

cosmétique amag
NOUVELLE FORMULE

1^{ère} édition conseillères

Décryptage : Les soins
anti-taches p.25

Saga : Mon Guerlain
p.26



COMMENT PRÉSERVER
SA FLORE CUTANÉE

LANCÔME

PARIS

Lancome.fr - OAPLF - SNC - 14 rue Royale - 75008 Paris - RCS Paris 314 428 186. Photographie retouchée.



#LIVE YOUR STRENGTH[®]
*VIVEZ VOTRE FORCE



NOUVELLE
FORMULE
*ISSUE DE
LA SCIENCE DU
MICROBIOME.*

LE MICROBIOME EST UN ÉCOSYSTÈME VIVANT BÉNÉFIQUE CONSTITUÉ DE MICRO-ORGANISMES, C'EST UNE PARTIE INTÉGRANTE DE LA SURFACE CUTANÉE. SON ÉQUILIBRE EST ESSENTIEL À LA PEAU.

RÉCUPÉRATION PLUS RAPIDE DE LA PEAU.
UNE PEAU RENFORCÉE & D'APPARENCE PLUS JEUNE.

NOUVEAU
ADVANCED GÉNIFIQUE

SÉRUM ACTIVATEUR D'ÉCLAT ENRICHÉ EN 7 FRACTIONS DE PRÉ- & PROBIOTIQUES

C'EST PROUVÉ, CETTE NOUVELLE FORMULE AMÉLIORÉE AGIT SUR LE MICROBIOME CUTANÉ, L'ÉCOSYSTÈME VIVANT DE LA PEAU. DÈS 7 JOURS, LA PEAU EST ÉCLATANTE DE JEUNESSE. APRÈS UN FLACON SEULEMENT, LA PEAU RÉCUPÈRE PLUS VITE ET LES SIGNES CLÉS DE L'ÂGE SONT AMÉLIORÉS : ÉCLAT, RIDES, UNIFORMITÉ ET FERMÉTÉ.

APPRIVOISER SON MICROBIOME

Les bactéries ne sont pas toujours néfastes, bien au contraire. L'écosystème qui peuple la surface de la peau en est un bon exemple. Découvrez dans cette édition Conseillère, **la Question du mois sur la flore cutanée** : son rôle, sa fonction et comment la protéger. D'abord, en l'agressant le moins possible, avec un démaquillant adapté, mais aussi en entretenant son équilibre au quotidien grâce à des actifs comme les pré et les postbiotiques. Perfectionnez vos conseils en matière de soin avec, ce mois-ci, **un Panorama dédié aux masques de nuit**. Ces produits qui ne nécessitent pas de temps de pose s'appliquent le soir pour une peau plus belle le lendemain. Idéal pour toutes vos clientes, même les moins expertes. **Le décryptage, lui, est dédié aux soins anti-taches**, une problématique qui peut concerner vos clientes dès l'âge de trente-cinq ans. Enfin, vous deviendrez incollable sur **le parfum Mon Guerlain**, grâce à notre Saga, à l'occasion de la sortie de la dernière déclinaison, l'Eau de parfum intense.



Jessica Huynh

© JB Charles

Suivez-nous sur



GRANDS
LANCEMENTS
Libre Yves Saint
Laurent

N° 83

11

6 LA QUESTION DU MOIS

Comment préserver sa flore cutanée ?

PRODUITS | GRANDS LANCEMENTS

- 11 Parfum | Yves Saint Laurent
- 12 Soin | Jowaé | SVR | Resultime
- 14 Soin | Payot | Biotherm | Givenchy
- 15 Maquillage | Chanel | Bourjois | Revlon
- 16 Parfum | Chloé | Valentino | Lady Million
- 17 Maquillage | Lancôme | OPI

PRODUITS | À SUIVRE

- 18 Maquillage | Dolce & Gabbana
- 19 Soin | Liérac
- 20 Parfum | Aurélien Guichard, Matière Première
- 21 Maquillage | Clarins Parfum | Juliette Has a Gun
- 22 Soin | Laneige | Primark Parfum | Ouai
- 23 Maquillage | Karl Lagerfeld for L'Oréal Paris
- 24 Parfum | Frédéric Malle | Bon Parfumeur
- 25 Décryptage | Les soins anti-taches
- 26 Saga | Mon Guerlain
- 27 Panorama | Les masques de nuit
- 28 Mood Board | Le grand bleu

QUIZ

- 31 Testez vos connaissances





Lady Million Empire, le nouveau parfum

paco rabanne

COMMENT PRÉSERVER SA FLORE CUTANÉE

Elles sont des milliards sur notre peau. Mais il ne faut pas en avoir peur. Il faut même les protéger car elles garantissent sa santé et sa beauté.

UNE FLORE CUTANÉE CULTIVÉE PAR LES COSMÉTIQUES

Les bactéries constituent la grande partie de notre flore cutanée ou microbiome « *Nous ne sommes pas humains, nous sommes une colonie de bactéries en marche* », déclare en riant Jeroen Raes, un célèbre chercheur de l'Institut de bactériologie de Louvain. Elles sont en effet plus nombreuses que les cellules de notre organisme et pèsent plus lourd que notre cerveau. C'est impressionnant, mais surtout passionnant car on sait maintenant qu'avec les levures et autres micro-organismes, elles font œuvre utile, la preuve : les cosmétiques nouvelles générations s'appliquent à les préserver ou à les restaurer.

LE MICROBIOME : BODYGUARD DE LA PEAU

Véritable service de défense sur la peau, cette flore cutanée joue un rôle primordial. Tout ce petit monde vit dans une entente cordiale et en parfait équilibre. « *Bactéries, levures, champignons occupent le terrain en bonne harmonie empêchant ainsi les micro-organismes pathogènes de s'y introduire*, explique Michèle Sayag directrice de la Stratégie Médicale chez Bioderma (groupe Naos). *Lorsque ces dernières tentent d'infecter la peau, elles les repoussent en produisant des substances toxiques pour les détruire. Mais parfois les mauvaises bactéries ou levures prennent le dessus provoquant l'apparition de maladies cutanées : acné, dermite séborrhéique, dermatite atopique, eczéma inflammatoire.* »

LES BONS GESTES POUR PROTÉGER SA FLORE CUTANÉE

Cette barrière indispensable à la peau est parfois déséquilibrée par les gestes quotidiens. C'est le plus souvent au moment du démaquillage que vos clientes détériorent leur flore cutanée. Guidez-les vers des nettoyants les moins agressifs possible, sans grains,

qui respectent le pH de la peau, (soit 5,5 environ donc légèrement acide). Les laits à émulsionner du bout des doigts sont l'idéal car ils s'utilisent sans eau qui, souvent trop calcaire, perturbe le microbiome. On les retire avec un coton doux imbibé d'une lotion sans alcool. (Galatée Confort de Lancôme – L'Oréal Luxe – , Doux Nettoyant Moussant de Clarins, Lait Tendre Démaquillant de Dior - LVMH – , Lait Doux Ever Calm de Ren, Mousse Nettoyante Délicate de Nocibé - groupe Douglas.) Ils se retirent avec la lotion assortie ou avec une eau florale, (Sanoflore, Sisley). Vous pouvez aussi leur recommander des huiles douces : on en verse quelques gouttes dans la main et on masse légèrement le visage avant de



retirer avec une lotion. Et pour les peaux fragilisées, une crème lavante peut être aussi la garantie de ne pas déséquilibrer son microbiome, (Xera Confort, Crème Lavante A-Derma – Pierre Fabre.) Mettez aussi vos clientes en garde contre l'eau très chaude, qui, elle aussi perturbe la flore tout comme les gommages trop fréquents. Attention également aux gels mains anti-bactériens, « *j'ai vu des mains totalement abîmées, rouges, desquamantes après usage trop fréquents* », explique Romuald Vallée directeur Scientifique Phytomer. Quant aux antibiotiques cutanés « *ils sont parfois utiles*, concède Michèle Sayag, *mais il convient de les utiliser uniquement sur prescription médicale et pas plus longtemps que nécessaire.* »



Bactéries,
levures,
champignons
vivent sur la
peau en bonne
harmonie.

© Adobe Stock

LES COSMÉTIQUES AU SECOURS DU MICROBIOME

Depuis quelques années, les cosmétologues s'intéressent à la flore cutanée. « *Aujourd'hui le défi pour la recherche, déclare Luc Aguilar, biologiste et directeur de Recherches Biologique et Clinique du Groupe L'Oréal est de comprendre comment se modifie le microbiome, identifier les facteurs génétiques et environnementaux. Parvenir aussi à rééquilibrer les communautés de micro-organismes et prévenir leur déséquilibre. Il y a plusieurs façons d'agir sur le microbiome pour apporter des bénéfices à la peau. La première est de nourrir les micro-organismes en leur apportant de quoi s'alimenter. Ce sont des prébiotiques : corps gras, sucres, minéraux. La deuxième voie est celle des postbiotiques : c'est un ensemble de molécules naturellement sécrétées par les bactéries à la surface de la peau qui miment ce que font ces bactéries : certains acides gras par exemple participent à la récupération d'une bonne fonction barrière de l'intestin et on peut extrapoler à la peau.* » Les probiotiques quant à eux sont plus difficiles à « apprivoiser » car il est difficile de les garder vivants dans un sérum ou une crème, mais on sait aujourd'hui comment les rendre

actifs en les « bricolant ». Dernière piste : une sorte de greffe de bactéries. « *La difficulté réside à avoir des bactéries vivantes, stabilisées, et de les conserver sous une forme qui permettent de retrouver leur efficacité quand elles sont appliquées sur la peau.* » L'Oréal y travaille d'arrache pied !

LE MICROBIOME, AVENIR D'UNE COSMÉTIQUE PERSONNALISÉE

Dans le futur, on peut envisager des tests diagnostics afin de contrôler le bon équilibre de la flore microbienne de chacun et de personnaliser les soins. On pourra utiliser le microbiome pour corriger les signes de l'âge, prévenir les changements de notre peau, mieux traiter ses désordres, corriger les taches, et prévenir leur apparition. Grâce à des outils connectés, on pourra détecter en quelques minutes les changements du microbiome qui vont entraîner des désordres de la peau, du cheveu, et déterminer quand utiliser un shampoing anti-pelliculaires, comment prévenir les récurrences de l'acné, de l'eczéma et éviter parfois le recours aux antibiotiques.

Marie-Françoise Dubillon

N°1
des sérums
anti-âge!

CLARINS
PARIS

Double Serum
[Hydric + Lipidic System]

Vous, avant tout.

TESTÉ. APPROUVÉ. RECOMMANDÉ.

Double Serum

Traitement anti-âge intensif.

2 sérums en 1 pour agir
sur les signes visibles de l'âge.

Concentrés dans une double formule unique,
21 puissants extraits de plantes stimulent
les 5 fonctions vitales de la peau: régénération,
oxygénation, nutrition, hydratation
et protection.

Texture universelle. Toutes peaux.

Dès 7 jours²:

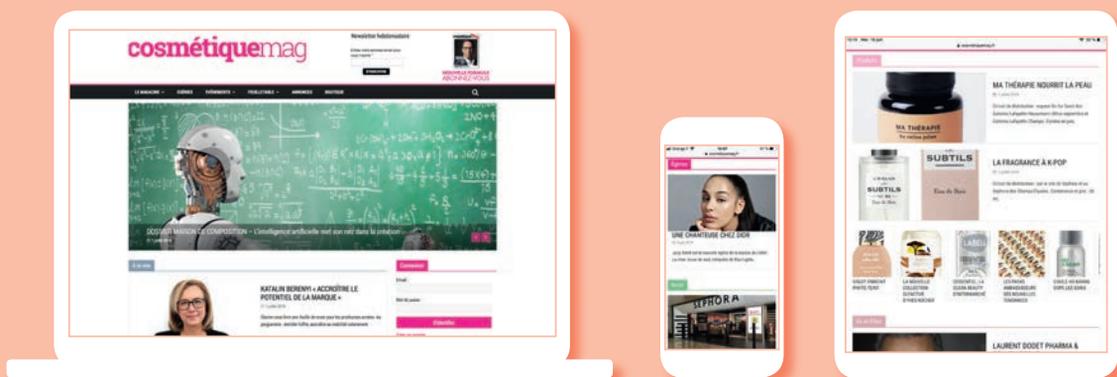
- éclat immédiat
 - pores et ridules atténués
 - peau d'apparence plus jeune
-

Disponible en boutiques Clarins, parfumeries,
grands magasins et sur **CLARINS.COM**.

1. Source NPD BeautyTrends[®]: Clarins Double Serum 50ml, items soins sérums anti-âge vendus en parfumeries et grands magasins en France, marques prestige, ventes valeur & unités, année 2018 et YTD août 2019.
2. Test de satisfaction, panel multi-ethnique, 362 femmes.

CLARINS

TOUTE L'ACTUALITÉ SUR COSMETIQUEMAG.FR



👉 TOUS LES ARTICLES

👉 TOUTES LES ARCHIVES

👉 LE MAGAZINE EN VERSION FEUILLETABLE

EN EXCLUSIVITÉ :

- * les dernières égéries
- * les derniers concepts de magasins
- * les évènements CosmétiqueMag



cosmétiquemag.fr

PARFUM

YVES SAINT LAURENT

LIBRE

L'Oréal Luxe rend hommage aux valeurs d'indépendance et de liberté d'Yves Saint Laurent avec sa nouvelle eau de parfum : Libre. Anne Flipo et Carlos Benaim (IFF) ont travaillé une fougère, note davantage présente

Groupe: L'Oréal Luxe.

Circuit de distribution: en parfumerie et les grands magasins agréés.

Contenance et prix : vaporisateurs 30 ml, 61 € ; 50 ml, 88 € ; 90 ml, 103 €.

Communication: film, visuels publicitaires et « Libre Tour » avec la présence de Dua Lipa, le 10 septembre à New York, et à partir du 17 septembre à Londres, Madrid, Paris... et le 5 novembre à Shanghai.

Date de sortie : 16 septembre.

travail en commun, mais de collaboration en bonne intelligence », affirme-t-on chez Yves Saint Laurent Beauté. Libre, conditionné dans un flacon rectangulaire qui est une prouesse technique, est incarnée par la chanteuse Dua Lipa (voir ci-contre).

Maryline Le Theuff

dans les masculins que dans les féminins, adoucie par de la fleur d'oranger. Une façon de rappeler le style du couturier qui a puisé dans le vestiaire masculin pour habiller les femmes, notamment avec le célèbre smoking. « La création de Libre a été partagée avec la maison de couture. Nous ne parlons pas de



Une égérie mondiale

Avec plus d'un milliard de vues sur YouTube pour son clip New Rules, Dua Lipa fait partie des artistes les plus écoutés et regardés ces deux dernières années. Pour le film Libre Yves Saint Laurent tourné en Arizona, elle a repris une chanson des Rolling Stone, I'm Free. Elle a réalisé toutes les scènes y compris celle où elle réceptionne un aigle royal sur les bras.



DK

Un flacon technique

Le flacon réalisé par Heinz Glass présente une encoche pour recevoir le logo Cassandre horizontale apposé sur le verre. Une prouesse technique puisque les colonnes de verre devaient rester parallèles et symétriques, les arêtes vives. Au fond du flacon, la marloquette – goutte de verre – devait être la plus plane possible avec un poids qualitatif.

SOIN

JOWAÉ MISE SUR LE KUMQUAT

La marque à l'inspiration coréenne du groupe Alès complète son rituel de soin avec une gamme hydratation énergisante. Pour cette ligne, qui intègre trois produits (un gel vitaminé hydratant énergisant, un gel yeux vitaminé hydratant défatigant et une crème masque hydratante récupératrice nuit),

Jowaé a choisi le kumquat comme ingrédient de référence. Riche en flavonoïdes et en vitamines C, ce superfruit d'Extrême-Orient confère des propriétés énergisantes à l'instar du gingembre et du café.

