

L'information scientifique de référence maintenant sur tablette et smartphone !



Téléchargez gratuitement
l'application sur App Store et Google Play.
Le 1^{er} numéro de *Pour la Science* est offert !



Disponible sur
App Store

DISPONIBLE SUR
Google play



Flashez ce QR code
avec votre mobile
ou votre tablette
pour télécharger
immédiatement
l'application.

Avec l'application « Pour la Science », retrouvez dès leur sortie le mensuel *Pour la Science* à 5,49 € et son hors-série trimestriel *Dossier Pour la Science* à 5,99 € en version numérique optimisée pour tablette : lecture intuitive, sommaire interactif, contenus enrichis, feuilletage hors connexion, etc.



Découvrez aussi l'application « Cerveau & Psycho » pour retrouver le magazine *Cerveau & Psycho* et son hors-série *L'Essentiel Cerveau & Psycho*

HISTOIRE DES SCIENCES

Les dessous de la gamme cosmétique *Tho-Radia*

Fin 1932, profitant du succès médiatique du radium découvert par les époux Curie, deux professionnels de santé opportunistes créent une gamme de produits de beauté à base de radium et de thorium, et... font fortune !

Thierry LEFEBVRE et Cécile RAYNAL

A l'heure où des lanceurs d'alerte dénoncent la présence de perturbateurs endocriniens dans de nombreux produits d'hygiène et de beauté, il nous a semblé intéressant de revisiter un cas historique saisissant et presque invraisemblable : l'adjonction de produits radioactifs dans un certain nombre de spécialités cosmétiques de l'entre-deux-guerres. Nous nous intéresserons ici au cas fascinant de la gamme *Tho-Radia*, en nous attachant à mettre en évidence les failles qui lui ont permis de prospérer.

Tho-Radia est née vers la fin 1932 dans un contexte très favorable. À l'époque et comme aujourd'hui, il n'existait pas d'autorisation préalable de mise sur le marché pour les produits de beauté, ce qui laissait le champ libre aux initiatives les plus déconcertantes. Découvert en 1898 par Pierre et Marie Curie, le radium s'était imposé dès les années 1910 dans les rayonnages des parfumeries : de la crème *Activa* à la crème *Rador*, en passant par des marques telles que *Ramey* et *Radium Elys*, les spécialités cosmétiques dites radifères s'étaient multipliées, sans susciter la moindre réaction des autorités.

On prêtait alors au radium des vertus quasi miraculeuses, certains le comparant même à la pierre philosophale. Vers 1925, le Laboratoire de radiumthérapie affirmait ainsi, dans une brochure intitulée *La Santé*

par le radium : « Il a été trouvé peu à peu des remèdes radifères [c'est-à-dire qui contiennent du radium] contre presque toutes les maladies chroniques qui désolent l'humanité [...]. Cette découverte permet à la radioactivité et à toutes ses qualités merveilleuses de quitter le cabinet du médecin spécialiste pour se mettre à la disposition de tout le monde. » À côté de ces pratiques abusives, des services spécialisés en cancérologie utilisaient des sources radioactives pour traiter notamment des tumeurs cutanées ou de l'utérus – une technique nommée curiethérapie et encore utilisée efficacement de nos jours.

La cosmétologie était tout particulièrement concernée par les promesses excessives de l'entre-deux-guerres. Aux États-Unis, une publicité pour la crème *Rador* vantait ainsi les qualités du radium : « Un secret de beauté révolutionnaire fut révélé quand les scientifiques découvrirent le radium. Régénérateur et vitalisant, il a démontré son inestimable valeur pour la peau et pour le teint. » Bien entendu, on ne l'utilisait qu'à des doses infimes, de l'ordre de la fraction de microgramme. Le principe de cette « microcuriethérapie » – ou « microcuriethérapie » – avait été posé par le pharmacien Alexandre Jaboin au tout début des années 1910 : les petites doses de radium étaient censées « stimuler les fonctions élémentaires des cellules vivantes » et « ranimer l'énergie vitale ». Ces hypothèses quelque

peu hasardeuses inspirèrent le pharmacien Alexis Moussalli, quand lui vint, vers 1932, l'idée de créer *Tho-Radia*.

