

les nouvelles *esthétiques*

NOVEMBRE 2022

70^{ème} Année

N°763 - 12 €



LES NOUVELLES ESTHÉTIQUES NOVEMBRE 2022

Coiffure : Lisa Von Kurvink @lisavonkut - Photo : Keith Bryce @keithbryce - Maquillage : Jillian Wilkey @jillianwilkey



BEAUTY STREET

Mode Professionnelle

- PARIS -

L'ESSENCE DE LA BEAUTÉ



Choisissez le meilleur pour vous

www.beautystreet.fr • T : 01 42 27 57 73

SOMMAIRE

NOVEMBRE 2022 N°763

WWW.NOUVELLES-ESTHETIQUES.COM



Coiffure : Lisa Von Kurvink.
Photo : Keith Bryce.
Maquillage : Jillian Wilkey.



7 ÉDITO
Les Nouvelles Esthétiques en mode digital
PAR LAURE JEANDEMANGE

10 TENDANCES



Prenez une longueur d'avance sur les tendances !

14 CLIENTES



Comment accueillir tous les publics ?
PAR VÉRONIQUE BARREAU

22 Comment faire de vos soins visage LA PRESTATION LA PLUS RENTABLE ?
PAR CHRISTELLE LY

26 INTERVIEWS
PAR DORIANE FRÈRE
- La madérothérapie m'a fait décoller !
- L'hydrafacial pour faire la différence
- 90 % de mes prestations sont des soins visage
- Chaque soin est un soin signature
- L'énergétique et les soins du visage
- Mes clientes viennent pour mon expertise

34 Maquillage à la mode, lifting et glow
PAR CLARA DEJEAN MARTIN

40 PEAU ET ÉMOTIONS : le vrai du faux
PAR DORIANE FRÈRE

42 TENDANCES SKINCARE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : bonne ou mauvaise idée ?
PAR DORIANE FRÈRE

46 10 bons plans pour booster vos ventes maquillage
PAR ELISABETH THOMAS

50 Parcours d'esthéticienne Sophie Carbonari, LA FACIALISTE DES STARS
PAR DORIANE FRÈRE

56 Les idées reçues sur le KOBIDO
PAR CHRISTINE MUS

58 COMBATTRE LES SIGNES DE L'ÂGE par l'alimentation
PAR DÉBORAH ATTALI

PLUS D'INFOS PAGE 72

INDIBA®
DEEP BEAUTY FRANCE

Gab & Co
DISTRIBUTION

Vivez l'expérience Deep Beauty
Devenez fan de la beauté

Médaille d'or
Capacité d'absorption
anti-oxydante
Crème

Médaille d'argent
Efficacité
anti-âge
Sérum

Médaille d'or
Teneur en vitamine
anti-oxydante
Hydratant

Médaille d'or
Capacité d'absorption
anti-oxydante
Sérum

Médaille d'or
Efficacité
anti-âge
Sérum

Retrouvez-nous sur :
www.gabandcodistribution.fr
www.indibadeepbeautyfrance.fr

RETROUVEZ-NOUS SUR
LE STAND F10 AU CONGRÈS DE LYON
LE 20 ET 21 NOVEMBRE 2022

SOMMAIRE

NOVEMBRE 2022 N°763



62 TECHNOLOGIE & COSMÉTIQUE
Pour une nouvelle approche du soin

64 RÉUSSITE
Le secret des esthéticiennes
qui réussissent 2^{ème} partie :
DÉCLENCHER L'ENVIE D'ACHAT
PAR VALÉRIE DESMAISONS

70 C'EST MA MARQUE !
Dr Renaud

72 RADIOFRÉQUENCE
La référence de la radiofréquence
PAR CAROLINE COHEN

**74 FORMATIONS
LNE & SPA**

78 VIE PROFESSIONNELLE

82 DÉTATOUAGE
Tout ce que vous devez savoir
sur le détatouage
PAR DORIANE FRÈRE

88 MÉNopause



La prise en charge de la ménopause
in et out
PAR CÉCILE MICHEL

ENCARTS JETÉS :
- Beauty tech
- Mavex

92 ACTUALITÉS MARQUES

98 ÉCOLOGIE
L'importance de minimiser les déchets
PAR MARINA SIMON

100 ÉMOTIONS
Comment gérer vos émotions ?
PAR SYLWIA DE BONA

**110 C'EST LA TECHNOLOGIE
QUE J'AI CHOISIE**
KBS

112 MASSAGE
UNE TABLE DE MASSAGE À LA BONNE
HAUTEUR : un enjeu de posture
PAR CAROLE BERGER

118 ACTUALITÉS SPORT
PAR ALIZÉE BOSCHIN

120 HYGIÈNE
HYGIÈNE INTIME :
parlez-en à vos clientes !

122 PEAU
SPORTS D'HIVER :
peau sous haute protection

123 ABONNEZ-VOUS !

124 ACTUALITÉS MÉDECINE ESTHÉTIQUE

126 COIFFURES
Les tendances automne/hiver

130 ACTUALITÉS PARFUMS

132 NOUVEAUTÉS PARFUM

136 NOUVEAUTÉS

145 ANNONCES



100



SOTHYS

PARIS

NOUVELLE LIGNE HYDRATANTE

Hydra Hyaluronic Acid⁴

EN CABINE
TRAITEMENT
INTENSIF

À DOMICILE
4 PRODUITS
DE SOIN

+53%
D'HYDRATATION*

Sothys invente l'Hydratation puissance 4.**

4 sources d'acide hyaluronique + 2 actifs
exclusifs brevetés pour une peau bien
hydratée qui paraît visiblement plus jeune.