A.E.

Groupe : Alès Groupe.

Circuits de distribution : pharmacies et parapharmacies.

Contenances et prix : 40 ml, 16, 90 € Gel vitaminé hydratant ; 15 ml, 14,90 € Gel Yeux Vitaminé ; 40 ml, 17,90 € Crème-Masque hydratante.

Communication : en digital.

Date de sortie : depuis septembre.



SOIN

SVR ULTRA-CONCENTRÉ



#BIENDANSMAPEAU est le nouveau manifeste de la marque aux formules désormais plus clean, mais toujours accessibles en prix. Il en est ainsi de trois ampoules ultra-concentrées pour une correction annoncée dès sept jours. L'ampoule [A] Lift est riche de deux vitamines A (rétinol), pour un lissage express de la peau ; [B3] Hydra contient de la vitamine B3 appelée aussi niacinamide aux propriétés apaisantes, anti-inflammatoires et anti-rougeurs enfin [C] anti-ox compte de la vitamine C optimisée, pour un teint détoxifié. Ces formules s'utilisent comme un sérum sous ou mélangées à une crème de jour. C.N.

Groupe : Kresk (holding de Didier Tabary) et HLD.

Circuits de distribution : pharmacies et parapharmacies.

Contenance et prix : 30 ml, 34,90 €.

Date de sortie : octobre.

SOIN

LA DÉTOX DE NUIT PAR RESULTIME

Le collagène est la protéine principale du corps humain. La marque en a fait son fer de lance depuis 1950 avec une version vectorisée dont elle a le secret. Cet actif qui en stimule la régénération est associé au charbon noir actif et à des polyphénols dans un complexe au cœur du Masque Détoxifiant Revitalisant. Son pot noir laqué dissimule un gel-en-huile noir aux notes boisées. La gelée, une fois massée, se transforme en huile. Ses micro-grains de sable noir volcanique lissent la peau. C.N.

Groupe : Nuxe.

Circuits de distribution : pharmacies et parapharmacies.

Contenance et prix : pot 50 ml, 39,90 €.

Communication : présentoir, visuels dans les points de vente.

Date de sortie : octobre.





SOIN

PAYOT VOIT LA VIE EN ROSE

La marque qui fêtera ses cent ans en 2020 poursuit sa quête d'une beauté positive avec sa nouvelle gamme Roselift Collagène. Elle renforce la densité, la tonicité et la fermeté de la peau. Recommandés autour de quarante ans, les cinq produits sont formulés avec un complexe composé de rose de Damas riche en oligo-saccharides qui relance le métabolisme des fibroblastes et d'un peptide collagène-boosteur qui stimule les fibres pour redensifier la peau. Au programme de la routine, un sérum haute pénétration au fini soyeux, une crème liftante, une oléo-crème de nuit, un soin contour des yeux et des patchs hydrogel pour les yeux.

C.N.

Groupe : Payot.**Circuits de distribution :** instituts, spas, pharmacies, parapharmacies.**Contenances et prix :** 30 ml, 78 € pour le sérum ; 50 ml, 78 € pour la crème ; 50 ml, 79 € pour l'oléo-crème de nuit ; 15 ml, 45 € pour le soin regard ; 10 sachets duo, 48 € pour les patchs hydrogel pour les yeux.**Communication :** presse et digital.**Date de sortie :** septembre.

SOIN

BIOThERM DES ALGUES CONTRE DES RIDES

Spécialiste du plancton, Biotherm présente une nouvelle ligne de soin formulée pour lutter contre les signes de l'âge, Blue Therapy Amber Algae Revitalize. Décliné en crème de jour et de nuit, Blue Therapy est riche en algue ambrée, la laminaria ochroleuca, en Plancton de Vie, en cinq huiles

Groupe : L'Oréal.**Circuits de distribution :** Nocibé, grands magasins, pharmacies et parapharmacies.**Contenance et prix :** 50 ml, 71 € pour la crème de jour et 50 ml, 75,50 € pour la crème de nuit.**Date de sortie :** depuis le 16 septembre.

végétales et en beurre de karité et en calcium minéral. La crème de jour garantit hydratation et éclat grâce à des micro-perles de roses illuminatrices et la crème de nuit, à la texture plus riche, régénère la peau.

A.E.



SOIN

GIVENCHY L'INTEMPOREL S'AGRANDIT

Givenchy complète la gamme de soin Intemporel avec deux références : l'Huile Booster de Fermeté et le Masque Sublimateur Jeunesse Globale. La première est formulée avec plusieurs huiles : d'argan régénérant, de commiphora stimulateur de collagène, de camélia nourrissant et de spilantès acmella à l'effet tenseur. Sa galénique fine et soyeuse pénètre rapidement dans la peau. La deuxième nouveauté, le masque Sublimateur Jeunesse Globale, compte le complexe signature de la ligne, Timeless Blend, pour préserver l'apparence de la jeunesse de la peau. Allié à des actifs soft-peel, le masque affine et unifie le grain de peau en un temps d'application express de deux minutes.

A.E.

Groupe : LVMH.**Circuits de distribution :** parfumeries et grands magasins.**Contenance et prix :** 75 ml, 75 € pour le masque Sublimateur Jeunesse Globale ; 30 ml, 125 € pour l'Huile Booster de Fermeté.**Date de sortie :** septembre.

MAQUILLAGE

LE MAT SELON CHANEL



La maison au double C (Wertheimer) étoffe son offre maquillage à la rentrée. Sorti en 2014, Perfection Lumière Velvet devient Ultra Le Teint Velvet. Le fond de teint conserve la même formule, mais s'enrichit de six nouvelles teintes. Le complexe Perfect Skin Affinity épouse les contours de la peau pour créer une seconde peau invisible tandis que les poudres Soft Focus estompent les irrégularités de surface. Le résultat : un teint unifié et un grain de peau affiné. Le complexe breveté Perfect Light Control assure un fini mat velours grâce à deux types de poudre. Côté lèvres, la collection Rouge Allure Ink Fusion de Chanel propose douze rouges à lèvres liquides au fini ultra-mat et longue tenue. La texture alliant polymères et gel s'étire sur les lèvres en un voile soyeux qui laisse une couleur intense et waterproof. **J.H.**

Groupe : Chanel.

Circuits de distribution : boutiques Chanel Parfum Beauté, parfumeries et grands magasins.

Contenances et prix : 6 ml, 36 € ; 30 ml 43 €.

Communication : un plan multimédia est prévu.

Date de sortie : le 3 octobre.

MAQUILLAGE

LE NOUVEAU DUO DE BOURJOIS



La signature française de Coty aborde la rentrée avec de nouvelles références teint lifeproof à la double promesse : longue tenue et haute couvrance. Décliné en quinze teintes, le fond de teint Always Fabulous délivre une formule sans huile, au fini semi-mat et velouté. Elle est enrichie en acide hyaluronique et vitamine E et est dotée d'un

SPF 20. L'anticernes associé, disponible en six teintes, apporte une haute couvrance dans une texture légère et crémeuse pour une sensation de peau adoucie. Sans transfert, il promet jusqu'à 24 heures de tenue. **J.H.**

Groupe : Coty.

Circuit de distribution : GMS.

Contenances et prix : 6 ml, 11,95 € l'anticernes ; 30 ml, 17,99 € le fond de teint.

Date de sortie : depuis août en boutique Bourjois et depuis septembre chez Monoprix, à partir de novembre en GMS.

MAQUILLAGE

REVLON PROTÈGE LE TEINT



La marque dévoile Photoready Candid, une gamme de maquillage pour le teint dédiée à la protection contre la pollution, le stress oxydatif et la lumière bleue. S'adressant principalement aux consommateurs urbains, la ligne se veut à la frontière entre le maquillage et le soin. Le fond de teint se décline en six teintes à

la couvrance modulable. La gamme compte aussi trois anticernes, Anticernes Photoready Candid, contenant de la caféine comme ingrédient supplémentaire pour activer la circulation sanguine. L'égérie de cette collection sera l'actrice israélienne Gal Gadot, déjà ambassadrice Revlon.

A.E.

Groupe : Revlon.

Circuit de distribution : GMS.

Contenances et prix : 6 teintes, 22 ml, 11,90 € pour le fond de teint, 3 teintes, 10 ml, 10,90 € pour le correcteur.

Date de sortie : septembre.

PARFUM

LA COLLECTION BUCOLIQUE DE **CHLOÉ**

La marque de mode anglaise s'inspire des fleurs pour sa nouvelle collection de jus. L'Atelier des Fleurs de Chloé se compose de neuf eaux de parfum pour lesquelles les parfumeurs ont été invités à composer à partir de leur végétal fétiche et en s'appuyant sur des souvenirs d'enfance, de voyages... Un jardin rêvé et idyllique qui s'articule ainsi autour de fleurs, mais aussi de plantes et de bois : Rosa Damascena et Herba Mimosa par Amandine Clerc-Marie (Firmenich), Lavanda et Cedrus de Quentin Bisch (Givaudan), Magnolia Alba et Jasminum Sambac signées Louise Turner (Givaudan), Hibiscus Abelmoschus par Domitille Michalon Bertier (IFF), Néroli par Sidonie Lancesseur (Robertet) et Verbena par Mylène Alran (Drom). Les jus ont comme écrin un flacon plissé, détail caractéristique de la maison Chloé.

Groupe : Coty.

Circuit de distribution : parfumeries et grands magasins.

Contenances et prix : 50 ml, 98 € ; 150 ml, 198 €.

Communication : en digital.

Date de sortie : le 21 octobre en avant-première aux Galeries Lafayette.



J.H.

PARFUM

VALENTINO BORN IN ROMA

Premiers parfums Valentino sous l'ère loréalienne. Le groupe qui s'est vu confier la licence beauté signe un duo Born in Roma Donna et Born in Roma Uomo. La fragrance féminine, un floral avec une overdose boisée a été composée par Amandine Marie et Honorine Blanc (Firmenich). Elle associe un trio de fleurs de jasmin à de la vanille bourbon et une note boisée animale. Le masculin signé Antoine Maisondieu et Guillaume Flavigny (Givaudan) est un vétiver boisé-aromatique né d'un absolu de feuilles de violette et de vétiver fumé avec une note épiciée de gingembre, de sel minéral et d'accords boisés.

M.L.T.

Groupe : L'Oréal Luxe.

Circuit de distribution : Parfumeries et grands magasins agréés.

Contenance et prix : 30 ml, 59,50 € ; 50 ml, 87,50 € ; 100 ml, 128 € (Donna) 30 ml ; 50 ml, 67 € ; 100 ml, 92€ (Uomo).

Communication : campagne réalisée avec BETC Luxe met en scène des aristopunks (mi-punk, mi-aristo) incarnés par Anwar Hadid, et Adut Akech, muse de Pierpaolo Piccioli, directeur créatif de la maison de couture Valentino.

Date de sortie : 23 septembre.

PARFUM

UN EMPIRE POUR **LADY MILLION**

Les parfums Paco Rabanne poursuivent la saga Lady Million avec Empire. Cette eau de parfum a été composée par Anne Flipo, créatrice du premier Lady Million et Jean Christophe Hérault (IFF). Ce chypré a pour colonne vertébrale le patchouli. Il est enfermé dans le célèbre flacon diamant qui s'est paré de rose. Pour la communication, le mannequin, Londone Lyers, prend la pose devant l'objectif de Daniel Sannwald.

M.L.T.

Groupe : Puig.

Circuit de distribution : grands magasins et parfumeries.

Contenance et prix : 30 ml, 58 € ; 50 ml, 83 € ; 80 ml, 107 €.

Date de sortie : 16 septembre.



MAQUILLAGE

LES PRÉCIEUX ROUGES DE LANCÔME

La marque à la rose enrichit sa gamme de rouges à lèvres signature L'Absolu Rouge avec la collection Ruby Cream. Dans la tendance du bien-être et de la lithothérapie, Lancôme s'inspire des pierres précieuses avec une formule enrichie en poudre de tourmaline contenue dans un raisin taillé en forme de joyau. L'écrin, lui, se pare pour l'occasion d'une robe facettée. Côté couleurs, L'Absolu Rouge Ruby Cream est décliné en quinze nuances riches et pures s'inspirant du rubis. Toutes délivrent un fini intense et longue tenue.

J.H.

Groupe : L'Oréal Luxe .

Circuits de distribution : parfumeries, grands magasins.

Prix : 34 €.

Date de sortie : le 21 octobre.

Litho-
thérapie



MAQUILLAGE

OPI DANS LA CAMPAGNE ÉCOSSAISE



Pour sa collection de rentrée, le spécialiste des ongles rend hommage à l'Écosse. Déclinée en douze nouvelles teintes, la collection Scotland fait un clin d'œil aux symboles de la région comme les kilts, les cornemuses ou encore le monstre du Loch Ness. L'éventail de couleurs

So Scottish

fait la part belle aux teintes automnales comme le gris charbon, le violet profond ou encore le vert bouteille, mais aussi aux nuances plus vives comme l'orange et le rouge. Elles sont déclinées en trois finis : Nail Lacquer, Infinite Shine et Gel Color. La couleur phare de la collection, Good girls gone plaid, est un vernis duochrome oscillant entre le violet et le noir selon l'éclairage.

J.H.

Groupe : Coty.

Circuits de distribution : parfumeries, grands magasins et instituts.

Prix : de 14,50 € à 16,50 €, le kit de 4 mini vernis 20 €.

Date de sortie : depuis septembre.

Ets
Bugnon

Tubes souples plastiques
extrudé & multicouche

Produits Cosmétiques | Pharmaceutiques
Bricolage industriel | Petites & moyennes séries



TUBES EXTRUDÉS PE
(BD-MIX BDHD-HD)

De 10 ml à 300 ml
Ø 25/30/35/40/50

TUBES MULTICOUCHES
PE-EVOH-PE

De 40 ml à 300 ml
Ø 35/40/50

Découvrez notre gamme sur
www.ets-bugnon.fr

ETS BUGNON 5, bis avenue des Grabilles 74500 LUGRIN - FRANCE
Tél : 04 50 76 00 18 | Fax : 04 50 76 05 82 | E-mail : info@ets-bugnon.fr

MAQUILLAGE

DOLCE & GABBANA PREND SOIN DE LA COULEUR

Le groupe Shiseido a conçu la nouvelle collection Dolce & Gabbana comme un accessoire de mode sans toutefois faire de compromis sur les formules. Celles-ci contiennent des actifs hydratants, nourrissants pour l'éclat du teint comme le Mediterranean Glow

Groupe : Shiseido.

Circuits de distribution :

exclusivité Galeries Lafayette (magasin Paris Haussmann et site marchand).

Contenances et prix :

de 35€ Intenseyes Eyeshadow stick à 110€ Gloriouskin Creamy Foundation.

Communication : sur le point de vente visuels des

six égéries : Monica Bellucci, Bianca Balti, Joony Kim, Catherine Loewe, Chiara Scelsi et Lily Jean Harvey.

Date de sortie :

23 septembre.

Complex. Il est composé d'un extrait naturel de figue de Méditerranée, d'huile d'olive bio italienne et d'acide hyaluronique. Il est associé à un extrait de coton antipollution dans le primer Secret Veil Hydrating Radiant Primer SPF 30. Mediterranean Glow Complex permet au nouveau rouge à lèvres The Only One Luminous Co-

lour d'hydrater et de nourrir les lèvres. Il apporte du confort dès l'application du Solar Glow Ultra-Light Bronzing Powder ou du Solar Glow Universal Bronzing Drops. Les décors des packagings de cette nouvelle collection reprennent les motifs (animalier, dentelle noire, roses et fleurs...) et les codes baroques de la mode Dolce & Gabbana.

