

La coloration 100% végétale, l'innovation phare du chantier
naturalité de L'Oréal

Textes et photos mis librement à disposition des médias pour diffusion journalistique



L'ORÉAL PREND LE VIRAGE DE LA NATURALITÉ

C'est un mouvement de fond sur lequel L'Oréal travaille déjà depuis une dizaine d'années : la naturalité. « En dix ans, nous avons pris un vrai virage. Nous n'avions en 2005-2006 que 36% d'ingrédients sourcés d'origine naturelle. Nous sommes passés à 54% en 2016 » se réjouit Éric Bône. Dès 1995, L'Oréal crée l'un des tout premiers laboratoires spécialisés dans la biodégradabilité pour mesurer l'impact des matières premières et des produits utilisés, et s'engage « très tôt » dans la recherche dans les domaines du bio et du naturel. Après les shampoings, c'est à la coloration végétale que L'Oréal a décidé de s'attaquer. « Ce lancement se situe à la croisée de plusieurs chemins : l'aboutissement des recherches commencées il y a

dix ans, la mise en place au cours des cinq dernières années de nos filières durables et la conception de deux gammes en mode *design thinking*, en étroite collaboration avec les consommateurs et les coiffeurs - un projet accéléré sur la dernière année et demie. »

Éric Bône est le « *Project Leader* » de ce projet transverse et est en charge des programmes mondiaux d'Innovation durable des produits capillaires. « Cela a été une aventure formidable de pouvoir traduire de façon concrète les principes de *Sharing Beauty With All* à travers la création de Botanéa de L'Oréal Professionnel et de Color Herbalia de Garnier » s'enthousiasme-t-il. Formidable, mais contraignant. Car allier performance et naturalité a posé de nombreux défis. Il en retient quatre. Tout d'abord, pouvoir offrir une grande palette de nuances à partir d'ingrédients 100% naturels, dont les résultats couleurs sont traditionnellement assez limités. Ensuite, obtenir un niveau reproductible de qualité professionnelle. « Un sujet sur lequel les équipes ont travaillé d'arrache-pied. » Autre grand challenge, mettre en place une nouvelle filière d'approvisionnement responsable, durable et sécurisée, à la fois au niveau de la qualité et de la quantité des ingrédients. Et enfin : casser les codes pour simplifier l'utilisation de ces nouveaux produits par les consommatrices et les coiffeurs.

Les équipes de recherche du géant mondial essayent à chaque fois de « découvrir dans la nature les réponses à leurs défis », tout en répondant aux aspirations beauté des consommateurs. C'est ce que l'on appelle le bio-mimétisme : décoder la manière dont la nature fonctionne en combinant technologies et expertises de pointe, pour tenter ensuite de la reproduire. La nature comme ingrédient... et comme source d'inspiration.

DES COLORATIONS 100% NATURELLES ET VÉGÉTALES : LA DERNIÈRE PROUESSE DE L'ORÉAL

La vague de naturalité ne date pas d'hier. Éric décrit une lame de fond qui déferle aujourd'hui grâce aux efforts de recherche conjoints des fournisseurs et de grands groupes comme L'Oréal, et aux attentes des consommateurs qui ne veulent pas de compromis. L'écoute du consommateur via le « *social listening* » sur Internet est éloquente : 42 millions d'internautes ont fait des recherches Internet sur les termes « *vegan* » et « *organic* ». « En tant que leader mondial des cosmétiques, nous devons être à la pointe de ces nouveaux besoins et proposer des produits 100% naturels et performants. »

Afin de répondre à ces nouvelles attentes, l'offre coloration végétale de L'Oréal sera bientôt proposée par deux marques distinctes : la gamme Botanéea chez L'Oréal Professionnel pour les coiffeurs en salon et la gamme Color Herbalia chez Garnier pour les femmes à la maison. « Ces colorations sont uniques et se distinguent de la concurrence car elles sont 100% végétales, avec un haut niveau de qualité et de pureté, à la différence de la plupart de celles disponibles actuellement sur le marché. »

