

LA PALETTE

La beauté du zeste.

Longtemps associée aux années 1970 et à la vague hippie, la couleur orange habille aujourd'hui de nombreux produits. Sous l'Occupation, Hermès la choisit pour ses boîtes. Un choix par défaut : le conflit le privant des colorants de son habituel vert bouteille, le sellier est contraint d'utiliser le seul pigment disponible : l'orange. Evocateur d'agrumes et d'énergie dans une période chaotique, la couleur remporte alors un franc succès. Si des sociétés comme Orange ou Easy Jet l'ont choisie pour leur logo, le domaine du maquillage a, de son côté, mis du temps à la réhabiliter. Cantonnée aux crèmes solaires, elle fait, depuis une décennie, son retour parmi les vernis à ongles. Aujourd'hui, Clinique, GlamGlow, Kiehl's ou Sephora l'utilisent pour leur packaging. « *L'orange n'a pas de valeur symbolique, explique Mai Hua, créatrice de couleurs pour l'industrie cosmétique. C'est un territoire neutre qui peut faire le grand écart entre le low cost d'Easy Jet et l'hyperluxe d'Hermès. Où qu'on soit, elle évoque l'énergie et la vitamine.* » L. B.-C.

De gauche à droite et de haut en bas,
Turmeric and Cranberry Seed Energizing Radiant Mask, Kiehl's, 34 € les 75 ml (à partir du 16 mars). www.kiehls.fr
Masque Gants Mains Argan, Sephora, 3,95 €. www.sephora.fr
Cream Color Base Rich Coral, M.A.C, 21 €. www.maccosmetics.fr
Flashmud, GlamGlow, 49,90 € les 50 ml chez Sephora. www.sephora.fr
Soin Yeux Défatigant Pep-Start, Clinique, 25 € les 15 ml. www.clinique.com