Maryline Le Theuf

Accessoires
de mode

Six égéries pour un make-up

Dolce & Gabbana a réuni six égéries pour la communication de sa nouvelle collection maquillage. Monica Bellucci (photo) incarne la beauté sensuelle à l'italienne avec un make-up glamour parfait. Bianca Balti est l'élégance décontractée à travers son glow naturel et bronzé. Joony Kim séduit par son look très mode aux couleurs audacieuses. Chiara Scelsi représente une beauté active et insouciante au maquillage naturel et jeune. Catherine Loewe surprend par son look sophistiqué, classique de la femme mature. Lily Jean Harvey apparait décontractée et sportive.



© Dolce & Gabbana



SOIN

LA PRESCRIPTION ANTI-RIDES DE **LIERAC**



La marque de dermocosmétique s'inspire de la cicatrisation tissulaire pour sa nouvelle gamme anti-âge, Cica Filler. Composée d'un sérum, d'un gel-crème et d'une crème, elle est enrichie en bakuchiol pro-collagène, hyalu-3 repulpant et complexe ALP réparateur. Le sérum, conditionné dans les ampoules, se présente comme une cure de choc pour les femmes à partir de trente ans. Chaque ampoule représente dix jours d'utilisation. Le gel-crème délivre outre la promesse anti-âge un fini matifiant, et la crème apporte hydratation et confort. La formule, qui contient 89 % d'ingrédients d'origine naturelle, promet une double action : cicatiser et combler, avec des résultats visibles dès sept jours.

J.H.

Double action

Groupe : Alès Groupe.

Circuits de distribution : pharmacies, paras et grands magasins.

Contenances et prix : ampoules 3x10 ml, 59 € ; gel-crème 40 ml, 49 € ; crème 40 ml, 49 €.

Date de sortie : depuis septembre.

VERSION LABORATOIRE ORGANIQUE



Le façonnage nouvelle génération

Innovation



Gestion de projet :

Nous accompagnons les marques dans leur mutation vers le bio

Expertise



Sur-mesure : Du cahier des charges à la mise sur le marché en 12 mois

Qualité



Gamme blanche BIO :

70 formules disponibles à partir de 200€/ref - Livraison 4 à 8 semaines (Solaire - Capillaire - Bébé - Soin - Homme - Anti-âge)

Flexibilité



Règlementaire :

Dossiers produits avec évaluation de la sécurité en interne, ERP globalisé de la R&D à la production

PARFUM

AURÉLIEN GUICHARD PRÉSENTE SA **MATIÈRE PREMIÈRE**

Après deux ans de développement, Aurélien Guichard (nez chez Takasago) lance à son tour sa propre maison de parfum. Nommée Matière Première, en hommage à la base de travail des parfumeurs, la collection se présente comme une « vraie démarche de création avec une approche accessible car les consommateurs aujourd'hui ont envie de comprendre ce qu'il y a dans les parfums. C'est important de leur ouvrir notre savoir-faire ». Dans cette optique pédagogique, le site Internet de la marque délivre du contenu sur les matières premières travaillées, leur provenance, leur extraction... Les visiteurs ont aussi la possibilité de poser des questions sur le parfum. Pour son lancement, la gamme compte six jus mixtes,

Circuit de distribution :

chez Harrods et au Printemps fin octobre.

Contenances et prix :

7 ml, 29 € ; 100 ml, 190 €.

Date de sortie :

le 1^{er} octobre.

portent le nom de ce qu'ils contiennent : Parisian Musc, Cologne Cédrat, Santal Austral, Néroli Oranger, Bois d'ébène et Encens suave. Pour ce dernier par exemple, l'idée était de composer un encens noir, addictif et charnel. La note principale d'encens résine Somalie est accentuée avec du ciste labdanum et du benjoin absolu, tandis que la facette gourmande est soutenue par des notes café et vanille. Le flacon, lui, est directement inspiré des fioles de matières premières utilisées par les parfumeurs. Le moule a été réalisé sur-mesure par Waltersperger.

Jessica Huynh

Le parfumeur

Issu d'une longue lignée de parfumeurs grasseois (septième génération), Aurélien Guichard est parfumeur senior de la maison de composition japonaise Takasago depuis 2018. Il a passé auparavant quatorze ans chez Givaudan, où il a été formé, et quatre ans chez Firmenich.



Il est notamment l'auteur de Narciso, Gucci Guilty femme, Gucci Guilty pour homme et Ricci Ricci.

Pédagogique



Un déploiement à l'international

Référencée dès le lancement chez Harrods à Londres, Matière Première a signé un contrat de distribution avec le Printemps et travaille à s'implanter dans des parfumeries indépendantes dans toute la France. Le plan de développement sur trois ans prévoit dans un premier temps l'Europe, avant les États-Unis, le Moyen-Orient et la Russie en 2020 puis l'Asie en 2021. Une levée de fonds est prévue pour soutenir son déploiement.

MAQUILLAGE

THE KOOPLES RHABILLE CLARINS



Édition limitée

La marque de vêtements (groupe Maus Frères) met un pied dans le monde de la beauté avec Clarins. À l'occasion d'une édition limitée, The Koooples offre à un pilier de la marque un relooking façon rock. L'Huile confort lèvres est déclinée en deux teintes : Light stone (rose lacté) et Dark stone (prune aux reflets dorés) pour un fini tout en transparence grâce à un pigment intelligent qui s'adapte au pH des lèvres. La formule inchangée contient un cocktail d'huiles végétales (noisette et jojoba) pour nourrir et apaiser les lèvres. Le pack secondaire a lui été rhabillé d'un effet marbre.

J.H.

Circuits de distribution : en exclusivité chez Sephora, dans les boutiques Clarins et The Koooples.
Contenance et prix : 7 ml, 23 €.
Date de sortie : le 15 octobre.

PARFUM

JULIETTE HAS A GUN CÔTÉ ORIENT



Femme fatale

La marque de niche enrichit sa collection de parfums Luxury avec un nouveau jus, In the mood for oud. Juliette Has a Gun dresse le portrait de sa vision de la femme fatale avec une création olfactive qui tourne autour du bois précieux de oud. Le jus signé Romano Ricci s'ouvre avec une fraîcheur hespéridée avant de dévoiler son cœur chaud et animal de bois de oud, essences de papyrus, de safran et de framboise, sur un fond velouté (fève de tonka et vanille). Le flacon se pare pour l'occasion d'une robe rouge flamboyant, surmonté d'un capot doré.

J.H.

Circuit de distribution : en sélectif.

Contenance et prix : 75 ml, 220 €.

Date de sortie : depuis septembre.



ZIEGLER
Cosmetics

TRANSPORTS - LOGISTICS - CUSTOMS



[COSMETICS@ZIEGLERGROUP.COM](mailto:cosmetics@zieglergroup.com)

[WWW.ZIEGLERGROUP.COM](http://www.zieglergroup.com)

SOIN

LANEIGE L'HYDRATATION EN CLICK PEN

Laneige décline son soin hydratant **Water Bank**, inspiré des rituels de beauté coréens. Il est formulé avec de l'Eau Minérale Verte, en une version nomade : Water Bank Quick Hydro Pen, un stylo applicateur. Son embout en silicone délivre une quantité de produit limitée pour un meilleur dosage. Il s'utilise en retouche sur le maquillage au cours de la journée. Ce stylo s'ajoute à la une crème, au gel et au sérum que compte déjà cette gamme Water Bank.

A.E.

Groupe : Amore Pacific.
Circuit de distribution : exclusivité Sephora.
Contenance et prix : 4 ml, 13 €.
Date de sortie : septembre.

Nomade



SOIN

PRIMARK DEVIENT VEGAN



Vegan

Alors que la chaîne de produits accessibles, Hema, vient de lancer des cosmétiques vegan pour le corps, c'est au tour de Primark de surfer sur cette tendance. L'enseigne de prêt-à-porter petits prix (355 magasins dans 12 pays) signe une ligne PS... Neutrals pour le visage répondant aux critères de la Vegan Society. Les quatre soins, un hydratant, un savon doux pour le visage, un baume nettoyant devenant une huile au contact de la peau, et un masque de nuit, sont formulés avec 90% d'ingrédients d'origine naturelle (eau de coco bio, ou prune australienne kakadu). Ils sont accompagnés d'accessoires en coton bio et fabriqués avec du bois certifié FSC (éponge, gant exfoliant...). Cette mise sur le marché fait suite au lancement de vêtements à base de coton durable provenant du programme

Primark Sustainable Cotton, en avril 2019.

M.L.T.

Groupe : Primark.
Circuit de distribution : magasins Primark.
Contenances et prix : 25 ml, 2,50 € Masque de nuit ; 50 ml, 3,50 € Nettoyant Baume-Huile ; 150 ml, 3,50 € Nettoyant Doux Visage ; 50 ml, 3,50 € Hydratant.
Date de sortie : septembre.

PARFUM

OUI SE MET AU PARFUM

Après les capillaires, la marque créée par la coiffeuse star Jen Atkin, Ouai, investit une nouvelle catégorie : le parfum. Les deux fragrances : North Bondi, un jus floral aux notes de bergamote, de citron, de rose de mai, de violette et de musc blanc et Melrose Place, un parfum rose aux notes litchi, bois de cèdre et musc blanc sont présentées dans un flacon au capot blanc. La marque est en exclusivité chez Sephora.

A.E.

Circuit de distribution : Exclusivité Sephora.
Contenance et prix : 50 ml, 46 €.
Date de sortie : septembre.

Nouvelle catégorie



MAQUILLAGE

KARL LAGERFELD POUR L'ORÉAL PARIS



Collab

La marque Karl Lagerfeld s'est associée à L'Oréal Paris le temps d'une collection-capsule à l'occasion de la Fashion Week de Paris. L'offre, qui reprend les codes rock de Karl Lagerfeld, comprend une palette de fards à paupières, un liner mat décliné en deux teintes, un mascara, un enlumineur duo et six rouges à lèvres Color Riche. Le pack est décoré de la signature de Karl tandis que la silhouette de profil du créateur apparaît sur le capot des rouges à lèvres.

J.H.

Groupe : L'Oréal Produits Grand Public.

Circuits de distribution : Galeries Lafayette, GMS et Internet.

Prix : de 13,90 € (liner et rouge à lèvres) à 24,90 € (palette yeux).

Date de sortie : en avant-première au Monoprix des Champs-Élysées depuis le 19 septembre puis chez le reste des distributeurs le 27 septembre.

S

SUPERGA BEAUTY

Fournisseur de beauté

NOS MÉTIERS

LUXE PACK MONACO
HALL DIAGHILEV
STAND DB 23



Dub Sogreen

The green e-Motion ester:
a gentle wave of lightness



STÉARINERIE DUBOIS
More than just emollients, expert solutions...

PARFUM

LE RETOUR DE JEAN-CLAUDE ELLENA CHEZ FRÉDÉRIC MALLE



**Rose
Cuir**

Avant d'être le parfumeur de la maison Hermès, Jean-Claude Ellena avait déjà créé des parfums pour Frédéric Malle : Angéliques sous la pluie, L'Eau d'Hiver et La Cologne Bigarade. Pour son retour, Jean-Claude Ellena a travaillé un féminin, Rose Cuir. Il a imaginé une rose très aérienne à partir d'un géranium bourbon avec un fond de cuir très brut. « *Un orage silencieux* »,

explique-t-il. Fort de son amitié avec le chef cuisinier Olivier Roellinger, il a ajouté une touche de poivre timut. A travaillé sur ce projet également Frédérique Rémy de Floral Concept. P.T.L.

Groupe : Estée Lauder.

Circuits de distribution : boutiques en propre, grands magasins.

Contenances et prix : 10ml, 45€ ; 50 ml, 165 € ; 100 ml, 240 €.

PARFUM

LES PRIVÉS DE **BON PARFUMEUR**

Ludovic Bonneton, fondateur de Bon Parfumeur, a donné carte blanche à trois nez pour créer les trois premières fragrances de sa nouvelle collection, Les Privés. Celle-ci se distingue de son offre existante par la noblesse de certaines matières premières. Baie de népal, santal et oud font vibrer le boisé 903 imaginé par Serge de Oliveira (Robertet). Orange verte, jacinthe et lierre animent 104, une fragrance florale conçue par Corinne Cachem (Drom). Pour 303, Sidonie Lancesseur (Robertet) a travaillé un ambre & épices autour du piment, de la baie rose et du benjoin. M.L.T.

**Carte
blanche**



Circuits de distribution : 700 concept stores, parfumeries indépendantes et department stores dans le monde.

Contenances et prix : 30ml, 55€ pour 903 ; 30 ml, 52€ pour 104 ; 30ml, 48€ pour 303.

LES SOINS ANTI-TACHES

FONT TACHE D'HUILE

Décryptage Les soins anti-taches sont de plus en plus nombreux sur le marché car ces marques brunes sont l'une des principales préoccupations des femmes, dès trente-cinq ans.

Qu'est-ce que c'est, à quoi ça sert ? Plus de 62% de vos clientes veulent effacer ces taches brunes provoquées par le soleil, les traitements oestrogéniques, certains médicaments ou l'âge. Les formulateurs de cosmétiques ont mis au point des actifs efficaces, et même s'ils sont plus lents à agir, ils sont moins agressifs que ceux prescrits par les dermatologues. Les soins anti-taches

contiennent des antioxydants car les cellules de la peau exposée aux UV, à la pollution s'oxydent, entraînant rides et taches. Vitamine C, Vitamine E, polyphénols issus souvent de végétaux (vigne, légumes, arbustes) les protègent. Des exfoliants qui accélèrent le renouvellement des cellules et chassent les kératinocytes brunis peuvent être utilisés en complément des soins. Ce sont des acides (AHA) issus de fruits,

de sucres, du lait, de grains de blé, d'orge. Dernière piste prometteuse : maîtriser la vascularisation car on s'est aperçu que les zones tachées par un mélasma étaient plus vascularisées. Enfin : expliquez que tous ces soins sont efficaces à condition de les appliquer matin et soir jusqu'à disparition ou atténuation des taches et qu'il faut se protéger sous un écran solaire tous les jours.

Marie-Françoise Dubillon

SÉRUM CORRECTEUR TACHES & ÉCLAIRCISSEMENT, DR RENAUD

La promesse Des extraits végétaux, saxifrage, murier blanc, lys de mer freine la production de mélanine et estompe les taches. Le teint est plus clair et lumineux. Protège du stress cutané, et hydrate intensément. **30 ml, 44,90 €.**

Nocibe.fr et instituts.



WHITE LUCENT CREME GELEE ÉCLAT, SHISEIDO

La promesse Dans cette crème gelée fondante deux complexes exclusifs high tech à base de plantes, le Melanin Crush et le Bright Complex. Procure une hydratation 24H, cible taches brunes et irrégularités. Teint rapidement plus lumineux, plus homogène. **50 ml, 92 €.**

Parfumeries.



CRÈME NUIT GLYCOLIQUE ANTI-TACHES, CAUDALIE

La promesse Une prouesse dans la prévention et la correction des taches. La Viniférine associée au complexe bio-peeling (acide glycolique+enzyme de papaye) favorise l'exfoliation contrôlée, progressive, pour une peau plus lumineuse. **50 ml, 29,60 €.**

Pharmacies, para, parfumeries.



ESTHE-WHITE SYSTEM, SÉRUM ANTI-TACHES, ÉCLAIRCISSEMENT JEUNESSE, INSTITUT ESTHEDERM (GROUPE NAOS)

La promesse Haute efficacité, douceur onctueuse pour réactiver la transparence du teint, corriger les taches, prévenir leur réapparition. Concentré en actifs éclaircisants et Vitamine C stabilisée, il clarifie la peau **30 ml, 82,50 €.** Parfumeries, pharmacies et Instituts.