Chaque gamme s'adresse à une clientèle spécifique. À Botanéea le marché des coiffeurs professionnels, avec une large gamme de couleurs « tout en nuance », qui font merveilles sur toutes les têtes, y compris celles de seniors aux cheveux blancs. « Elle est compatible avec la coloration classique d'oxydation et les autres services techniques offerts en salons de coiffure, comme la permanente. » Color Herbalia vise quant à elle une population souvent plus jeune, qui a « jusqu'à 30% de cheveux blancs ». « Cette gamme est plutôt conçue pour apporter couleur naturelle et reflet avec un produit prêt à l'emploi, pour celles qui ont leurs premiers cheveux blancs. C'est un produit facile à appliquer soi-même et qui apporte de la

réassurance. »

Color Herbalia et Botanéa ont vu le jour grâce à une véritable prouesse technique de la part de l'équipe de recherche. « Ils ont dû tester toutes les combinaisons possibles pour déterminer les meilleures routines et optimiser les ratios, jusqu'à la température idéale de l'eau pour le mélange. » Quels seront les prochains défis techniques ? Élargir encore le spectre de couleurs pour les gammes à la maison, et rendre possible l'éclaircissement du cheveu.

DES INNOVATIONS DURABLES ET ÉCO-CONÇUES EN MODE COLLABORATIF

Ces nouvelles gammes de coloration ne répondent pas seulement à un besoin des consommateurs. Elles s'inscrivent dans l'ADN de L'Oréal et son programme de développement durable *Sharing Beauty With All*, dont Éric est le garant pour la recherche capillaire mondiale. « Ce sont des produits fers de lance de notre engagement de développement durable, qui illustrent très bien nos nouveaux modes de conception responsables. » Pourquoi ? Parce qu'ils respectent les quatre piliers de *Sharing Beauty With All* : innovation durable, consommation durable, production durable et *sourcing* responsable et durable.

L'innovation durable est claire : avec une formule à base d'ingrédients 100% naturels, les produits sont par essence respectueux de l'environnement et conformes aux engagements de Nagoya préservant la biodiversité. Un gros travail a également été fait sur les volets consommation et production durables, avec un principe de recharge sous forme de sachets, fabriqués avec 50% de matière recyclée, qui permet d'optimiser transport et stockage. « Nous économisons près de 74% de matière par rapport à une offre classique » précise Éric. Enfin, concernant le *sourcing* responsable et durable, L'Oréal travaille en étroite collaboration avec

les communautés et ASK, une ONG locale en Inde, d'où proviennent les ingrédients. Le but ? Encourager le développement économique, assurer un meilleur accès aux services de la région, fédérer les populations autour d'un projet commun, former et partager les bonnes pratiques.

Éric insiste : « ce projet est singulier dans bien des domaines. » Il est le fruit d'un travail collaboratif cassant les silos traditionnels, qui a fédéré des groupes de travail en mode projets avec les départements marketing, les équipes en amont niveau recherche, les équipes packaging, achat et management des opérations - avec, au centre du dispositif, les consommateurs et les coiffeurs. À cela s'ajoute la coopération avec les équipes évaluation, de multiples partenaires extérieurs, les autorités, les équipes juridiques... « Un projet comme celui-ci implique une équipe multidisciplinaire entre trois pays : la France, l'Inde et le Japon... C'est passionnant ! » En tout, ce sont plus de 100 personnes qui ont œuvré à faire émerger la première coloration végétale du Groupe. « C'est magique : avec de la poudre et l'eau, on a réussi à concevoir des produits naturels, performants et respectueux de l'environnement ! »

LE NOUVEAU MADE IN L'ORÉAL

« Nous avons déjà pris le virage tous ensemble pour répondre au besoin de réassurance, de simplicité et de transparence exprimé par les consommateurs. » L'Oréal veut continuer à suivre et accompagner ce mouvement de fond de la société vers plus de naturalité « en innovant durablement, grâce à son expertise et à la qualité de ses équipes. » La Recherche L'Oréal entend bien écrire la nouvelle page de la beauté universelle du XXI^{ème} siècle. Elle se concentre sur trois pans : s'inspirer de la nature en profitant des dernières avancées scientifiques pour la décoder et innover, optimiser en faisant plus avec moins, et enfin s'assurer que les matières premières respectent les principes de traçabilité, de soutenabilité et de « chimie

La coloration 100% végétale, l'innovation phare du chantier
naturalité de L'Oréal

verte », pour des produits performants à moindre impact environnemental. « C'est désormais une réalité pour chacune de nos équipes et de nos marques grâce à des outils uniques d'écoconception tel que SPOT, un nouvel outil qui permet au Groupe de mesurer l'impact de tous ses produits. »