

► Epigeneva : nouveau challenger de la cosmétique suisse

Lancée par Alexandre Rio fin 2018 en Suisse, Epigeneva a très vite créée le buzz, accaparant l'intérêt de la presse féminine. Derrière la marque, un concept qui allie beauté holistique et science, à l'image de son créateur, docteur en génétique moléculaire et passionné par les ressources de la nature sauvage. « Après plusieurs années passées au sein de l'industrie cosmétique, j'ai voulu lancer une marque dont les actifs s'inspirent du régime alimentaire des animaux, notamment celui du colibri, et capables d'influer sur l'épigénome », explique Alexandre Rio. De ses recherches, sont nés le Complexe Multifonction Energie™, une association de jeunes pousses de tournesol, de fleur d'hibiscus et de sève de bouleau et Nactive™ issu de fleurs de calendula, activateur de la synthèse de procollagène I via les micro-ARN. Deux actifs « fil rouge » de la première gamme Énergie, hydratante et anti-stress urbain destinée aux femmes actives entre 30 et 50 ans. Le biochimiste n'en a pas, pour autant, oublié la sensorialité de ces formules : « les textures des cinq références* ont été travaillées minutieusement et évaluées afin qu'elles puissent répondre à chaque instant de la journée ou de la semaine aux besoins émotionnels des consommatrices, grâce à une gestuelle précise à l'instar d'un rituel

beauté et spirituel », ajoute Alexandre Rio. Côté packaging, les choix se sont voulus responsables : les pots en verre sont sérigraphiés, les bouchons en bois brut non traité issus de forêts durables, les cales intérieures en papier recyclé, le plastique réduit à son strict minimum et la cellophane supprimée. Avec ses nouveaux codes empruntés au design américain et sa philosophie inspirée des concepts de beauté asiatique, Epigeneva vient bousculer les codes d'une cosmétique suisse conservatrice, jusqu'alors orientée vers la richesse botanique des alpages de la région. Lancée dans un réseau de pharmacies à Zurich et Genève, la marque fera son entrée en France courant 2019 puis en Asie (Hong Kong, Shanghai, Tokyo, etc.).

EPIGENEVA: NEW CHALLENGER IN THE SWISS COSMETICS MARKET


Launched by Alexandre Rio in Switzerland in late 2018, Epigeneva was very quick to create a buzz and monopolise the interest of the women's press. The concept behind the brand combines holistic beauty with science in a reflection of its founder – a doctor of molecular genetics with a passion for unspoiled natural resources. "Having spent several years in the



cosmetics industry, I wanted to create a brand that used active ingredients inspired by animals' diets, and the diet of the hummingbird in particular, and that had the ability to affect the epigenome," Alexandre Rio explains. His research resulted in the development of the Complexe Multifonction Energie™ – a combination of young sunflower shoots, hibiscus flower and birch sap – and Nactive™, produced from calendula flowers and boasting the ability to trigger procollagen I synthesis via micro-RNAs, which would become two of the core active ingredients in the first Énergie range, designed to hydrate and fight urban stress and aimed at busy women of 30-50 years of age. The biochemist was nevertheless very much aware of the importance of the sensory properties of these formulas: "the textures of the five products in the range* have been meticulously developed and tested to ensure that they meet consumers' emotional needs at any time of the day or indeed the week thanks to a specific style of application

very much like a spiritual beauty ritual," Rio adds. When it came to packaging, the emphasis was very much on sustainable choices, including screen-printed glass jars, untreated raw wood stoppers sourced from sustainable forests and recycled paper inner holders that helped to reduce plastic to the bare minimum and eliminate any cellophane. With its new conventions borrowed from American design and its philosophy inspired by Asian beauty concepts, Epigeneva is really rewriting the rules of conservative Swiss cosmetics, which had previously focused very much on the botanical richness of the region's alpine pastures. Having been launched across a network of pharmacies in Zürich and Geneva, the brand is expected to enter the French market in 2019, followed by the Asian market (Hong Kong, Shanghai, Tokyo, etc.).

* Voltige ressourçante®, Plume vitaminante®, Piqué tonifiant®, Gazouillis réconfortant® et/and Envolée rajeunissante®



SEPPIC

Ingredients that inspire

BEAUTY IMPULSE

Rock your formulation with
technical & conceptual solutions

seppic.com

Follow us on Twitter & LinkedIn