Les piliers du marché

Dark spot corrector & optimizer, clinique even better clinical, Clinique (Lauder)

La promesse Plusieurs actifs favorisent l'éclat de la peau (vitamine C, Glucosamine..) et d'autres calment les irritations et préviennent les taches (thé vert, mélasse, algues, sorbitol). Une formule rafraîchissante, légère à l'efficacité prouvée.

50 ml, 99 €. Parfumeries.



Concentre correcteur taches, Sisley

La promesse Un coup de gomme en trois actions pour faire peau neuve. Action éclaircissante (vitamine C stabilisée, Rhubarbe modifiée), exfoliante (figue de barbarie, acide salicylique), apaisante (glycérine végétale, huiles essentielles calmantes). Application optimisée grâce à son roll on. **7 ml, 105 €.** Parfumeries.



Mission perfection serum, Clarins

La promesse Anti-taches, luminosité, uniformité du teint. Une formule qui court-circuite grâce à l'acérola, les mauvais messages envoyés par les kératinocytes vers les mélanocytes qui font du zèle. Des acides de fruit lissent la surface. **30 ml, 82 €.** Parfumeries.



MON GUERLAIN

RETOUR VERS LE FUTUR

Saga La maison Guerlain a enfin trouvé le chaînon manquant entre ses grands parfums historiques (Jicky, L'Heure Bleue, Shalimar) et la nouvelle parfumerie plus puissante et gourmande qui plaît aux jeunes femmes d'aujourd'hui. Pas étonnant que le succès soit au rendez-vous.

L'idée était bien de rééditer ce qui a fait le succès de la Petite Robe Noire, plus grande réussite commerciale de la marque à ce jour : partir d'un parfum déjà sorti en édition limitée (qui a donc déjà fait ses preuves et trouvé son public), en l'occurrence cette fois-ci Mon Exclusif, com-

mercialisé en 2015, pour créer un blockbuster. Guerlain n'a pas affiché autant d'ambition à l'échelle internationale pour un lancement depuis bien longtemps ; le choix de l'actrice Angelina Jolie comme égérie, qui dévoile dans la campagne de publicité ses tatouages avec beau-

coup de sensualité, n'y est pas pour rien. Mon Guerlain est un bel hommage à l'histoire de la parfumerie Guerlain et à son goût prononcé pour les matières premières les plus précieuses que le créateur aime aller chercher au bout du monde : vanille, santal, rose, jasmin, fève tonka...



L'EAU DE PARFUM

2017 Ce parfum – qualifions-le de « floral oriental frais » – est finalement comme le chaînon manquant entre la parfumerie Guerlain d'hier et la modernité. La formule gagnante : un accord masculin-féminin qui mêle lavande Carla de Provence, jasmin Sambac d'Inde, vanille Tahitensis de Papouasie Nouvelle-Guinée et bois de santal d'Australie composé à quatre

mains par les parfumeurs Thierry Wasser et Delphine Jelk. Le flacon, lui, reprend la silhouette du flacon quadrilobé réalisé pour la maison par Baccarat, en 1908.



L'EAU DE TOILETTE BLOOM OF ROSE

2019 Initialement, Guerlain avait fait de la lavande Carla le cœur battant de Mon Guerlain. Pourtant, il semblerait cette fois que cette plante méditerranéenne ait cédé sa place à la « fleur des fleurs » : la rose. Cette variété damascena (bulgare), avec ses facettes fruitées, apporte une féminité absolue à la composition et beaucoup de modernité. Au fond, ce nouvel opus est

construit comme un immense bouquet : les notes florales signature de Mon Guerlain – jasmin Sambac et lavande Carla – sont associées au néroli et à la rose pour une fragrance joyeuse et radieuse.



L'EAU DE PARFUM FLORALE

2018 L'accord aromatique et frais (lavande, bergamote) est toujours là. Au cœur, le bouquet de fleurs hyper féminin s'ouvre comme un soleil pour nous bercer des délicatesses du jasmin et de l'invité surprise de cette version : la pivoine et son joli effet « rose fraîche ». La fleur de néroli, mariée avec bonheur à la molécule de paradisone qui crée un halo de lumière spectaculaire autour

de celle-ci, vient compléter ce tableau généreux et solaire. Il s'agit probablement d'une version plus « romantique » de Mon Guerlain.



L'EAU DE PARFUM INTENSE

2019 « C'est l'expression la plus Guerlain de Mon Guerlain, dans une approche beaucoup plus matière », c'est ainsi que Thierry Wasser présente cette nouvelle version. L'appellation « intense » n'est pas trompeuse puisque les facettes principales du parfum initial sont intensifiées : plus de lavande, plus de patchouli et plus de vanille

surtout pour l'addiction : de la teinture de vanille Planifolia aux accents cuirés à la vanille Tahitensis, dont les accents amandés sont accentués par l'héliotrope.

LES MASQUES

CES TRAVAILLEURS DE NUIT

Panorama Ces masques ont tout pour plaire. Nul besoin d'attendre un temps de pose. Ils s'appliquent le soir et diffusent leurs actifs traitants durant le sommeil pour un réveil en beauté.



MASQUE DE NUIT PEAU REPOSÉE, WASO (SHISEIDO)

La promesse Une remise en forme complète de la peau durant la nuit.

Pour qui Les peaux jeunes, mais pas uniquement, tous les épidermes ayant besoin d'une hydratation intense.

Arguments de vente

- L'état de la peau s'améliore en une nuit et continue à être plus fraîche, plus saine en utilisation quotidienne.
- Des extraits botaniques choisis : le yuzu stimule l'hydratation, tout comme le ginseng, les racines de carottes. Le phytoplancton aide à diminuer les effets de la fatigue et du stress.
- Une technologie anti-imperfections : des extraits de racine de pivoine et de glycyrrhizinate ciblent la cause des défauts cutanés, améliorent la résistance aux imperfections tout en prévenant leur aggravation.

80 ml, 49 €. En parfumerie. Depuis début 2019.



MASQUE FONDANT RÉPARATEUR, EISENBERG

La promesse Soin apaisant immédiat visage et yeux, calme et régénère.

Pour qui Les peaux sensibles, sujettes aux intolérances et les peaux matures.

Arguments de vente

- Contient le fameux « trio moléculaire » qui régénère grâce à des enzymes éliminant doucement les cellules mortes, énergise avec des cytokines qui boostent le renouvellement cellulaire, et oxygène grâce à de jeunes pousses de hêtre.
- Un masque magique, une intense action anti-âge, liftante et repulpante.
- Émulsion fine avec des vitamines A et E encapsulées, de l'huile de pépins de raisin, des extraits de thé vert qui agissent contre la perte de fermeté, les rides, les taches.

75 ml, 109,99 €. En parfumerie. Depuis mars 2018.



MASQUE DE NUIT VELOURS, SISLEY

La promesse Vole au secours des peaux sèches et offre un réveil ultra-réconfortant.

Pour qui Les épidermes victimes de tiraillements, rougeurs, les teints en berne.

Arguments de vente

- Une texture cocooning qui enveloppe la peau d'une bulle de douceur. Ses notes miel et fleurs d'orange apaisent les sens.
- L'extrait de fleurs de safran apaise.
- Puissants actifs nourrissants d'origine végétale : huile de macadamia, graines de coton, beurre de kokum, extraits de muguet du Japon redonnent à la peau souplesse et confort.
- Hydratants hyper-efficaces : glycérine végétale, Pro Vitamine B5, abreuvent immédiatement tandis que les extraits de padina pavonica reconstituent les réserves en eau.

60 ml, 100 €. En parfumerie. En octobre.



PLANTSCRIPTION RÉTINOL, ORIGINS (LAUDER)

La promesse Aide la peau à combattre les multiples signes du vieillissement.

Pour qui Les peaux qui ont perdu leur éclat, leur homogénéité, se rident.

Arguments de vente

- Trois puissants anti-âge : la fleur des Alpes et l'angoeissus leiocarpa, extrait d'écorce d'arbre du Ghana, aident la peau à conserver l'apparence de la jeunesse. Le rétinol accélère le renouvellement cellulaire naturel.
- Technologie d'hydratation avancée pour reconstituer les réserves d'eau.
- Mélange d'huiles essentielles, mandarine, anis étoilé, rose, lavande et géranium pour apaiser et rafraîchir.
- À appliquer tous les deux jours pendant deux semaines puis augmenter jusqu'à une utilisation quotidienne.

30 ml, 66 €. En exclu Sephora. En septembre.



NCF-NIGHT MASK, FILORGA

La promesse Effet rajeunissant.

Pour qui Les peaux fatiguées, stressées, après des nuits trop courtes.

Arguments de vente

- Une rénovation intensive de la qualité de peau grâce au NCEF, complexe revitalisant unique d'acide hyaluronique et de 50 ingrédients aussi concentrés qu'en mésothérapie pour relancer l'activité cellulaire.
- Une récupération idéale, avec un complexe issu de l'arbre à soie qui déclenche le processus de régénération pour une peau apaisée et raffermie au réveil, et un extrait d'indigo rouge qui chasse stress et pollution.
- Une galénique étonnante qui enveloppe la peau dans un cocon ultra-sensoriel.

50 ml, 61,90 €.

En pharmacie et parfumerie. Depuis novembre 2018.

Marie-Françoise
Dubillon

LE GRAND BLEU

Après le monde végétal, la préservation des océans et plus largement de l'eau commence à être au cœur des campagnes RSE des marques notamment de cosmétiques.



CAMPAGNES DE PROTECTION

Représentant 70% de la surface terrestre totale, les océans sont pollués par 300 millions de tonnes de plastique et de déchets. Les acteurs de la beauté comme bien d'autres s'engagent à plusieurs niveaux. Avène (Pierre Fabre), dans le cadre de Skin Protect Ocean Respect, a reformulé sa gamme de solaire et s'est associé à PUR Project dans un programme de régénération des coraux en Indonésie. Dès 2015, le groupe Léa Nature a consacré une campagne aux océans avec le soutien de la Fondation Ekibio et Surfrider Foundation Europe. Dans un autre registre, Adidas s'est associé à l'organisation environnementale Parley for the Ocean pour la création d'une collection dédiée. Et IKEA réutilise du PET recyclé issu du nettoyage de la Méditerranée dans sa collection de linge de maison Musselbloma.



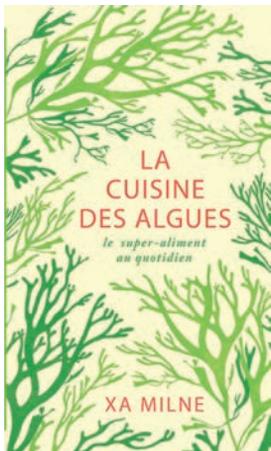
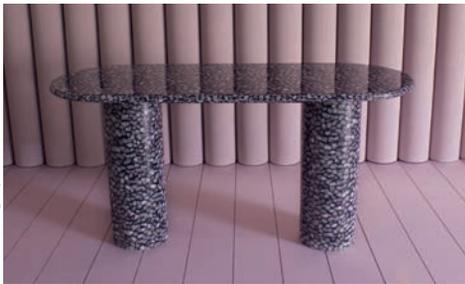
COSMÉTIQUES ANHYDRES

Pour aller encore plus loin dans la préservation de l'eau, les marques développent des cosmétiques anhydres. Ce ne sont pas seulement des versions solides des cosmétiques conventionnels. Ce sont aussi de nouvelles gestuelles de soin. Chaque étape du rituel a sa galéniq à l'image des shampooings solides chez Lamazuma ou Pachamamai, des nettoyants de Milk Makeup ou des huiles, comme celles de DHC. La cosmétique sans eau est aussi une façon de formuler sans conservateur, en plus de s'affranchir de packagings.



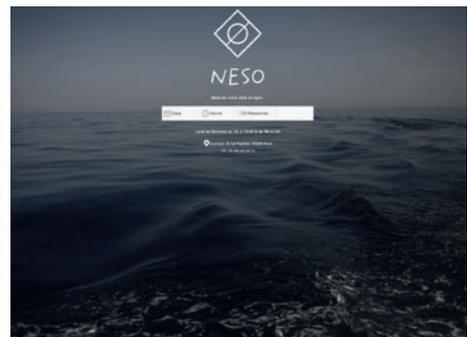
ÉCOSYSTÈME INSPIRANT

Sources d'inspiration, pour la collection d'accessoires et de bijoux Zara (Inditex) de l'été 2019 ou pour la ligne de maquillage Sea de Tarte (Kosé), les coquillages deviennent un moyen de sensibiliser les consommateurs à la protection de la faune et de la flore des océans. Les coquillages et l'écosystème marin sont devenus une matière première transformable. Shellworks, une start-up londonienne, extrait de la chitine des déchets et carcasses des crustacés et fabrique un plastique en biopolymère. Autre exemple, la designer anglaise Bethan Gray utilise des coquillages pour la fabrication de meubles dans sa collection Eden.



BIENFAIT DES ALGUES

Les algues marines font l'objet d'un nombre croissant d'études et d'utilisations. Dans la beauté, des marques comme Thalgo, Phytomer, Daniel Jouvance, Algotherrm, Algologie... en ont fait leurs actifs phares. Plus efficaces que les plantes terrestres pour réduire les niveaux de CO₂ dans l'air ambiant, elles sont aussi un bon moyen d'assainir les espaces urbains. Les algues sont aussi considérées comme une alternative importante au plastique. Riche en nutriment comme le bêta-carotène et le fer dans la spiruline par exemple, les algues sont cuisinées par les grands chefs comme Guillaume Sanchez, du restaurant parisien étoilé NE/SO. Xa Milne consacre un ouvrage pour démocratiser cet aliment. En textile, la designer bretonne Violaine Buet les exploite pour tisser des vêtements en suivant les mêmes principes que pour les fibres conventionnelles.



Anais Engler

TESTEZ VOS CONNAISSANCES

Après la rentrée, place aux rituels beauté qui préparent l'hiver. Sachez conseiller vos clientes et leur proposer le parfum idéal parmi les nouveautés de cette saison.

1 Qui est l'égérie de Libre, le nouveau parfum d'YSL ?

- A. Ariana Grande
- B. Dua Lipa
- C. Miley Cyrus

2 Quel est le parti pris de la marque de parfum d'Aurélien Guichard ?

- A. Chaque parfum porte le nom de ce qu'il contient
- B. Chaque parfum est bio
- C. Chaque parfum s'inspire de sa vie

3 Qui n'est pas une égérie de la nouvelle marque de maquillage D&G ?

- A. Monica Bellucci
- B. Catherine Loewe
- C. Chiara Ferragni

4 Quelle marque affiche des visuels baroques sur ses packagings ?

- A. Gucci
- B. Dolce & Gabbana
- C. Fendi

5 À quelle marque de mode L'Oréal Paris s'est-il associé pour la Fashion Week ?

- A. Balenciaga
- B. Lanvin
- C. Karl Lagerfeld

6 Dans quelle nouvelle catégorie se lance la marque de soins capillaires, Ouai ?

- A. Le maquillage
- B. Les déodorants
- C. Le parfum

7 Quel produit Clarins a fait l'objet d'un relooking par la marque de vêtements The Kooples ?

- A. Huile confort lèvres
- B. Ombre matte
- C. Skin Illusion

8 À quelle ville fait honneur le dernier parfum de Valentino ?

- A. Paris
- B. Rome
- C. Londres

9 Quel est le thème de la dernière collection de parfums Chloé ?

- A. Les fleurs
- B. Les herbes aromatiques
- C. Les épices

10 Combien de teintes complètent la ligne de fond de teint Chanel, Ultra Le Teint Velvet ?

- A. Quatre
- B. Six
- C. Huit

11 Qui est le dernier parfumeur invité par Frédéric Malle ?

- A. Alberto Morillas
- B. Anne Flipo
- C. Jean-Claude Ellena

12 De quel parfum Angelina Jolie est-elle l'égérie ?

- A. Mon Guerlain de Guerlain
- B. Joy de Dior
- C. Flower de Kenzo



Réponses : 1, B ; 2, A ; 3, C ; 4, B ; 5, C ; 6, C ; 7, A ; 8, B ; 9, A ; 10, B ; 11, C ; 12, A

Visuel Pub à venir

LANCÔME

PARIS

Lancome.fr - OAPLF - SNC - 14 rue Royale - 75008 Paris - RCS Paris 314 428 186. Photographie retouchée.



