

# LA BOMBE YUKA



Alors que les consommateurs sont de plus en plus nombreux à utiliser les applis, le système de notation de Yuka fait débat. Marques et enseignes réagissent. Enquête *exclusive* de huit pages.

# La vague australienne

Le pays des kangourous réunit l'essentiel des tendances qui plaisent aux millennials et à la gen zen. Soleil presque toute l'année, icônes healthy et proche de la nature : le lifestyle hautement instagrammable australien s'exporte désormais partout dans le monde.



**LE NOUVEAU COOL** Le look bohème des Californiennes emprunte beaucoup au style sans prétention des Australiennes. Souvent les tendances naissent là-bas avant de s'exporter au pays de l'Oncle Sam. C'est d'ailleurs de l'esprit d'un surfeur australien que sont nées les UGG, ces bottes en mouton retourné aujourd'hui aux pieds de toutes les Américaines ou presque. Dernièrement, ce sont les robes longues blanches d'inspiration vintage vues dans la série australienne Picnic at Hanging Rock, qui ont le vent en poupe. Quant aux starlettes, elles sont de plus en plus nombreuses à opter pour des *aussie indie brands*, moins connues mais très pointues comme Zimmermann ou Réalisation. Des griffes qui, comme beaucoup de marques australiennes, maîtrisent parfaitement les réseaux sociaux.

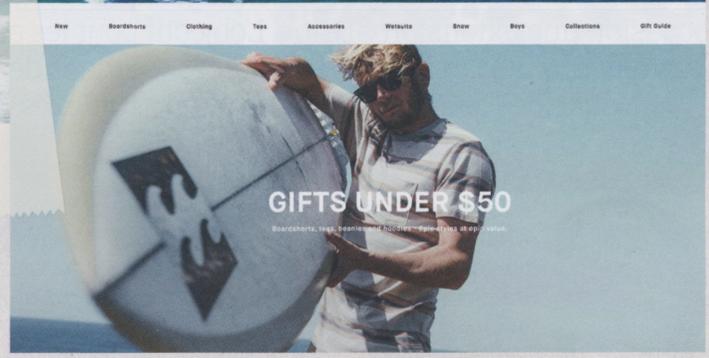
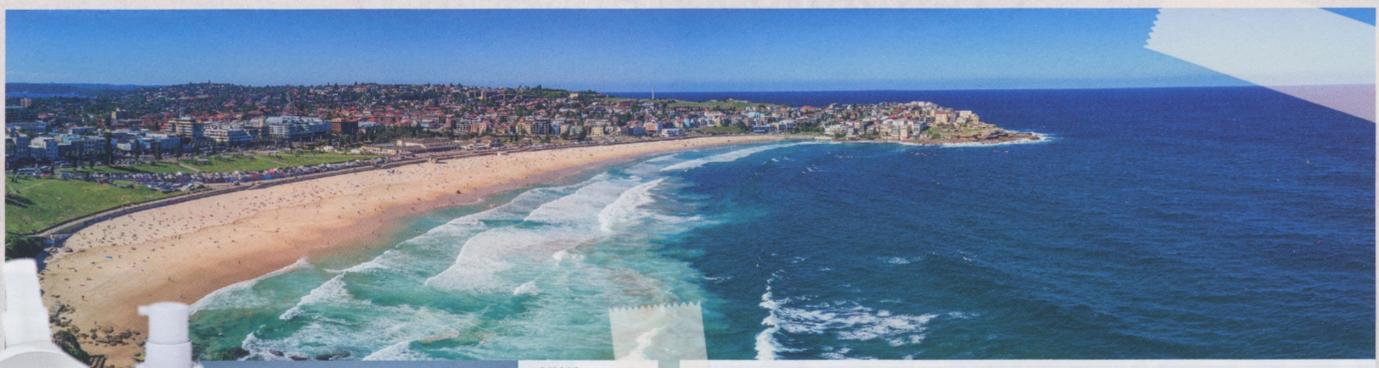


© Adobe Stock

**FOREVER GREEN** Les Australiens revendiquent un style de vie écofriendly et les marques « portent souvent la naturalité et le respect de la nature qui nous entoure dans leur ADN, un positionnement qui est pile dans l'air du temps », souligne Leïla Rochet, fondatrice de l'agence Cosmetics Inspiration & Creation. Les formules font la part belle aux ingrédients du terroir : miel de manuka, noix de macadamia... Fabriqués en Australie à partir de matières comme l'argile rose australienne, les produits Sand & Sky disent plonger la consommatrice « dans une expérience immersive australienne », déclare Stéphanie Michel, l'une des fondatrices, qui ajoute que « le rapport à la nature ici est omniprésent ».