WWW.SOTHYS.COM

EXCLUSIVEMENT EN INSTITUTS & SPAS

*ÉVALUATION EXPÉRIMENTALE SUR 20 PERSONNES APRÈS UNE CURE DE 3 SOINS.
**www.sotheys.com PHOTOS: JF VERGANTI, MARIUS DZIERZAWSKI, 10/2022. SOTHYS PARIS.
SAS AU CAPITAL DE 2 500 000 EUROS, SIÈGE SOCIAL: 128 RUE DU FAUBOURG SAINT-HONORE,
F 75008 PARIS - SIREN 451 70 80 75 CS PARIS - PHOTOS NON CONTRACTUELLES.
PHOTO MANNEQUIN RETOUCHÉE.

icoone®

ROBODERMIE

SOIN D'EXCELLENCE CORPS & VISAGE



Découvrez la technologie
icoone®

MINCEUR | JEUNESSE | BIEN-ÊTRE

Stimulez profondément chaque millimètre de la peau



#icoone

www.icoone.com

04 75 25 00 55 | contact@allcare-in.com



DIRECTION RÉDACTION PUBLICITÉ
7, avenue Stéphane Mallarmé 75017 PARIS
Tél. 01.43.80.06.47 - Fax 01.43.80.83.63
www.nouvelles-esthetiques.com
nouvelles-esthetiques@nouvelles-esthetiques.com
©«Les Nouvelles Esthétiques»

FONDATEURS

H. Pierantoni † - Jeannine Cannac-Pierantoni †

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION

Isabelle Pierantoni

RÉDACTRICE EN CHEF

Laure Jeandemange

RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE

Michèle de Lattre-Pierantoni

RÉDACTRICES

Doriane Frère

Alizée Boschin

DIRECTRICE DES ÉVÉNEMENTS

Cécile Klajer

Tél. 06 35 25 55 59.

DIRECTRICE DE LA PUBLICITÉ

Yolande Martorana

Tél. 07 82 14 98 81.

SUIVI TECHNIQUE CONGRÈS
ET PUBLICITÉ

Héloïse Mongin

RESPONSABLE FINANCIÈRE

Delphine Lebreton

PETITES ANNONCES - FORMATIONS

Alexandra Guiho

MAQUETTE

Farid Messaoudi

IMPRESSION

Jiménez Godoy, S.A.

Crta. de Alicante Km 3

30160 Murcia, Espagne

Tél. +34 968 85 04 00

Commission paritaire

0927T 86106.

Dépôt légal à parution.

PRIX DE L'ABONNEMENT 1 AN
(11 NUMÉROS) :

| | | |
|-------------|-------|-------|
| France | 1 an | 49 € |
| | 2 ans | 88 € |
| DOM | 1 an | 69 € |
| | 2 ans | 129 € |
| TOM | 1 an | 72 € |
| | 2 ans | 136 € |
| Autres pays | 1 an | 79 € |
| | 2 ans | 146 € |

ABONNEMENT NUMÉRIQUE 1 AN : 24 €

Belgique, Suisse, Luxembourg :

Prix 73 € - 1 an (11 numéros)

Prix 136 € - 2 ans (22 numéros)

Les Nouvelles Esthétiques Paris (France).

www.nouvelles-esthetiques.com

Règlement : chèque bancaire -
mandat carte - carte bleue

Tarifs avion sur demande

La reproduction même partielle des articles et des documents qui figurent dans ce journal est interdite. Les manuscrits et les photos envoyés à notre journal ne sont pas rendus, sauf accord préalable avec la direction. Les articles que nous publions dans Les Nouvelles Esthétiques France et éditions internationales sont la propriété de notre journal qui peut en disposer à sa guise.

Les Nouvelles Esthétiques en mode digital

Les Nouvelles Esthétiques, c'est avant tout ce magazine que vous avez entre les mains comme plus de 13 000 esthéticiennes tous les mois.

C'est aussi le Congrès International Esthétique & Spa, LE grand rendez-vous annuel de toute la profession. Rendez-vous les 15, 16 et 17 avril prochain !

Les Nouvelles Esthétiques, c'est aussi le digital avec :

- Notre site internet qui a fait peau neuve récemment. En tant qu'abonnée, vous avez accès à la version digitale du magazine ainsi qu'à de nombreux articles exclusifs.

- Notre page Facebook où vous pouvez échanger sur votre quotidien avec les 77 000 abonnées de la page, c'est la plus grande communauté d'esthéticiennes.