#LIVE YOUR STRENGTH[®]
*VIVEZ VOTRE FORCE



NOUVELLE
FORMULE
*ISSUE DE
LA SCIENCE DU
MICROBIOME.*

LE MICROBIOME EST UN ÉCOSYSTÈME VIVANT BÉNÉFIQUE CONSTITUÉ DE MICRO-ORGANISMES, C'EST UNE PARTIE INTÉGRANTE DE LA SURFACE CUTANÉE. SON ÉQUILIBRE EST ESSENTIEL À LA PEAU.

RÉCUPÉRATION PLUS RAPIDE DE LA PEAU.
UNE PEAU RENFORCÉE & D'APPARENCE PLUS JEUNE.

NOUVEAU
ADVANCED GÉNIFIQUE

SÉRUM ACTIVATEUR D'ÉCLAT ENRICHÉ EN 7 FRACTIONS DE PRÉ- & PROBIOTIQUES

C'EST PROUVÉ, CETTE NOUVELLE FORMULE AMÉLIORÉE AGIT SUR LE MICROBIOME CUTANÉ, L'ÉCOSYSTÈME VIVANT DE LA PEAU. DÈS 7 JOURS, LA PEAU EST ÉCLATANTE DE JEUNESSE. APRÈS UN FLACON SEULEMENT, LA PEAU RÉCUPÈRE PLUS VITE ET LES SIGNES CLÉS DE L'ÂGE SONT AMÉLIORÉS : ÉCLAT, RIDES, UNIFORMITÉ ET FERMÉTÉ.

APPRIVOISER SON MICROBIOME

Les bactéries ne sont pas toujours néfastes, bien au contraire. L'écosystème qui peuple la surface de la peau en est un bon exemple. Découvrez dans cette édition Conseillère, **la Question du mois sur la flore cutanée** : son rôle, sa fonction et comment la protéger. D'abord, en l'agressant le moins possible, avec un démaquillant adapté, mais aussi en entretenant son équilibre au quotidien grâce à des actifs comme les pré et les postbiotiques. Perfectionnez vos conseils en matière de soin avec, ce mois-ci, **un Panorama dédié aux masques de nuit**. Ces produits qui ne nécessitent pas de temps de pose s'appliquent le soir pour une peau plus belle le lendemain. Idéal pour toutes vos clientes, même les moins expertes. **Le décryptage, lui, est dédié aux soins anti-taches**, une problématique qui peut concerner vos clientes dès l'âge de trente-cinq ans. Enfin, vous deviendrez incollable sur **le parfum Mon Guerlain**, grâce à notre Saga, à l'occasion de la sortie de la dernière déclinaison, l'Eau de parfum intense.



Jessica Huynh

© JB Charles

Suivez-nous sur



N° 83

GRANDS
LANCEMENTS
Libre Yves Saint
Laurent

11

6 LA QUESTION DU MOIS

Comment préserver sa flore cutanée ?

PRODUITS | GRANDS LANCEMENTS

- 11 Parfum | Yves Saint Laurent
- 12 Soin | Jowaé | SVR | Resultime
- 14 Soin | Payot | Biotherm | Givenchy
- 15 Maquillage | Chanel | Bourjois | Revlon
- 16 Parfum | Chloé | Valentino | Lady Million
- 17 Maquillage | Lancôme | OPI

PRODUITS | À SUIVRE

- 18 Maquillage | Dolce & Gabbana
- 19 Soin | Liérac
- 20 Parfum | Aurélien Guichard, Matière Première
- 21 Maquillage | Clarins Parfum | Juliette Has a Gun
- 22 Soin | Laneige | Primark Parfum | Ouai
- 23 Maquillage | Karl Lagerfeld for L'Oréal Paris
- 24 Parfum | Frédéric Malle | Bon Parfumeur
- 25 Décryptage | Les soins anti-taches
- 26 Saga | Mon Guerlain
- 27 Panorama | Les masques de nuit
- 28 Mood Board | Le grand bleu

QUIZ

- 31 Testez vos connaissances





Lady Million Empire, le nouveau parfum

paco rabanne

COMMENT PRÉSERVER SA FLORE CUTANÉE

Elles sont des milliards sur notre peau. Mais il ne faut pas en avoir peur. Il faut même les protéger car elles garantissent sa santé et sa beauté.

UNE FLORE CUTANÉE CULTIVÉE PAR LES COSMÉTIQUES

Les bactéries constituent la grande partie de notre flore cutanée ou microbiome « *Nous ne sommes pas humains, nous sommes une colonie de bactéries en marche* », déclare en riant Jeroen Raes, un célèbre chercheur de l'Institut de bactériologie de Louvain. Elles sont en effet plus nombreuses que les cellules de notre organisme et pèsent plus lourd que notre cerveau. C'est impressionnant, mais surtout passionnant car on sait maintenant qu'avec les levures et autres micro-organismes, elles font œuvre utile, la preuve : les cosmétiques nouvelles générations s'appliquent à les préserver ou à les restaurer.

LE MICROBIOME : BODYGUARD DE LA PEAU

Véritable service de défense sur la peau, cette flore cutanée joue un rôle primordial. Tout ce petit monde vit dans une entente cordiale et en parfait équilibre. « *Bactéries, levures, champignons occupent le terrain en bonne harmonie empêchant ainsi les micro-organismes pathogènes de s'y introduire*, explique Michèle Sayag directrice de la Stratégie Médicale chez Bioderma (groupe Naos). *Lorsque ces dernières tentent d'infecter la peau, elles les repoussent en produisant des substances toxiques pour les détruire. Mais parfois les mauvaises bactéries ou levures prennent le dessus provoquant l'apparition de maladies cutanées : acné, dermatite séborrhéique, dermatite atopique, eczéma inflammatoire.* »

LES BONS GESTES POUR PROTÉGER SA FLORE CUTANÉE

Cette barrière indispensable à la peau est parfois déséquilibrée par les gestes quotidiens. C'est le plus souvent au moment du démaquillage que vos clientes détériorent leur flore cutanée. Guidez-les vers des nettoyants les moins agressifs possible, sans grains,

qui respectent le pH de la peau, (soit 5,5 environ donc légèrement acide). Les laits à émulsionner du bout des doigts sont l'idéal car ils s'utilisent sans eau qui, souvent trop calcaire, perturbe le microbiome. On les retire avec un coton doux imbibé d'une lotion sans alcool. (Galatée Confort de Lancôme – L'Oréal Luxe – , Doux Nettoyant Moussant de Clarins, Lait Tendre Démaquillant de Dior - LVMH – , Lait Doux Ever Calm de Ren, Mousse Nettoyante Délicate de Nocibé - groupe Douglas.) Ils se retirent avec la lotion assortie ou avec une eau florale, (Sanoflore, Sisley). Vous pouvez aussi leur recommander des huiles douces : on en verse quelques gouttes dans la main et on masse légèrement le visage avant de



retirer avec une lotion. Et pour les peaux fragilisées, une crème lavante peut être aussi la garantie de ne pas déséquilibrer son microbiome, (Xera Confort, Crème Lavante A-Derma – Pierre Fabre.) Mettez aussi vos clientes en garde contre l'eau très chaude, qui, elle aussi perturbe la flore tout comme les gommages trop fréquents. Attention également aux gels mains anti-bactériens, « *j'ai vu des mains totalement abîmées, rouges, desquamantes après usage trop fréquents* », explique Romuald Vallée directeur Scientifique Phytomer. Quant aux antibiotiques cutanés « *ils sont parfois utiles*, concède Michèle Sayag, *mais il convient de les utiliser uniquement sur prescription médicale et pas plus longtemps que nécessaire.* »



Bactéries,
levures,
champignons
vivent sur la
peau en bonne
harmonie.

© Adobe Stock

LES COSMÉTIQUES AU SECOURS DU MICROBIOME

Depuis quelques années, les cosmétologues s'intéressent à la flore cutanée. « *Aujourd'hui le défi pour la recherche, déclare Luc Aguilar, biologiste et directeur de Recherches Biologique et Clinique du Groupe L'Oréal est de comprendre comment se modifie le microbiome, identifier les facteurs génétiques et environnementaux. Parvenir aussi à rééquilibrer les communautés de micro-organismes et prévenir leur déséquilibre. Il y a plusieurs façons d'agir sur le microbiome pour apporter des bénéfices à la peau. La première est de nourrir les micro-organismes en leur apportant de quoi s'alimenter. Ce sont des prébiotiques : corps gras, sucres, minéraux. La deuxième voie est celle des postbiotiques : c'est un ensemble de molécules naturellement sécrétées par les bactéries à la surface de la peau qui miment ce que font ces bactéries : certains acides gras par exemple participent à la récupération d'une bonne fonction barrière de l'intestin et on peut extrapoler à la peau.* » Les probiotiques quant à eux sont plus difficiles à « apprivoiser » car il est difficile de les garder vivants dans un sérum ou une crème, mais on sait aujourd'hui comment les rendre

actifs en les « bricolant ». Dernière piste : une sorte de greffe de bactéries. « *La difficulté réside à avoir des bactéries vivantes, stabilisées, et de les conserver sous une forme qui permettent de retrouver leur efficacité quand elles sont appliquées sur la peau.* » L'Oréal y travaille d'arrache pied !

LE MICROBIOME, AVENIR D'UNE COSMÉTIQUE PERSONNALISÉE

Dans le futur, on peut envisager des tests diagnostics afin de contrôler le bon équilibre de la flore microbienne de chacun et de personnaliser les soins. On pourra utiliser le microbiome pour corriger les signes de l'âge, prévenir les changements de notre peau, mieux traiter ses désordres, corriger les taches, et prévenir leur apparition. Grâce à des outils connectés, on pourra détecter en quelques minutes les changements du microbiome qui vont entraîner des désordres de la peau, du cheveu, et déterminer quand utiliser un shampoing anti-pelliculaires, comment prévenir les récurrences de l'acné, de l'eczéma et éviter parfois le recours aux antibiotiques.

Marie-Françoise Dubillon

N°1
des sérums
anti-âge!

CLARINS
PARIS

Double Serum
[Hydric + Lipidic System]

Vous, avant tout.

TESTÉ. APPROUVÉ. RECOMMANDÉ.

Double Serum

Traitement anti-âge intensif.

2 sérums en 1 pour agir
sur les signes visibles de l'âge.

Concentrés dans une double formule unique,
21 puissants extraits de plantes stimulent
les 5 fonctions vitales de la peau: régénération,
oxygénation, nutrition, hydratation
et protection.

Texture universelle. Toutes peaux.

Dès 7 jours²:

- éclat immédiat
 - pores et ridules atténués
 - peau d'apparence plus jeune
-

Disponible en boutiques Clarins, parfumeries,
grands magasins et sur **CLARINS.COM**.

1. Source NPD BeautyTrends¹: Clarins Double Serum 50ml, items soins sérums anti-âge vendus en parfumeries et grands magasins en France, marques prestige, ventes valeur & unités, année 2018 et YTD août 2019.
2. Test de satisfaction, panel multi-ethnique, 362 femmes.

CLARINS

PARFUM

YVES SAINT LAURENT

LIBRE

L'Oréal Luxe rend hommage aux valeurs d'indépendance et de liberté d'Yves Saint Laurent avec sa nouvelle eau de parfum : Libre. Anne Flipo et Carlos Benaim (IFF) ont travaillé une fougère, note davantage présente

Groupe: L'Oréal Luxe.

Circuit de distribution: en parfumerie et les grands magasins agréés.

Contenance et prix : vaporisateurs 30 ml, 61 € ; 50 ml, 88 € ; 90 ml, 103 €.

Communication: film, visuels publicitaires et « Libre Tour » avec la présence de Dua Lipa, le 10 septembre à New York, et à partir du 17 septembre à Londres, Madrid, Paris... et le 5 novembre à Shanghai.

Date de sortie : 16 septembre.

travail en commun, mais de collaboration en bonne intelligence », affirme-t-on chez Yves Saint Laurent Beauté. Libre, conditionné dans un flacon rectangulaire qui est une prouesse technique, est incarnée par la chanteuse Dua Lipa (voir ci-contre).

Maryline Le Theuff

dans les masculins que dans les féminins, adoucie par de la fleur d'oranger. Une façon de rappeler le style du couturier qui a puisé dans le vestiaire masculin pour habiller les femmes, notamment avec le célèbre smoking. « La création de Libre a été partagée avec la maison de couture. Nous ne parlons pas de



Une égérie mondiale

Avec plus d'un milliard de vues sur YouTube pour son clip New Rules, Dua Lipa fait partie des artistes les plus écoutés et regardés ces deux dernières années. Pour le film Libre Yves Saint Laurent tourné en Arizona, elle a repris une chanson des Rolling Stone, I'm Free. Elle a réalisé toutes les scènes y compris celle où elle réceptionne un aigle royal sur les bras.



DK

Un flacon technique

Le flacon réalisé par Heinz Glass présente une encoche pour recevoir le logo Cassandre horizontale apposé sur le verre. Une prouesse technique puisque les colonnes de verre devaient rester parallèles et symétriques, les arêtes vives. Au fond du flacon, la marloquette – goutte de verre – devait être la plus plane possible avec un poids qualitatif.

SOIN

JOWAÉ MISE SUR LE KUMQUAT

La marque à l'inspiration coréenne du groupe Alès complète son rituel de soin avec une gamme hydratation énergisante. Pour cette ligne, qui intègre trois produits (un gel vitaminé hydratant énergisant, un gel yeux vitaminé hydratant défatigant et une crème masque hydratante récupératrice nuit),

Jowaé a choisi le kumquat comme ingrédient de référence. Riche en flavonoïdes et en vitamines C, ce superfruit d'Extrême-Orient confère des propriétés énergisantes à l'instar du gingembre et du café.

A.E.

Groupe : Alès Groupe.

Circuits de distribution : pharmacies et parapharmacies.

Contenances et prix : 40 ml, 16, 90 € Gel vitaminé hydratant ; 15 ml, 14,90 € Gel Yeux Vitaminé ; 40 ml, 17,90 € Crème-Masque hydratante.

Communication : en digital.

Date de sortie : depuis septembre.



SOIN

SVR ULTRA-CONCENTRÉ



#BIENDANSMAPEAU est le nouveau manifeste de la marque aux formules désormais plus clean, mais toujours accessibles en prix. Il en est ainsi de trois ampoules ultra-concentrées pour une correction annoncée dès sept jours. L'ampoule [A] Lift est riche de deux vitamines A (rétinol), pour un lissage express de la peau ; [B3] Hydra contient de la vitamine B3 appelée aussi niacinamide aux propriétés apaisantes, anti-inflammatoires et anti-rougeurs enfin [C] anti-ox compte de la vitamine C optimisée, pour un teint détoxifié. Ces formules s'utilisent comme un sérum sous ou mélangées à une crème de jour. C.N.

Groupe : Kresk (holding de Didier Tabary) et HLD.

Circuits de distribution : pharmacies et parapharmacies.

Contenance et prix : 30 ml, 34,90 €.

Date de sortie : octobre.

SOIN

LA DÉTOX DE NUIT PAR RESULTIME

Le collagène est la protéine principale du corps humain. La marque en a fait son fer de lance depuis 1950 avec une version vectorisée dont elle a le secret. Cet actif qui en stimule la régénération est associé au charbon noir actif et à des polyphénols dans un complexe au cœur du Masque Détoxifiant Revitalisant. Son pot noir laqué dissimule un gel-en-huile noir aux notes boisées. La gelée, une fois massée, se transforme en huile. Ses micro-grains de sable noir volcanique lissent la peau. C.N.