La formule du Dr Alfred Curie

Né au Caire le 29 avril 1894, Moussalli, fils de pharmacien d'officine, était arrivé en France en novembre 1915 pour y achever ses études de pharmacie. Il s'était empressé d'offrir ses services bénévoles à l'Institut Pasteur, où il avait ainsi étudié, sous la direction d'Albert Frouin, les propriétés biologiques des sulfates de lanthane, de thorium, d'erbium et d'yttrium. Recruté fin 1920 par les laboratoires Millot, le jeune homme était alors passé sans état d'âme de la recherche fondamentale aux applications commerciales : dès 1922, il avait imaginé des ovules gynécologiques « à base de terres rares », auxquels il avait donné le nom de *Néothorium* (voir la figure 2). Selon la notice éditée à l'époque, cette spécialité était dotée de « propriétés décongestionnantes, antiseptiques et analgésiques ».

Quelques années plus tard, devenu directeur des laboratoires Millot, Moussalli fait la connaissance d'un médecin marginal dénommé Alfred Curie. Les deux hommes unissent leurs intérêts : l'homonymie du praticien désargenté avec le couple mythique de physiciens est une aubaine à ne pas rater ! Le pharmacien conçoit un mélange

— pour le moins original — de chlorure de thorium (0,50 gramme) et de bromure de radium (0,25 microgramme), le tout dans 100 grammes d'excipients (baume du Pérou, oxyde de titane et stéarine saponifiée neutralisée). Le 29 novembre 1932, le médecin se contente de déposer le nom de la marque *Tho-Radia* au greffe du tribunal

de commerce de la Seine. Ainsi se trouve d'emblée confortée, à moindres frais, la future assertion publicitaire selon laquelle la crème a été composée « selon la formule du Docteur Alfred Curie ».

L'alliance entre Moussalli et Alfred Curie était un exemple parmi beaucoup d'autres de « compérage » médico-pharmaceutique. Le

Code de la santé publique définit cette entente comme « l'intelligence entre deux ou plusieurs personnes en vue d'avantages obtenus au détriment du malade ou des tiers ». Cette pratique, aujourd'hui interdite, était assez courante dans les années 1930. L'évocation d'un patronyme célèbre afin d'abuser de la crédulité de la clientèle était un procédé certes inélégant, mais légal et répandu. Il fallut attendre le 17 novembre 1942 pour qu'une circulaire y mette un terme : il était dorénavant spécifié que « le nom d'un médecin, d'un ecclésiastique, d'une communauté religieuse ou de toute personnalité marquante ne [pouvait] être mentionné dans la dénomination et la représentation d'une spécialité que s'il [était] prouvé que ce médecin, cet ecclésiastique, cette communauté religieuse [était] bien à l'origine du produit ».

En pharmacie seulement

Ni Alexis Moussalli ni Alfred Curie ne possèdent les fonds indispensables à la promotion de *Tho-Radia* auprès du grand public. Ils font donc appel à une société de marques, la *Société d'exportation, commission et représentation*, ou *Secor*. Fondée en janvier 1932 dans une tout autre perspective, renflouée début 1933 par des capitaux suisses, cette entreprise à l'histoire tumultueuse se charge de la publicité et de l'exploitation de la gamme de cosmétiques, tout en se rémunérant sur les ventes.

La stratégie commerciale adoptée se révèle habile. Il est tout d'abord décidé de ne vendre *Tho-Radia* qu'en pharmacie, et non en parfumerie comme la plupart des crèmes concurrentes. Une insertion publicitaire, parue le 1^{er} novembre 1933 dans *Le Petit Parisien*, justifie cette tactique commerciale : « Pourquoi le pharmacien est-il qualifié pour préparer et vendre une crème de beauté ? Parce qu'une crème de beauté, pour être embellissante, doit non seulement être inoffensive, mais

1. PUBLICITÉ DES ANNÉES 1950 pour le rouge à lèvres *Tho-Radia*. L'image s'inspire du modèle imaginé en 1933 par le photographe-illustrateur Tony Burnand à la demande de la société *Secor*, en charge de la publicité et de l'exploitation de la gamme *Tho-Radia*.



Collection particulière