
SANTÉ

Des youtubeurs beauté en guerre contre les lobbies cosmétiques

Certains youtubeurs beauté proposent des analyses des composants et des alternatives bio aux produits des grandes enseignes de la cosmétique. Un contre-pouvoir porté par les réseaux sociaux et dont les marques commencent à se méfier.

Par Chadia Amriou Journaliste.

Publié le

12/04/2016 à 12h22

60 471 VISITES **12** RÉACTIONS 0

Les youtubeurs et blogueurs de beauté naturelle sont loin de l'image superficielle que le sujet semble faire croire. Ces citoyens concernés par la santé publique ont pris le pouvoir sur le Net en s'opposant fermement aux marques conventionnelles accusées d'inclure des ingrédients dangereux pour l'homme.

En effet, la répétition des scandales sanitaires, alimentaires ou pharmaceutiques créé une défiance extrêmement forte chez le consommateur connecté.

L'association [UFC Que-Choisir](#) a listé 185 produits de la vie courante contenant des irritants, des allergènes et des perturbateurs endocriniens comme le



La Vérité sur les Cosmétiques

Ce qui est vraiment bon pour la peau et les cheveux

chercher un autre INCI

imprimer

début de la recherche

Fiche produit

Votre produit:

note	INCI	origine	remarques	
☹️	Phenoxyethanol			
	Solvant, conservateur	chimique	---	
☹️☹️	Propylparaben			
	Conservateur	chimique	---	
☹️☹️	Ammonium Laureth Sulfate			
	Tensioactif	chimique	Voir : PEG, PPG	
☹️☹️	EDTA			
	Complexant, conservateur	chimique	Voir : EDTA	

www.laveritesurlescosmetiques.com

Ce qui est vraiment bon pour la peau et les cheveux

© Copyright 2012 RS-Media UG (haftungsbeschränkt)

Capture d'écran issue du site [La vérité sur les cosmétiques](http://www.laveritesurlescosmetiques.com), permettant la recherche InCI (nomenclature internationale des ingrédients cosmétiques) des composants des produits de beauté - [La vérité sur les cosmétiques](http://www.laveritesurlescosmetiques.com)

Préoccupation sanitaire

Les internautes sont les premiers à être vigilants envers les fabricants de cosmétiques. Pascale Brousse de l'agence prospective Trend Sourcing, analyse :

« Il y a une soif de transparence absolue pour les générations Y et Z, on est dans un monde où l'on veut tout voir, tout savoir, tout décortiquer. Depuis l'avènement des réseaux sociaux, tout se sait et les marques qui mentent sont pointées du doigt. »



Hier, à 18:30

Je viens de voir que L'Oréal a sorti un "low shampoo". Mouahahaha, quelle blague ! Et dire qu'il y aura des femmes qui vont vraiment croire que ce produit ne sera pas agressif pour leurs cheveux.

Ça m'horripile de voir ce genre de marque craca récupérer une philosophie "du mieux et naturel" et la détourner à grand coup de marketing pour se faire du fric.



Ca ne me surprend pas, c'est évident que les géants de la cosmétique pas clean vont tenter de se placer sur le créneau du naturel, puisque de plus en plus de femmes reviennent aux produits naturels, donc c'est autant de clientes potentielles qu'ils vont chercher à récupérer à coup de baratin marketing...

J'aime · Répondre · 1 · 3 h

Capture d'écran Facebook du groupe privé « Pour une vie plus simple » dénonçant le marketing trompeur d'un shampoing L'Oréal

Chacun a sa méthode pour se protéger des ingrédients incriminés. Certains lisent les compositions ou fabriquent leurs propres produits comme Shirley, créatrice de la chaîne YouTube [je suis modeste](#).

DIY facile | Crème corps et mains - Adultes & Enfants



D'autres cèdent au minimalisme sanitaire, c'est le cas de Lætitia, dont le mode de vie inspire de plus en plus d'internautes : « Comme on ne peut pas faire confiance aux marques, j'ai préféré retourner au basique : je me lave avec de l'eau et de la terre (rhassoul) », dit fièrement Lætitia, qui n'utilise qu'un dentifrice bio comme produit manufacturé.