Groupe : Nuxe.

Circuits de distribution : pharmacies et parapharmacies.

Contenance et prix : pot 50 ml, 39,90 €.

Communication : présentoir, visuels dans les points de vente.

Date de sortie : octobre.





SOIN

PAYOT VOIT LA VIE EN ROSE

La marque qui fêtera ses cent ans en 2020 poursuit sa quête d'une beauté positive avec sa nouvelle gamme Roselift Collagène. Elle renforce la densité, la tonicité et la fermeté de la peau. Recommandés autour de quarante ans, les cinq produits sont formulés avec un complexe composé de rose de Damas riche en oligo-saccharides qui relance le métabolisme des fibroblastes et d'un peptide collagène-boosteur qui stimule les fibres pour redensifier la peau. Au programme de la routine, un sérum haute pénétration au fini soyeux, une crème liftante, une oléo-crème de nuit, un soin contour des yeux et des patchs hydrogel pour les yeux.

C.N.

Groupe : Payot.**Circuits de distribution :** instituts, spas, pharmacies, parapharmacies.**Contenances et prix :** 30 ml, 78 € pour le sérum ; 50 ml, 78 € pour la crème ; 50 ml, 79 € pour l'oléo-crème de nuit ; 15 ml, 45 € pour le soin regard ; 10 sachets duo, 48 € pour les patchs hydrogel pour les yeux.**Communication :** presse et digital.**Date de sortie :** septembre.

SOIN

BIOThERM DES ALGUES CONTRE DES RIDES

Spécialiste du plancton, Biotherm présente une nouvelle ligne de soin formulée pour lutter contre les signes de l'âge, Blue Therapy Amber Algae Revitalize. Décliné en crème de jour et de nuit, Blue Therapy est riche en algue ambrée, la laminaria ochroleuca, en Plancton de Vie, en cinq huiles

Groupe : L'Oréal.**Circuits de distribution :** Nocibé, grands magasins, pharmacies et parapharmacies.**Contenance et prix :** 50 ml, 71 € pour la crème de jour et 50 ml, 75,50 € pour la crème de nuit.**Date de sortie :** depuis le 16 septembre.

végétales et en beurre de karité et en calcium minéral. La crème de jour garantit hydratation et éclat grâce à des micro-perles de roses illuminatrices et la crème de nuit, à la texture plus riche, régénère la peau.

A.E.



SOIN

GIVENCHY L'INTEMPOREL S'AGRANDIT

Givenchy complète la gamme de soin Intemporel avec deux références : l'Huile Booster de Fermeté et le Masque Sublimateur Jeunesse Globale. La première est formulée avec plusieurs huiles : d'argan régénérant, de commiphora stimulateur de collagène, de camélia nourrissant et de spilantès acmella à l'effet tenseur. Sa galénique fine et soyeuse pénètre rapidement dans la peau. La deuxième nouveauté, le masque Sublimateur Jeunesse Globale, compte le complexe signature de la ligne, Timeless Blend, pour préserver l'apparence de la jeunesse de la peau. Allié à des actifs soft-peel, le masque affine et unifie le grain de peau en un temps d'application express de deux minutes.

A.E.

Groupe : LVMH.**Circuits de distribution :** parfumeries et grands magasins.**Contenance et prix :** 75 ml, 75 € pour le masque Sublimateur Jeunesse Globale ; 30 ml, 125 € pour l'Huile Booster de Fermeté.**Date de sortie :** septembre.

MAQUILLAGE

LE MAT SELON CHANEL



La maison au double C (Wertheimer) étoffe son offre maquillage à la rentrée. Sorti en 2014, Perfection Lumière Velvet devient Ultra Le Teint Velvet. Le fond de teint conserve la même formule, mais s'enrichit de six nouvelles teintes. Le complexe Perfect Skin Affinity épouse les contours de la peau pour créer une seconde peau invisible tandis que les poudres Soft Focus estompent les irrégularités de surface. Le résultat : un teint unifié et un grain de peau affiné. Le complexe breveté Perfect Light Control assure un fini mat velours grâce à deux types de poudre. Côté lèvres, la collection Rouge Allure Ink Fusion de Chanel propose douze rouges à lèvres liquides au fini ultra-mat et longue tenue. La texture alliant polymères et gel s'étire sur les lèvres en un voile soyeux qui laisse une couleur intense et waterproof. **J.H.**

Groupe : Chanel.

Circuits de distribution : boutiques Chanel Parfum Beauté, parfumeries et grands magasins.

Contenances et prix : 6 ml, 36 € ; 30 ml 43 €.

Communication : un plan multimédia est prévu.

Date de sortie : le 3 octobre.

MAQUILLAGE

LE NOUVEAU DUO DE BOURJOIS



La signature française de Coty aborde la rentrée avec de nouvelles références teint lifeproof à la double promesse : longue tenue et haute couvrance. Décliné en quinze teintes, le fond de teint Always Fabulous délivre une formule sans huile, au fini semi-mat et velouté. Elle est enrichie en acide hyaluronique et vitamine E et est dotée d'un

SPF 20. L'anticernes associé, disponible en six teintes, apporte une haute couvrance dans une texture légère et crémeuse pour une sensation de peau adoucie. Sans transfert, il promet jusqu'à 24 heures de tenue. **J.H.**

Groupe : Coty.

Circuit de distribution : GMS.

Contenances et prix : 6 ml, 11,95 € l'anticernes ; 30 ml, 17,99 € le fond de teint.

Date de sortie : depuis août en boutique Bourjois et depuis septembre chez Monoprix, à partir de novembre en GMS.

MAQUILLAGE

REVLON PROTÈGE LE TEINT



La marque dévoile Photoready Candid, une gamme de maquillage pour le teint dédiée à la protection contre la pollution, le stress oxydatif et la lumière bleue. S'adressant principalement aux consommateurs urbains, la ligne se veut à la frontière entre le maquillage et le soin. Le fond de teint se décline en six teintes à

la couvrance modulable. La gamme compte aussi trois anticernes, Anticernes Photoready Candid, contenant de la caféine comme ingrédient supplémentaire pour activer la circulation sanguine. L'égérie de cette collection sera l'actrice israélienne Gal Gadot, déjà ambassadrice Revlon.

A.E.

Groupe : Revlon.

Circuit de distribution : GMS.

Contenances et prix : 6 teintes, 22 ml, 11,90 € pour le fond de teint, 3 teintes, 10 ml, 10,90 € pour le correcteur.

Date de sortie : septembre.

PARFUM

LA COLLECTION BUCOLIQUE DE **CHLOÉ**

La marque de mode anglaise s'inspire des fleurs pour sa nouvelle collection de jus. L'Atelier des Fleurs de Chloé se compose de neuf eaux de parfum pour lesquelles les parfumeurs ont été invités à composer à partir de leur végétal fétiche et en s'appuyant sur des souvenirs d'enfance, de voyages... Un jardin rêvé et idyllique qui s'articule ainsi autour de fleurs, mais aussi de plantes et de bois : Rosa Damascena et Herba Mimosa par Amandine Clerc-Marie (Firmenich), Lavanda et Cedrus de Quentin Bisch (Givaudan), Magnolia Alba et Jasminum Sambac signées Louise Turner (Givaudan), Hibiscus Abelmoschus par Domitille Michalon Bertier (IFF), Néroli par Sidonie Lancesseur (Robertet) et Verbena par Mylène Alran (Drom). Les jus ont comme écrin un flacon plissé, détail caractéristique de la maison Chloé.

Groupe : Coty.

Circuit de distribution : parfumeries et grands magasins.

Contenances et prix : 50 ml, 98 € ; 150 ml, 198 €.

Communication : en digital.

Date de sortie : le 21 octobre en avant-première aux Galeries Lafayette.



J.H.

PARFUM

VALENTINO BORN IN ROMA

Premiers parfums Valentino sous l'ère loréalienne. Le groupe qui s'est vu confier la licence beauté signe un duo Born in Roma Donna et Born in Roma Uomo. La fragrance féminine, un floral avec une overdose boisée a été composée par Amandine Marie et Honorine Blanc (Firmenich). Elle associe un trio de fleurs de jasmin à de la vanille bourbon et une note boisée animale. Le masculin signé Antoine Maisondieu et Guillaume Flavigny (Givaudan) est un vétiver boisé-aromatique né d'un absolu de feuilles de violette et de vétiver fumé avec une note épiciée de gingembre, de sel minéral et d'accords boisés.

M.L.T.

Groupe : L'Oréal Luxe.

Circuit de distribution : Parfumeries et grands magasins agréés.

Contenance et prix : 30 ml, 59,50 € ; 50 ml, 87,50 € ; 100 ml, 128 € (Donna) 30 ml ; 50 ml, 67 € ; 100 ml, 92€ (Uomo).

Communication : campagne réalisée avec BETC Luxe met en scène des aristopunks (mi-punk, mi-aristo) incarnés par Anwar Hadid, et Adut Akech, muse de Pierpaolo Piccioli, directeur créatif de la maison de couture Valentino.

Date de sortie : 23 septembre.

PARFUM

UN EMPIRE POUR **LADY MILLION**

Les parfums Paco Rabanne poursuivent la saga Lady Million avec Empire. Cette eau de parfum a été composée par Anne Flipo, créatrice du premier Lady Million et Jean Christophe Hérault (IFF). Ce chypré a pour colonne vertébrale le patchouli. Il est enfermé dans le célèbre flacon diamant qui s'est paré de rose. Pour la communication, le mannequin, Londone Lyers, prend la pose devant l'objectif de Daniel Sannwald.

M.L.T.

Groupe : Puig.

Circuit de distribution : grands magasins et parfumeries.

Contenance et prix : 30 ml, 58 € ; 50 ml, 83 € ; 80 ml, 107 €.

Date de sortie : 16 septembre.



MAQUILLAGE

LES PRÉCIEUX ROUGES DE LANCÔME

La marque à la rose enrichit sa gamme de rouges à lèvres signature L'Absolu Rouge avec la collection Ruby Cream. Dans la tendance du bien-être et de la lithothérapie, Lancôme s'inspire des pierres précieuses avec une formule enrichie en poudre de tourmaline contenue dans un raisin taillé en forme de joyau. L'écrin, lui, se pare pour l'occasion d'une robe facettée. Côté couleurs, L'Absolu Rouge Ruby Cream est décliné en quinze nuances riches et pures s'inspirant du rubis. Toutes délivrent un fini intense et longue tenue.

J.H.

.....
Groupe: L'Oréal Luxe .

Circuits de distribution: parfumeries, grands magasins.

Prix: 34 €.

Date de sortie: le 21 octobre.



MAQUILLAGE

OPI DANS LA CAMPAGNE ÉCOSSAISE



Pour sa collection de rentrée, le spécialiste des ongles rend hommage à l'Écosse. Déclinée en douze nouvelles teintes, la collection Scotland fait un clin d'œil aux symboles de la région comme les kilts, les cornemuses ou encore le monstre du Loch Ness. L'éventail de

couleurs fait la part belle aux teintes automnales comme le gris charbon, le violet profond ou encore le vert bouteille, mais aussi aux nuances plus vives comme l'orange et le rouge. Elles sont déclinées en trois finis : Nail Lacquer, Infinite Shine et Gel Color. La couleur phare de la collection, Good girls gone plaid, est un vernis duochrome oscillant entre le violet et le noir selon l'éclairage.

J.H.

.....
Groupe: Coty.

Circuits de distribution: parfumeries, grands magasins et instituts.

Prix: de 14,50 € à 16,50 €, le kit de 4 mini vernis 20 €.

Date de sortie: depuis septembre.

 Ets
Bugnon

Tubes souples plastiques extrudé & multicouche

Produits Cosmétiques | Pharmaceutiques
Bricolage industriel | Petites & moyennes séries



↑ **TUBES EXTRUDÉS PE (BD-MIX BDHD-HD)**

De 10 ml à 300 ml
Ø 25/30/35/40/50

↑ **TUBES MULTICOUCHES PE-EVOH-PE**

De 40 ml à 300 ml
Ø 35/40/50

Découvrez notre gamme sur
www.ets-bugnon.fr

ETS BUGNON 5, bis avenue des Grabilles 74500 LUGRIN - FRANCE
Tél : 04 50 76 00 18 | Fax : 04 50 76 05 82 | E-mail : info@ets-bugnon.fr

Face au cancer, la beauté est une arme.

Pour les hommes et les femmes qui font face au cancer, la perte d'estime de soi est une difficulté qu'il faut savoir surmonter au quotidien.

Nous avons la conviction que la beauté a un rôle majeur à jouer dans la lutte contre la maladie. Elle donne la force et la détermination pour retrouver confiance en soi et continuer le combat.

C'est pourquoi depuis près de 20 ans belle & bien accompagne les personnes atteintes du cancer en leur offrant des ateliers de soins esthétiques.

Soutenez-nous sur bellebien.fr



belle & bien

face au cancer
l'ordonnance de beauté

MAQUILLAGE

DOLCE & GABBANA

PREND SOIN DE LA COULEUR

Le groupe Shiseido a conçu la nouvelle collection Dolce & Gabbana comme un accessoire de mode sans toutefois faire de compromis sur les formules. Celles-ci contiennent des actifs hydratants, nourrissants pour l'éclat du teint comme le Mediterranean Glow

Groupe : Shiseido.

Circuits de distribution :

exclusivité Galeries Lafayette (magasin Paris Haussmann et site marchand).

Contenances et prix :

de 35€ Intenseyes Eyeshadow stick à 110€ Gloriouskin Creamy Foundation.

Communication : sur le point de vente visuels des

six égéries : Monica Bellucci, Bianca Balti, Joony Kim, Catherine Loewe, Chiara Scelsi et Lily Jean Harvey.

Date de sortie :

23 septembre.

Complex. Il est composé d'un extrait naturel de figue de Méditerranée, d'huile d'olive bio italienne et d'acide hyaluronique. Il est associé à un extrait de coton antipollution dans le primer Secret Veil Hydrating Radiant Primer SPF 30. Mediterranean Glow Complex permet au nouveau rouge à lèvres The Only One Luminous Co-

lour d'hydrater et de nourrir les lèvres. Il apporte du confort dès l'application du Solar Glow Ultra-Light Bronzing Powder ou du Solar Glow Universal Bronzing Drops. Les décors des packagings de cette nouvelle collection reprennent les motifs (animalier, dentelle noire, roses et fleurs...) et les codes baroques de la mode Dolce & Gabbana.

Maryline Le Theuf

Accessoires de mode

Six égéries pour un make-up

Dolce & Gabbana a réuni six égéries pour la communication de sa nouvelle collection maquillage. Monica Bellucci (photo) incarne la beauté sensuelle à l'italienne avec un make-up glamour parfait. Bianca Balti est l'élégance décontractée à travers son glow naturel et bronzé. Joony Kim séduit par son look très mode aux couleurs audacieuses. Chiara Scelsi représente une beauté active et insouciant au maquillage naturel et jeune. Catherine Loewe surprend par son look sophistiqué, classique de la femme mature. Lily Jean Harvey apparait décontractée et sportive.



© Dolce & Gabbana



SOIN

LA PRESCRIPTION ANTI-RIDES DE **LIERAC**



La marque de dermocosmétique s'inspire de la cicatrisation tissulaire pour sa nouvelle gamme anti-âge, Cica Filler. Composée d'un sérum, d'un gel-crème et d'une crème, elle est enrichie en bakuchiol pro-collagène, hyalu-3 repulpant et complexe ALP réparateur. Le sérum, conditionné dans les ampoules, se présente comme une cure de choc pour les femmes à partir de trente ans. Chaque ampoule représente dix jours d'utilisation. Le gel-crème délivre outre la promesse anti-âge un fini matifiant, et la crème apporte hydratation et confort. La formule, qui contient 89 % d'ingrédients d'origine naturelle, promet une double action : cicatiser et combler, avec des résultats visibles dès sept jours.

