes, ultra-sensuelles, ambrées, soyeuses, pour un bien-être corporel et spirituel...». Le choix des huiles est très étudié et les associations se font nobles avec la noisette, les pépins de raisin, l'argan, le jojoba, la macadamia, le sésame... enrichies au besoin d'huiles essentielles. Tout un univers de rêve et d'évasion, propice à l'harmonie du corps et de l'esprit recréé par la poésie du langage. Cette magie des mots, associée à la redécouverte des rituels de massage remettent les huiles végétales sur le devant de la scène.

MARINA BERGER COLLINET-DURTHE - DIRECTRICE COMMERCIAL & DÉVELOPPEMENT - Océopin
SALES AND DEVELOPMENT DIRECTOR - Océopin