Les cheveux brûlés de Shirley

Sa préoccupation, Shirley la date précisément. Elle se souvient être ressortie du coiffeur avec d'importantes brûlures sur le cuir chevelu. Depuis, elle fait attention à ce qu'elle utilise et explique autour d'elle l'importance de la composition des produits, notamment ceux destinés aux enfants. Pour ce faire, Shirley s'est initiée à YouTube. Quant à [Laetitia](#), elle s'est lancée en 2015 :

« Il m'était difficile de m'exprimer sans faire de démonstration. [...] Je teste tellement de choses qu'il me fallait un moyen de communiquer et de partager mes expériences, c'est pourquoi j'ai décidé de créer ma chaîne YouTube et un groupe Facebook qui réunit plus de 13 000 personnes. »

La jeune femme mesure le pouvoir d'Internet :

« Quand tu es tout seul dans ta démarche, tu vas beaucoup moins vite. Grâce à Internet, on découvre d'autres alternatives et on rencontre des personnes qui ont les mêmes préoccupations, c'est rassurant. »

Son auditoire croît de jour en jour ; de 3 000 abonnés en décembre 2015, c'est aujourd'hui plus de 42 000 personnes qui suivent ses conseils sur YouTube.

Le succès, [Alys](#), étudiante en cinéma, le rencontre aussi : plus de



alarmantes sur les cosmétiques ont un impact sur le nombre de ses abonnés, qui perdent de plus en plus confiance dans les produits chimiques.

 126 Slow Cosmetique, guide de vie



« Greenwashing »

Leur influence sur le Web ne passe pas inaperçue. Les marques de beauté synthétiques n'hésitent pas à les courtiser pour redorer leur image. Si certaines acceptent, d'autres ont fait le choix, comme Alys Boucher, de décliner leur proposition.

Même constat pour Shirley qui annonce sans langue de bois avoir été approchée par L'Oréal et les laboratoires Pierre Fabre. Cette volonté de s'approprier un mouvement en plein essor, Julien Kaibeck, qui publie ce mois-ci « Le Bien-être au naturel » (éd. Solar), le dénonce régulièrement dans ses vidéos :

« C'est du "greenwashing" ! Lush, Yves Rocher et autre Carrefour Nature voient bien que la demande pour le vert commence à supplanter celle pour l'innovant, mais il y a un fossé entre une cosmétique conventionnelle qui nous prône innovation et nature et la réalité qui est pétrole, plastique et produits de remplissage inerte. C'est une cosmétique polluante pour la planète et l'organisme. »



Un pouvoir politique trop faible

L'analyse des composants des produits de beauté conventionnels est parfois sans appel. Pourtant, les grandes marques accusées de mettre en danger la santé des consommateurs ne sont pas criminelles aux yeux de la loi. Elles profitent du manque de fermeté des politiques sur le sujet.

Pascale Brousse dénonce :

« C'est aussi les pouvoirs publics qui trainent des pieds avant de prendre des décisions et ça, au détriment de la santé des humains ! Avant les marques, ce sont les gouvernements qui ne font pas le boulot. »

Ces représentants de la beauté naturelle ne croient plus en un texte protégeant les consommateurs : « S'il y a une loi, il y aura toujours des dérogations qui empêcheront de l'appliquer, les lobbies sont là pour ça. » regrette Lætitia.

Et pour cause : le Parlement européen n'a toujours pas mis en place la liste destinée au public des nanomatériaux dans les cosmétiques, pourtant promise depuis 2014.

Ces nanomatériaux, pouvant traverser l'épiderme, sont accusés de modifier le bon fonctionnement métabolique. Pour n'en citer que deux, le dioxyde de titane



Michèle Rivasi, députée européenne de EELV, comprend le manque de confiance des youtubeurs face aux instances politiques :

« La Commission européenne traîne toujours des pieds pour faire la transparence en arguant du fait que c'est compliqué à mettre en place. »

L'émergence d'un contre-pouvoir

Face à l'inefficacité de la loi, les militants de la beauté naturelle réalisent le rayonnement dont ils jouissent grâce aux réseaux sociaux et prennent conscience d'être l'avant-garde d'un contre-pouvoir.

C'est le consommateur et non le législateur qui pourra changer les choses en arrêtant d'acheter les marques dangereuses pour la santé, précise Julien Kaibeck, également porte-parole de l'association [Slow Cosmétique](#). Preuve tangible pour lui, environ 500 personnes prennent contact chaque semaine pour rester informer. Laetitia affirme son ambition :

« Le but d'avoir un blog, c'est de se positionner. Si j'arrive à empêcher ne serait-ce que dix personnes à ne pas acheter chez L'Oréal, c'est gagné ! »

Même en matière de beauté, la jeunesse connectée est la génération susceptible de changer les choses. Face à cette émulation, Lætitia voit l'avenir sous de beaux auspices :

« Les gens cherchent à mieux vivre et c'est réjouissant. J'ai beaucoup d'adolescents sur ma chaîne. C'est encourageant de voir les jeunes s'intéresser à ce genre de sujet et la jeunesse, c'est le futur, même sur YouTube. »

PARTAGER CET ARTICLE



TAGS

COSMÉTIQUES . BLOGS . CONSOMMATION . SANTÉ . SOCIÉTÉ .