J.H.

Double action

Groupe : Alès Groupe.

Circuits de distribution : pharmacies, paras et grands magasins.

Contenances et prix : ampoules 3x10 ml, 59 € ; gel-crème 40 ml, 49 € ; crème 40 ml, 49 €.

Date de sortie : depuis septembre.

VERSION LABORATOIRE ORGANIQUE



Le façonnage nouvelle génération

Innovation



Gestion de projet :

Nous accompagnons les marques dans leur mutation vers le bio

Expertise



Sur-mesure : Du cahier des charges à la mise sur le marché en 12 mois

Qualité



Gamme blanche BIO :

70 formules disponibles à partir de 200€/ref - Livraison 4 à 8 semaines (Solaire - Capillaire - Bébé - Soin - Homme - Anti-âge)

Flexibilité



Règlementaire :

Dossiers produits avec évaluation de la sécurité en interne, ERP globalisé de la R&D à la production

PARFUM

AURÉLIEN GUICHARD PRÉSENTE SA **MATIÈRE PREMIÈRE**

Après deux ans de développement, Aurélien Guichard (nez chez Takasago) lance à son tour sa propre maison de parfum. Nommée Matière Première, en hommage à la base de travail des parfumeurs, la collection se présente comme une « vraie démarche de création avec une approche accessible car les consommateurs aujourd'hui ont envie de comprendre ce qu'il y a dans les parfums. C'est important de leur ouvrir notre savoir-faire ». Dans cette optique pédagogique, le site Internet de la marque délivre du contenu sur les matières premières travaillées, leur provenance, leur extraction... Les visiteurs ont aussi la possibilité de poser des questions sur le parfum. Pour son lancement, la gamme compte six jus mixtes,

Circuit de distribution :

chez Harrods et au Printemps fin octobre.

Contenances et prix :

7 ml, 29 € ; 100 ml, 190 €.

Date de sortie :

le 1^{er} octobre.

« Le résultat d'une idée créative habillée d'une matière première ». Tous portent le nom de ce qu'ils contiennent : Parisian Musc, Cologne Cédrat, Santal Austral, Néroli Oranger, Bois d'ébène et Encens suave. Pour ce dernier par exemple, l'idée était de composer un encens noir, addictif et charnel. La note principale d'encens résine Somalie est accentuée avec du ciste labdanum et du benjoin absolu, tandis que la facette gourmande est soutenue par des notes café et vanille. Le flacon, lui, est directement inspiré des fioles de matières premières utilisées par les parfumeurs. Le moule a été réalisé sur-mesure par Waltersperger.

Jessica Huynh

Le parfumeur

Issu d'une longue lignée de parfumeurs grasseois (septième génération), Aurélien Guichard est parfumeur senior de la maison de composition japonaise Takasago depuis 2018. Il a passé auparavant quatorze ans chez Givaudan, où il a été formé, et quatre ans chez Firmenich.



Il est notamment l'auteur de Narciso, Gucci Guilty femme, Gucci Guilty pour homme et Ricci Ricci.

Pédagogique



Un déploiement à l'international

Référencée dès le lancement chez Harrods à Londres, Matière Première a signé un contrat de distribution avec le Printemps et travaille à s'implanter dans des parfumeries indépendantes dans toute la France. Le plan de développement sur trois ans prévoit dans un premier temps l'Europe, avant les États-Unis, le Moyen-Orient et la Russie en 2020 puis l'Asie en 2021. Une levée de fonds est prévue pour soutenir son déploiement.

MAQUILLAGE

THE KOOPLES RHABILLE CLARINS



Édition limitée

La marque de vêtements (groupe Maus Frères) met un pied dans le monde de la beauté avec Clarins. À l'occasion d'une édition limitée, The Koooples offre à un pilier de la marque un relooking façon rock. L'Huile confort lèvres est déclinée en deux teintes : Light stone (rose lacté) et Dark stone (prune aux reflets dorés) pour un fini tout en transparence grâce à un pigment intelligent qui s'adapte au pH des lèvres. La formule inchangée contient un cocktail d'huiles végétales (noisette et jojoba) pour nourrir et apaiser les lèvres. Le pack secondaire a lui été rhabillé d'un effet marbre.

J.H.

Circuits de distribution : en exclusivité chez Sephora, dans les boutiques Clarins et The Koooples.
Contenance et prix : 7 ml, 23 €.
Date de sortie : le 15 octobre.

PARFUM

JULIETTE HAS A GUN CÔTÉ ORIENT



Femme fatale

La marque de niche enrichit sa collection de parfums Luxury avec un nouveau jus, In the mood for oud. Juliette Has a Gun dresse le portrait de sa vision de la femme fatale avec une création olfactive qui tourne autour du bois précieux de oud. Le jus signé Romano Ricci s'ouvre avec une fraîcheur hespéridée avant de dévoiler son cœur chaud et animal de bois de oud, essences de papyrus, de safran et de framboise, sur un fond velouté (fève de tonka et vanille). Le flacon se pare pour l'occasion d'une robe rouge flamboyant, surmonté d'un capot doré.

J.H.

Circuit de distribution : en sélectif.

Contenance et prix : 75 ml, 220 €.

Date de sortie : depuis septembre.



ZIEGLER
Cosmetics

TRANSPORTS - LOGISTICS - CUSTOMS



[COSMETICS@ZIEGLERGROUP.COM](mailto:cosmetics@zieglergroup.com)

[WWW.ZIEGLERGROUP.COM](http://www.zieglergroup.com)

SOIN

LANEIGE L'HYDRATATION EN CLICK PEN

Laneige décline son soin hydratant **Water Bank**, inspiré des rituels de beauté coréens. Il est formulé avec de l'Eau Minérale Verte, en une version nomade : Water Bank Quick Hydro Pen, un stylo applicateur. Son embout en silicone délivre une quantité de produit limitée pour un meilleur dosage. Il s'utilise en retouche sur le maquillage au cours de la journée. Ce stylo s'ajoute à la une crème, au gel et au sérum que compte déjà cette gamme Water Bank.

A.E.

Groupe : Amore Pacific.
Circuit de distribution : exclusivité Sephora.
Contenance et prix : 4 ml, 13 €.
Date de sortie : septembre.

Nomade



SOIN

PRIMARK DEVIENT VEGAN



Vegan

Alors que la chaîne de produits accessibles, Hema, vient de lancer des cosmétiques vegan pour le corps, c'est au tour de Primark de surfer sur cette tendance. L'enseigne de prêt-à-porter petits prix (355 magasins dans 12 pays) signe une ligne PS... Neutrals pour le visage répondant aux critères de la Vegan Society. Les quatre soins, un hydratant, un savon doux pour le visage, un baume nettoyant devenant une huile au contact de la peau, et un masque de nuit, sont formulés avec 90% d'ingrédients d'origine naturelle (eau de coco bio, ou prune australienne kakadu). Ils sont accompagnés d'accessoires en coton bio et fabriqués avec du bois certifié FSC (éponge, gant exfoliant...). Cette mise sur le marché fait suite au lancement de vêtements à base de coton durable provenant du programme

Primark Sustainable Cotton, en avril 2019.

M.L.T.

Groupe : Primark.
Circuit de distribution : magasins Primark.
Contenances et prix : 25 ml, 2,50 € Masque de nuit ; 50 ml, 3,50 € Nettoyant Baume-Huile ; 150 ml, 3,50 € Nettoyant Doux Visage ; 50 ml, 3,50 € Hydratant.
Date de sortie : septembre.

PARFUM

OUI SE MET AU PARFUM

Après les capillaires, la marque créée par la coiffeuse star Jen Atkin, Ouai, investit une nouvelle catégorie : le parfum. Les deux fragrances : North Bondi, un jus floral aux notes de bergamote, de citron, de rose de mai, de violette et de musc blanc et Melrose Place, un parfum rose aux notes litchi, bois de cèdre et musc blanc sont présentées dans un flacon au capot blanc. La marque est en exclusivité chez Sephora.

A.E.

Circuit de distribution : Exclusivité Sephora.
Contenance et prix : 50 ml, 46 €.
Date de sortie : septembre.

Nouvelle catégorie



MAQUILLAGE

KARL LAGERFELD POUR L'ORÉAL PARIS



Collab

La marque Karl Lagerfeld s'est associée à L'Oréal Paris le temps d'une collection-capsule à l'occasion de la Fashion Week de Paris. L'offre, qui reprend les codes rock de Karl Lagerfeld, comprend une palette de fards à paupières, un liner mat décliné en deux teintes, un mascara, un enlumineur duo et six rouges à lèvres Color Riche. Le pack est décoré de la signature de Karl tandis que la silhouette de profil du créateur apparaît sur le capot des rouges à lèvres.

J.H.

Groupe : L'Oréal Produits Grand Public.

Circuits de distribution : Galeries Lafayette, GMS et Internet.

Prix : de 13,90 € (liner et rouge à lèvres) à 24,90 € (palette yeux).

Date de sortie : en avant-première au Monoprix des Champs-Élysées depuis le 19 septembre puis chez le reste des distributeurs le 27 septembre.

S

SUPERGA BEAUTY

Fournisseur de beauté

NOS
MÉTIERS

LUXE PACK MONACO
HALL DIAGHILEV
STAND DB 23



SUPERGA BEAUTY INDUSTRIE | SUPERGA BEAUTY PROMOTION & PACKAGING | SUPERGA BEAUTY FULL SERVICE

www.supergabeauty.com

Dub Sogreen

The green e-Motion ester:
a gentle wave of lightness



STÉARINERIE DUBOIS
More than just emollients, expert solutions...

PARFUM

LE RETOUR DE JEAN-CLAUDE ELLENA CHEZ FRÉDÉRIC MALLE



**Rose
Cuir**

Avant d'être le parfumeur de la maison Hermès, Jean-Claude Ellena avait déjà créé des parfums pour Frédéric Malle : Angéliques sous la pluie, L'Eau d'Hiver et La Cologne Bigarade. Pour son retour, Jean-Claude Ellena a travaillé un féminin, Rose Cuir. Il a imaginé une rose très aérienne à partir d'un géranium bourbon avec un fond de cuir très brut. « *Un orage silencieux* », explique-t-il. Fort de son amitié avec le chef cuisinier Olivier Roellinger, il a ajouté une touche de poivre timut. A travaillé sur ce projet également Frédérique Rémy de Floral Concept. P.T.L.

Groupe : Estée Lauder.

Circuits de distribution : boutiques en propre, grands magasins.

Contenances et prix : 10ml, 45€ ; 50 ml, 165 € ; 100 ml, 240 €.

PARFUM

LES PRIVÉS DE **BON PARFUMEUR**

Ludovic Bonneton, fondateur de Bon Parfumeur, a donné carte blanche à trois nez pour créer les trois premières fragrances de sa nouvelle collection, Les Privés. Celle-ci se distingue de son offre existante par la noblesse de certaines matières premières. Baie de népal, santal et oud font vibrer le boisé 903 imaginé par Serge de Oliveira (Robertet). Orange verte, jacinthe et lierre animent 104, une fragrance florale conçue par Corinne Cachen (Drom). Pour 303, Sidonie Lancesseur (Robertet) a travaillé un ambre & épices autour du piment, de la baie rose et du benjoin. M.L.T.

**Carte
blanche**



Circuits de distribution : 700 concept stores, parfumeries indépendantes et department stores dans le monde.

Contenances et prix : 30ml, 55€ pour 903 ; 30 ml, 52€ pour 104 ; 30ml, 48€ pour 303.

LES SOINS ANTI-TACHES

FONT TACHE D'HUILE

Décryptage Les soins anti-taches sont de plus en plus nombreux sur le marché car ces marques brunes sont l'une des principales préoccupations des femmes, dès trente-cinq ans.

Qu'est-ce que c'est, à quoi ça sert ? Plus de 62% de vos clientes veulent effacer ces taches brunes provoquées par le soleil, les traitements oestrogéniques, certains médicaments ou l'âge. Les formulateurs de cosmétiques ont mis au point des actifs efficaces, et même s'ils sont plus lents à agir, ils sont moins agressifs que ceux prescrits par les dermatologues. Les soins anti-taches

contiennent des antioxydants car les cellules de la peau exposée aux UV, à la pollution s'oxydent, entraînant rides et taches. Vitamine C, Vitamine E, polyphénols issus souvent de végétaux (vigne, légumes, arbustes) les protègent. Des exfoliants qui accélèrent le renouvellement des cellules et chassent les kératinocytes brunis peuvent être utilisés en complément des soins. Ce sont des acides (AHA) issus de fruits,

de sucres, du lait, de grains de blé, d'orge. Dernière piste prometteuse : maîtriser la vascularisation car on s'est aperçu que les zones tachées par un mélasma étaient plus vascularisées. Enfin : expliquez que tous ces soins sont efficaces à condition de les appliquer matin et soir jusqu'à disparition ou atténuation des taches et qu'il faut se protéger sous un écran solaire tous les jours.

Marie-Françoise Dubillon

SÉRUM CORRECTEUR TACHES & ÉCLAIRCISSEMENT, DR RENAUD

La promesse Des extraits végétaux, saxifrage, murier blanc, lys de mer freine la production de mélanine et estompe les taches. Le teint est plus clair et lumineux. Protège du stress cutané, et hydrate intensément. **30 ml, 44,90 €.**

Nocibe.fr et instituts.



WHITE LUCENT CREME GELEE ÉCLAT, SHISEIDO

La promesse Dans cette crème gelée fondante deux complexes exclusifs high tech à base de plantes, le Melanin Crush et le Bright Complex. Procure une hydratation 24H, cible taches brunes et irrégularités. Teint rapidement plus lumineux, plus homogène. **50 ml, 92 €.**

Parfumeries.



CRÈME NUIT GLYCOLIQUE ANTI-TACHES, CAUDALIE

La promesse Une prouesse dans la prévention et la correction des taches. La Viniférine associée au complexe bio-peeling (acide glycolique+enzyme de papaye) favorise l'exfoliation contrôlée, progressive, pour une peau plus lumineuse. **50 ml, 29,60 €.**

Pharmacies, para, parfumeries.



ESTHE-WHITE SYSTEM, SÉRUM ANTI-TACHES, ÉCLAIRCISSEMENT JEUNESSE, INSTITUT ESTHEDERM (GROUPE NAOS)

La promesse Haute efficacité, douceur onctueuse pour réactiver la transparence du teint, corriger les taches, prévenir leur réapparition. Concentré en actifs éclaircisants et Vitamine C stabilisée, il clarifie la peau **30 ml, 82,50 €.** Parfumeries, pharmacies et Instituts.



Les piliers du marché

Dark spot corrector & optimizer, clinique even better clinical, Clinique (Lauder)

La promesse Plusieurs actifs favorisent l'éclat de la peau (vitamine C, Glucosamine..) et d'autres calment les irritations et préviennent les taches (thé vert, mélasse, algaes, sorbitol). Une formule rafraîchissante, légère à l'efficacité prouvée.

50 ml, 99 €. Parfumeries.



Concentre correcteur taches, Sisley

La promesse Un coup de gomme en trois actions pour faire peau neuve. Action éclaircissante (vitamine C stabilisée, Rhubarbe modifiée), exfoliante (figue de barbarie, acide salicylique), apaisante (glycérine végétale, huiles essentielles calmantes). Application optimisée grâce à son roll on. **7 ml, 105 €.** Parfumeries.



Mission perfection serum, Clarins

La promesse Anti-taches, luminosité, uniformité du teint. Une formule qui court-circuite grâce à l'acérola, les mauvais messages envoyés par les kératinocytes vers les mélanocytes qui font du zèle. Des acides de fruit lissent la surface. **30 ml, 82 €.** Parfumeries.



