



## La lumière bleue : nouvelle cible de l'industrie cosmétique

*Paris, 18 septembre 2018, Traitement efficace contre l'acné ou le vieillissement prématuré de la peau, la lumière bleue fait débat et est désormais le nouveau cheval de bataille de l'industrie cosmétique. Entre bienfait et effet néfaste sur notre peau, Alcimed, société de conseil en innovation, fait le point sur l'utilisation de la lumière bleue dans les soins cosmétiques.*

### Une exposition qui s'accroît

La lumière bleue, désignée également sous le nom de HEV (Haute Energie Visible) est une couleur dans le spectre de la lumière visible pouvant être perçue par l'œil humain et dont la longueur d'onde est comprise entre 380 et 500nm. Bien que la lumière du soleil en soit sa principale source, les nouvelles sources artificielles envahissent notre quotidien : ampoules LED, éclairages fluorescents, télévisions à écran plat, ordinateurs, tablettes et smartphones. Cette exposition est d'autant plus marquée, que nous passons désormais - en moyenne - six heures par jour face à nos écrans.

### Du dispositif médical à l'appareil beauté à domicile

Les dispositifs médicaux à base de lumière bleue sont couramment employés en cabinet médical et en dermatologie afin de traiter la jaunisse des nouveau-nés mais aussi - en éliminant les bactéries responsables - l'acné, certaines maladies dentaires et de la gencive ou encore la gastrite. De plus, la lumière bleue est également reconnue pour réguler le cycle circadien et lutter ainsi contre les troubles du sommeil, la fatigue, la dépression, la démence ou encore la somnolence.

Alors que la lumière bleue fut longtemps l'apanage des cabinets médicaux, la luminothérapie s'est démocratisée auprès du consommateur lambda grâce au développement de produits à utiliser à domicile, les fameux «*home-devices*». Le masque de luminothérapie anti-acné de Neutrogena lancé en 2016 ou encore l'Espada, l'appareil pour lutter contre les imperfections de la peau causées par l'acné de la marque suédoise d'électro-beauté Foreo lancé en 2017 en sont des exemples.

### Le côté « obscur » de la lumière bleue

La phototoxicité de la lumière bleue émise par nos écrans sur la rétine est déjà bien connue mais ses impacts biologiques directs sur la peau ne sont pas encore bien compris et font l'objet de nombreux travaux de recherche. Parmi les travaux de référence, la collaboration entre les sociétés Gattefossé et Cytoo a permis de dévoiler des premiers résultats lors de la conférence IFSCC 2017 à Séoul mettant en évidence un impact direct sur le réseau mitochondrial des fibroblastes cutanés. Une fragmentation de ce réseau et une production plus faible de l'ATP des mitochondries - responsables de produire l'énergie nécessaire pour assurer les fonctions biologiques cellulaires - ont été soulignées. Selon d'autres études, il a été observé que la lumière bleue produit un stress oxydatif dans la peau, favorise l'apparition des taches pigmentaires et accélère le processus de vieillissement en induisant une lésion moléculaire des protéines cutanées.

### Un véritable essor des produits de soin anti-lumière bleue

Conscientes des enjeux liés à la lumière bleue, les marques cosmétiques proposent de plus en plus de produits de beauté à des fins préventives. Le développement de ces produits cosmétiques nouvelle génération a été initié en 2016 avec la mise sur le marché d'une brume anti-lumière bleue par la société Garancia puis a connu un véritable essor lors du lancement par Uriage d'une gamme complète dédiée « Age Protect ». Parallèlement, d'autres produits sont apparus sur le marché telles que la gamme de produits Patyka et l'huile pour le visage d'Anne Marie Börlind.

Les PME de la cosmétique ne sont pas les seules sociétés à se positionner sur ce segment. Des marques créées par des docteurs comme Murad et Dr. Sebagh misent également sur des produits de soin anti-lumière bleue. Enfin, bien qu'encore timides, de grands groupes commencent à s'engouffrer dans la brèche, à l'instar de Lancôme et de son beauty shield UV Expert XL Shield CC Cover.

Côté ingrédients actifs, les fournisseurs ne sont pas en reste. Ainsi, Lipo Chemicals a développé l'ingrédient Liposhield HEV Melanin actuellement en cours d'obtention de brevet, Greentech commercialise Soliberine. On peut également citer Clariant (B-Circadin), Exsymol (Redivine) et Expanscience (Alpha-lupaline).

*« Buzz marketing ou revendication durable? Pour le moment, l'offre de produits anti-lumière bleue s'étoffe de jour en jour et tant que les nouveaux modes de vie des consommateurs continueront à les exposer toujours plus à la lumière bleue, ceux-ci exigeront des solutions de plus en plus efficaces »* conclut Vincent Pessey, responsable de mission chez Alcimed.

**A PROPOS D'ALCIMED** - [www.alcimed.com](http://www.alcimed.com)

Créée en 1993, ALCIMED est une société de conseil en innovation et développement de nouveaux marchés, spécialisée dans les sciences de la vie (santé, biotech, agroalimentaire), la chimie, les matériaux et l'énergie ainsi que dans l'aéronautique, le spatial, la défense et les Politiques Publiques. Elle intervient auprès des grands groupes industriels, d'ETI et de PME, de fonds d'investissement et d'acteurs institutionnels. Grâce à ses 200 collaborateurs de haut niveau, ALCIMED accompagne ses clients dans l'exploration et le développement de leurs terres inconnues : nouvelles technologies, nouvelles offres, nouvelles géographies, futurs possibles, nouvelles manières d'innover. La société dont le siège est à Paris, est présente à Lyon et à Toulouse, ainsi qu'en Allemagne, en Belgique, en Suisse, aux Etats-Unis et à Singapour. Alcimed est membre de CroissancePlus et de l'ACI (Association des Conseils en Innovation).

**Contacts presse :**

Marie-Caroline Saro | [mcsaro@comcorp.fr](mailto:mcsaro@comcorp.fr) | +33 1 58 18 32 58 | +33 6 88 84 81 74  
Muriel Martin | [mmartin@comcorp.fr](mailto:mmartin@comcorp.fr) | +33 1 58 18 32 54 | +33 6 70 45 66 46