VIDÉO - Amours interdites : six couples témoignent

GEO



[VIDEO] Ce Chat va vous faire mourir de rire !

INSOLITO



10 sites de rencontres avec inscription gratuite qui marchent vraiment

10 MEILLEURSSITESDERENCONTRE



Transformez avec vos enfants une boîte à chaussures en garage Cars

DISNEY CRÉATIONS



Arrêter la Cigarette ? Un (1) Truc Radical pour Arrêter de Fumer !

ARRÊTER DE FUMER



Régalez vos enfants avec un casse-croûte d'houmous Cars !

DISNEY CRÉATIONS

ET AILLEURS

- Ces actrices des années 90 qui sont devenues magnifiques (ou pas) (*Vie Pratique*)
- Problèmes de dos : les causes de la L'Arthrose Lombaire (*Les Maux de Dos*)
- Les 10 sites de rencontres qui marchent vraiment ! (*Meilleurs Sites de Rencontre en France 2016*)
- Maquillage des yeux : Les secrets d'un professionnel (*Dr Pierre Ricaud*)

SUR LES SITES DU GROUPE

- J'ai travaillé pour "Loft Story" et j'assume : le côté voyeuriste ne... (*Le Plus*)
- Complotistes, agressifs... À la radio, je filtre les auditeurs qui... (*Le Plus*)
- Réchauffement climatique : Facebook et Google dans l'eau - Rue89 - L... (*Rue89.nouvelobs*)
- « Toi, je vais te baiser » : ce jeune homme a eu une réaction... (*Rue89.nouvelobs*)

ALLER PLUS LOIN



Enjoy Phoenix, exemple de ces blogs beauté qui cartonnent sur YouTube



Les commentaires sont fermés.

Vous devez être connecté pour contacter l'auteur de l'article.

[CONNEXION](#)

[INSCRIPTION](#)

COMMENTAIRES
POSTÉS

25  COMMENTAIRES PAR PAGE

Publié le 12/04/2016 à 13h07



NouillesSauteesCrevettes

Spécialité culinaire à base de crustacés

« des perturbateurs endocriniens comme le phénoxyethanol, le propylparaben ou l'ammonium laury »

Que des petits noms sympas qui mettent directement en confiance. Bon, qu'ils ne tombent pas dans l'excès inverse du « tout naturel », qui est de toute façon utopique pour la majorité des gens, et n'est pas non plus sans danger, réactions allergiques ou autre, mais je n'échangerais pour aucune de ces saletés chimiques mon masque detoxifiant aux piments oiseaux et orties, c'est



PERMALIEN

1 réponse



Publié le 12/04/2016 à 13h44



Babalaas

Un intellectuel assis va moins loin qu'un con qui marche
répond à *NouillesSauteesCrevettes*

le propylparaben, comme tous les parabens, est interdit dans l'UE depuis au moins 5 ans...

PERMALIEN

1

1 réponse



Publié le 12/04/2016 à 14h08



NouillesSauteesCrevettes

Spécialité culinaire à base de crustacés
répond à *Babalaas*

C'est bizarre alors, j'ai sous les yeux les ingrédients d'un shampoing vendu en pharmacie, d'une marque française « respectable » (du genre qui insiste bien sur le côté « pouvoir des fleurs » et les vertus tonifiantes des plantes) et il y a bien du methylparabène et du propylparabène, c'est donc interdit au niveau de l'UE mais pas en France. C'est fascinant la bureaucratie...

PERMALIEN

0

1 réponse



Publié le 12/04/2016 à 14h17



répond à *NouillesSauteesCreuvettes*

Denoncez le fabriquant et le vendeur a la repression des fraudes. [lien](#)

PERMALIEN

2

1 réponse



Publié le 12/04/2016 à 21h34



NouillesSauteesCreuvettes

Spécialité culinaire à base de crustacés

répond à *Babalaas*

Apparemment il est encore légal d'ajouter certains parabens dans les cosmétiques si ils n'excèdent pas 0,14% du produit.

PERMALIEN

0

1 réponse