MON GUERLAIN

RETOUR VERS LE FUTUR

Saga La maison Guerlain a enfin trouvé le chaînon manquant entre ses grands parfums historiques (Jicky, L'Heure Bleue, Shalimar) et la nouvelle parfumerie plus puissante et gourmande qui plaît aux jeunes femmes d'aujourd'hui. Pas étonnant que le succès soit au rendez-vous.

L'idée était bien de rééditer ce qui a fait le succès de la Petite Robe Noire, plus grande réussite commerciale de la marque à ce jour : partir d'un parfum déjà sorti en édition limitée (qui a donc déjà fait ses preuves et trouvé son public), en l'occurrence cette fois-ci Mon Exclusif, com-

mercialisé en 2015, pour créer un blockbuster. Guerlain n'a pas affiché autant d'ambition à l'échelle internationale pour un lancement depuis bien longtemps ; le choix de l'actrice Angelina Jolie comme égérie, qui dévoile dans la campagne de publicité ses tatouages avec beau-

coup de sensualité, n'y est pas pour rien. Mon Guerlain est un bel hommage à l'histoire de la parfumerie Guerlain et à son goût prononcé pour les matières premières les plus précieuses que le créateur aime aller chercher au bout du monde : vanille, santal, rose, jasmin, fève tonka...



L'EAU DE PARFUM

2017 Ce parfum – qualifions-le de « floriantal frais » – est finalement comme le chaînon manquant entre la parfumerie Guerlain d'hier et la modernité. La formule gagnante : un accord masculin-féminin qui mêle lavande Carla de Provence, jasmin Sambac d'Inde, vanille Tahitensis de Papouasie Nouvelle-Guinée et bois de santal d'Australie composé à quatre

mains par les parfumeurs Thierry Wasser et Delphine Jelk. Le flacon, lui, reprend la silhouette du flacon quadrilobé réalisé pour la maison par Baccarat, en 1908.



L'EAU DE TOILETTE BLOOM OF ROSE

2019 Initialement, Guerlain avait fait de la lavande Carla le cœur battant de Mon Guerlain. Pourtant, il semblerait cette fois que cette plante méditerranéenne ait cédé sa place à la « fleur des fleurs » : la rose. Cette variété damascena (bulgare), avec ses facettes fruitées, apporte une féminité absolue à la composition et beaucoup de modernité. Au fond, ce nouvel opus est

construit comme un immense bouquet : les notes florales signature de Mon Guerlain – jasmin Sambac et lavande Carla – sont associées au néroli et à la rose pour une fragrance joyeuse et radieuse.



L'EAU DE PARFUM FLORALE

2018 L'accord aromatique et frais (lavande, bergamote) est toujours là. Au cœur, le bouquet de fleurs hyper féminin s'ouvre comme un soleil pour nous bercer des délicatesses du jasmin et de l'invité surprise de cette version : la pivoine et son joli effet « rose fraîche ». La fleur de néroli, mariée avec bonheur à la molécule de paradisone qui crée un halo de lumière spectaculaire autour

de celle-ci, vient compléter ce tableau généreux et solaire. Il s'agit probablement d'une version plus « romantique » de Mon Guerlain.



L'EAU DE PARFUM INTENSE

2019 « C'est l'expression la plus Guerlain de Mon Guerlain, dans une approche beaucoup plus matière », c'est ainsi que Thierry Wasser présente cette nouvelle version. L'appellation « intense » n'est pas trompeuse puisque les facettes principales du parfum initial sont intensifiées : plus de lavande, plus de patchouli et plus de vanille

surtout pour l'addiction : de la teinture de vanille Planifolia aux accents cuivrés à la vanille Tahitensis, dont les accents amandés sont accentués par l'héliotrope.

Lionel Paillès

LES MASQUES

CES TRAVAILLEURS DE NUIT

Panorama Ces masques ont tout pour plaire. Nul besoin d'attendre un temps de pose. Ils s'appliquent le soir et diffusent leurs actifs traitants durant le sommeil pour un réveil en beauté.



MASQUE DE NUIT PEAU REPOSÉE, WASO (SHISEIDO)

La promesse Une remise en forme complète de la peau durant la nuit.

Pour qui Les peaux jeunes, mais pas uniquement, tous les épidermes ayant besoin d'une hydratation intense.

Arguments de vente

- L'état de la peau s'améliore en une nuit et continue à être plus fraîche, plus saine en utilisation quotidienne.
- Des extraits botaniques choisis : le yuzu stimule l'hydratation, tout comme le ginseng, les racines de carottes. Le phytoplancton aide à diminuer les effets de la fatigue et du stress.
- Une technologie anti-imperfections : des extraits de racine de pivoine et de glycyrrhizinate ciblent la cause des défauts cutanés, améliorent la résistance aux imperfections tout en prévenant leur aggravation.

80 ml, 49 €. En parfumerie. Depuis début 2019.



MASQUE FONDANT RÉPARATEUR, EISENBERG

La promesse Soin apaisant immédiat visage et yeux, calme et régénère.

Pour qui Les peaux sensibles, sujettes aux intolérances et les peaux matures.

Arguments de vente

- Contient le fameux « trio moléculaire » qui régénère grâce à des enzymes éliminant doucement les cellules mortes, énergise avec des cytokines qui boostent le renouvellement cellulaire, et oxygène grâce à de jeunes pousses de hêtre.
- Un masque magique, une intense action anti-âge, liftante et repulpante.
- Émulsion fine avec des vitamines A et E encapsulées, de l'huile de pépins de raisin, des extraits de thé vert qui agissent contre la perte de fermeté, les rides, les taches.

75 ml, 109,99 €. En parfumerie. Depuis mars 2018.



MASQUE DE NUIT VELOURS, SISLEY

La promesse Vole au secours des peaux sèches et offre un réveil ultra-réconfortant.

Pour qui Les épidermes victimes de tiraillements, rougeurs, les teints en berne.

Arguments de vente

- Une texture cocooning qui enveloppe la peau d'une bulle de douceur. Ses notes miel et fleurs d'oranger apaisent les sens.
- L'extrait de fleurs de safran apaise.
- Puissants actifs nourrissants d'origine végétale : huile de macadamia, graines de coton, beurre de kokum, extraits de muguet du Japon redonnent à la peau souplesse et confort.
- Hydratants hyper-efficaces : glycérine végétale, Pro Vitamine B5, abreuvent immédiatement tandis que les extraits de padina pavonica reconstituent les réserves en eau.

60 ml, 100 €. En parfumerie. En octobre.



PLANTSCRIPTION RÉTINOL, ORIGINS (LAUDER)

La promesse Aide la peau à combattre les multiples signes du vieillissement.

Pour qui Les peaux qui ont perdu leur éclat, leur homogénéité, se rident.

Arguments de vente

- Trois puissants anti-âge : la fleur des Alpes et l'angoeissus leiocarpa, extrait d'écorce d'arbre du Ghana, aident la peau à conserver l'apparence de la jeunesse. Le rétinol accélère le renouvellement cellulaire naturel.
- Technologie d'hydratation avancée pour reconstituer les réserves d'eau.
- Mélange d'huiles essentielles, mandarine, anis étoilé, rose, lavande et géranium pour apaiser et rafraîchir.
- À appliquer tous les deux jours pendant deux semaines puis augmenter jusqu'à une utilisation quotidienne.

30 ml, 66 €. En exclu Sephora. En septembre.



NCF-NIGHT MASK, FILORGA

La promesse Effet rajeunissant.

Pour qui Les peaux fatiguées, stressées, après des nuits trop courtes.

Arguments de vente

- Une rénovation intensive de la qualité de peau grâce au NCEF, complexe revitalisant unique d'acide hyaluronique et de 50 ingrédients aussi concentrés qu'en mésothérapie pour relancer l'activité cellulaire.
- Une récupération idéale, avec un complexe issu de l'arbre à soie qui déclenche le processus de régénération pour une peau apaisée et raffermie au réveil, et un extrait d'indigo rouge qui chasse stress et pollution.
- Une galénique étonnante qui enveloppe la peau dans un cocon ultra-sensoriel.

50 ml, 61,90 €.

En pharmacie et parfumerie. Depuis novembre 2018.

Marie-Françoise
Dubillon

LE GRAND BLEU

Après le monde végétal, la préservation des océans et plus largement de l'eau commence à être au cœur des campagnes RSE des marques notamment de cosmétiques.



CAMPAGNES DE PROTECTION

Représentant 70% de la surface terrestre totale, les océans sont pollués par 300 millions de tonnes de plastique et de déchets. Les acteurs de la beauté comme bien d'autres s'engagent à plusieurs niveaux. Avène (Pierre Fabre), dans le cadre de Skin Protect Ocean Respect, a reformulé sa gamme de solaire et s'est associé à PUR Project dans un programme de régénération des coraux en Indonésie. Dès 2015, le groupe Léa Nature a consacré une campagne aux océans avec le soutien de la Fondation Ekibio et Surfrider Foundation Europe. Dans un autre registre, Adidas s'est associé à l'organisation environnementale Parley for the Ocean pour la création d'une collection dédiée. Et IKEA réutilise du PET recyclé issu du nettoyage de la Méditerranée dans sa collection de linge de maison Musselbloma.



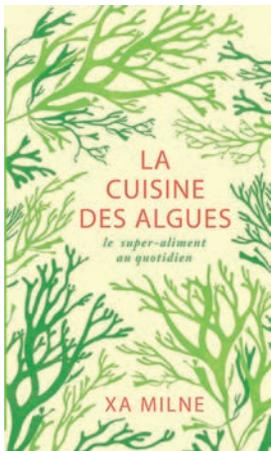
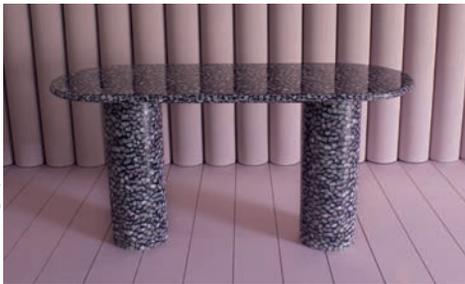
COSMÉTIQUES ANHYDRES

Pour aller encore plus loin dans la préservation de l'eau, les marques développent des cosmétiques anhydres. Ce ne sont pas seulement des versions solides des cosmétiques conventionnels. Ce sont aussi de nouvelles gestuelles de soin. Chaque étape du rituel a sa galéniq à l'image des shampooings solides chez Lamazuma ou Pachamamai, des nettoyants de Milk Makeup ou des huiles, comme celles de DHC. La cosmétique sans eau est aussi une façon de formuler sans conservateur, en plus de s'affranchir de packagings.



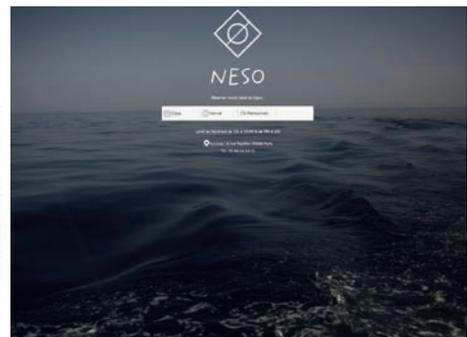
ÉCOSYSTÈME INSPIRANT

Sources d'inspiration, pour la collection d'accessoires et de bijoux Zara (Inditex) de l'été 2019 ou pour la ligne de maquillage Sea de Tarte (Kosé), les coquillages deviennent un moyen de sensibiliser les consommateurs à la protection de la faune et de la flore des océans. Les coquillages et l'écosystème marin sont devenus une matière première transformable. Shellworks, une start-up londonienne, extrait de la chitine des déchets et carcasses des crustacés et fabrique un plastique en biopolymère. Autre exemple, la designer anglaise Bethan Gray utilise des coquillages pour la fabrication de meubles dans sa collection Eden.



BIENFAIT DES ALGUES

Les algues marines font l'objet d'un nombre croissant d'études et d'utilisations. Dans la beauté, des marques comme Thalgo, Phytomer, Daniel Jouvance, Algotherrm, Algologie... en ont fait leurs actifs phares. Plus efficaces que les plantes terrestres pour réduire les niveaux de CO₂ dans l'air ambiant, elles sont aussi un bon moyen d'assainir les espaces urbains. Les algues sont aussi considérées comme une alternative importante au plastique. Riche en nutriment comme le bêta-carotène et le fer dans la spiruline par exemple, les algues sont cuisinées par les grands chefs comme Guillaume Sanchez, du restaurant parisien étoilé NE/SO. Xa Milne consacre un ouvrage pour démocratiser cet aliment. En textile, la designer bretonne Violaine Buet les exploite pour tisser des vêtements en suivant les mêmes principes que pour les fibres conventionnelles.



Anais Engler

TESTEZ VOS CONNAISSANCES

Après la rentrée, place aux rituels beauté qui préparent l'hiver. Sachez conseiller vos clientes et leur proposer le parfum idéal parmi les nouveautés de cette saison.

1 Qui est l'égérie de Libre, le nouveau parfum d'YSL ?

- A. Ariana Grande
- B. Dua Lipa
- C. Miley Cyrus

2 Quel est le parti pris de la marque de parfum d'Aurélien Guichard ?

- A. Chaque parfum porte le nom de ce qu'il contient
- B. Chaque parfum est bio
- C. Chaque parfum s'inspire de sa vie

3 Qui n'est pas une égérie de la nouvelle marque de maquillage D&G ?

- A. Monica Bellucci
- B. Catherine Loewe
- C. Chiara Ferragni

4 Quelle marque affiche des visuels baroques sur ses packagings ?

- A. Gucci
- B. Dolce & Gabbana
- C. Fendi

5 À quelle marque de mode L'Oréal Paris s'est-il associé pour la Fashion Week ?

- A. Balenciaga
- B. Lanvin
- C. Karl Lagerfeld

6 Dans quelle nouvelle catégorie se lance la marque de soins capillaires, Ouai ?

- A. Le maquillage
- B. Les déodorants
- C. Le parfum

7 Quel produit Clarins a fait l'objet d'un relooking par la marque de vêtements The Kooples ?

- A. Huile confort lèvres
- B. Ombre matte
- C. Skin Illusion

8 À quelle ville fait honneur le dernier parfum de Valentino ?

- A. Paris
- B. Rome
- C. Londres

9 Quel est le thème de la dernière collection de parfums Chloé ?

- A. Les fleurs
- B. Les herbes aromatiques
- C. Les épices

10 Combien de teintes complètent la ligne de fond de teint Chanel, Ultra Le Teint Velvet ?

- A. Quatre
- B. Six
- C. Huit

11 Qui est le dernier parfumeur invité par Frédéric Malle ?

- A. Alberto Morillas
- B. Anne Flipo
- C. Jean-Claude Ellena

12 De quel parfum Angelina Jolie est-elle l'égérie ?

- A. Mon Guerlain de Guerlain
- B. Joy de Dior
- C. Flower de Kenzo



Réponses : 1, B ; 2, A ; 3, C ; 4, B ; 5, C ; 6, C ; 7, A ; 8, B ; 9, A ; 10, B ; 11, C ; 12, A.

Face au cancer, la beauté est une arme.

Pour les hommes et les femmes qui font face au cancer, la perte d'estime de soi est une difficulté qu'il faut savoir surmonter au quotidien.

Nous avons la conviction que la beauté a un rôle majeur à jouer dans la lutte contre la maladie. Elle donne la force et la détermination pour retrouver confiance en soi et continuer le combat.

C'est pourquoi depuis près de 20 ans belle & bien accompagne les personnes atteintes du cancer en leur offrant des ateliers de soins esthétiques.

Soutenez-nous sur bellebien.fr



belle & bien

face au cancer
l'ordonnance de beauté