© Adobe Stock

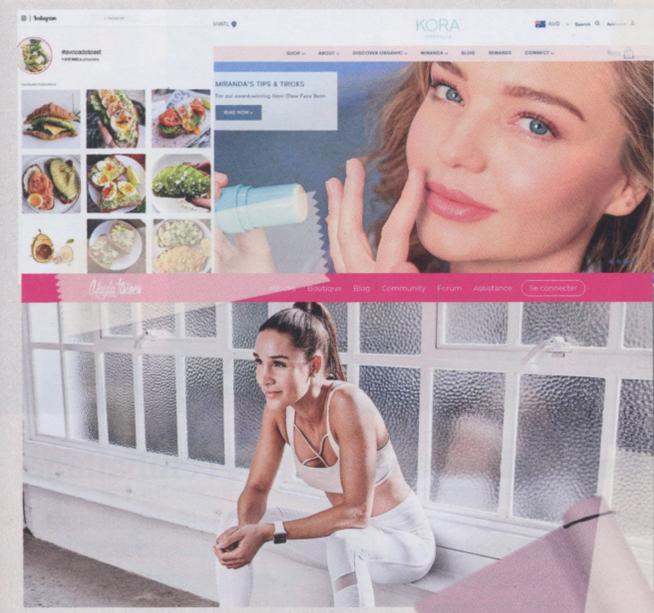


"Guess what? You'll be naked in one minute."

ORIGINAL COFFEE SCUBS  
Exfoliator for smooth, glowing skin.  
1700g - 7.08 oz

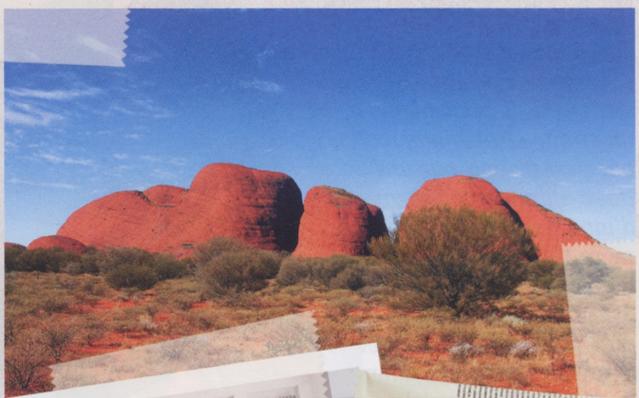
frank body

**LIFE IS A BEACH** Avec un pays doté de 50 000 km de côte, la plage fait partie intégrante de la vie des Australiens, que ce soit pour le farniente ou les sports nautiques, notamment sur la célèbre Bondi Beach. De nombreuses marques de surf ou de maillots de bain y ont vu le jour. Si les acteurs de la beauté sont plus connus pour le soin du visage, « ils ont également une belle légitimité sur le corps notamment le bodycare, le tanning... et les solaires, surtout avec les formules minérales », précise Leïla Rochet. « La protection contre les UV est aussi un sujet très important ici », ajoute Stéphanie Michel. Le trou dans la couche d'ozone se trouve à proximité, et l'Australie compte aussi une importante population avec un phototype clair, sujette au cancer de la peau.



**LE BIEN-ÊTRE COMME MODE DE VIE**  
Française installée en Australie, Stéphanie Michel assure que « l'art de vivre à l'australienne est incomparable et le style de vie est très sain ». Healthy et wellness sont les driver du comportement des Australiens, avec des gourous mondialement connus comme la coach Kayla Itsines, qui propose des programmes de remise en forme sur mobile, ou l'ex-top model Miranda Kerr qui a lancé sa marque, Kora Organics. C'est aussi l'Australie qui a popularisé le petit-déjeuner sain : avocado toast, café flat-white...

© Adobe Stock



**UNE AUTHENTICITÉ BRUTE** L'Australie est aussi une terre de grands espaces, avec un désert qui s'étend sur 1,3 million de km<sup>2</sup> et une nature préservée.

L'environnement inspire les marques pour des concepts minimalistes et authentiques, à l'image d'Aesop. Dans le giron du groupe Natura, cette signature née dans les années 1980 à Melbourne, mise sur une forme d'austérité dans ses packagings et ses boutiques. Une inspiration que l'on retrouve aussi chez la griffe de style apothicaire et « non toxic » Grown Alchemist, où tout est fait pour mettre en valeur le produit et ses ingrédients.

SYLVIE VAZ