- Notre chaîne YouTube pour découvrir chaque semaine la vidéo d'un expert qui répond à une question pratique sur l'esthétique, le spa. Plus de 500 vidéos sont à votre disposition...

- Notre compte Instagram où vous découvrez entre autres les vidéos des Tips des LNE : une série de vidéos où notre équipe vous présente une multitude de solutions à votre quotidien.

Et nous vous donnons rendez-vous on line avec :

- Les Lundis de l'Esthétique, votre rendez-vous hebdomadaire du lundi à 15h00 pour découvrir en live sur notre page Facebook les témoignages d'esthéticiennes sur une marque, une technologie, un soin, un concept...

- Les Webinaires des Nouvelles Esthétiques, votre nouveau rendez-vous pour découvrir en 15 minutes chrono une marque. Rendez-vous sur notre page Facebook pour vous inscrire.

Tous ces rendez-vous : annuel, mensuel, hebdomadaire, n'ont qu'un seul objectif : vous accompagner au mieux dans votre quotidien, vous apporter des clés pour que vous soyez une esthéticienne informée, une esthéticienne experte.

#PassionEsthetique #LNE #FieredEtreEstheticienne

Laure JEANDEMANGE

Paris **Ella Baché**



[Pro-Collagène de Maca +
Micronutriments de Spiruline]



GREEN FILLER

LE MICRO-COMPLEMENT
DE LA PEAU

「Rides et Fermeté」

PRENEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE SUR LES TENDANCES !

Les attentes et les comportements beauté des consommatrices ne cessent d'évoluer. Voici les trois grandes tendances qui vont s'imposer dans les prochaines années et les solutions pour anticiper ces changements.

Sanitaires, climatiques, énergétiques... les crises se succèdent et influencent fortement les comportements de consommation. L'étude de marché publié à la fin de l'été 2022 par l'agence Mintel propose une analyse des nouvelles attentes de la clientèle dans le secteur beauté bien-être et donne des pistes aux professionnelles qui souhaitent adapter leurs soins et leurs modes de fonctionnement aux besoins de leur clientèle. Marie Noëlle Lefébure, experte en relation clients, vous livre ici son décryptage et ses solutions.

LA FIN D'UN MODÈLE DE BEAUTÉ FIGÉ

Oui au body positive !

Fini le temps où la consommatrice souhaitait calquer son image sur un modèle imposé et par définition contrai-

gnant, voire impossible à atteindre pour un grand nombre ! Même si ce comportement peut encore exister à la marge, les femmes comme les hommes ont désormais envie de briser les règles établies et de vivre une beauté plus libre et surtout plus personnalisée. Cette tendance, qui a émergé avec la beauté inclusive (dont l'objectif est de proposer des soins diversifiés en tenant compte des caractéristiques de chaque population), et le «body positive» qui met à l'honneur toutes les morphologies féminines, ne cesse de se renforcer et va dominer à l'avenir dans une société où chaque individu a envie de se sentir unique et souhaite être traité en tant que tel.

Le retour de la tradition et de l'émotion

Dans le même esprit, on assiste au retour de deux valeurs qui avaient été un peu oubliées, à la faveur des innovations dans les pratiques esthétiques et dans la cosmétique : la tradition qui remet au goût du jour des secrets de beauté à l'ancienne à base d'ingrédients locaux, et l'émotion qui inclinent les clientes à

redécouvrir les produits et les techniques ancrés dans les cultures du monde entier. On peut citer l'utilisation des huiles, l'épilation au sucre ou au fil ou encore le tatouage, définitif ou éphémère. Pour la cliente, c'est une manière de renouer avec ses racines et de s'approprier sa beauté et sa différence.



Photo : Prostock-studio.

LA FUSION DU DIGITAL ET DU RÉEL

Les Français passent en moyenne 2h30 sur Internet et, depuis la crise sanitaire, les ventes des boutiques en ligne ont nettement progressé. Selon l'étude Mintel et les différents acteurs du marché, cette connexion au monde virtuel est un phénomène qui va aller en s'amplifiant. La prochaine étape, notamment dans le secteur de la beauté, est la multiplication des metaverses, ces univers fictifs et interactifs créés par les marques dans lesquels chaque consommateur peut évoluer

grâce à son avatar (c'est-à-dire son identité virtuelle) afin de découvrir de nouveaux produits et interagir avec d'autres consommateurs. Ce qui paraît digne d'un film de science-fiction aujourd'hui est déjà une réalité chez certaines marques comme Dior, Clinique et le groupe Procter & Gamble avec le lancement de la Beauty Sphère. Là encore, c'est la nouvelle génération qui est la plus sensible à ces nouveautés technologiques car elle maîtrise déjà l'accès à ces espaces virtuels grâce aux téléphones, aux tablettes ou aux montres connectées.

Les solutions de Marie Noëlle Lefébure

Adoptez le "parler positif"

Face à la demande d'écoute et surtout de singularité revendiquée par les clientes qui fréquentent les instituts, un discours purement technique et formaté n'est plus tenable. Vous avez tout intérêt à remplacer certains termes qui peuvent être ressentis comme une injonction par d'autres plus positifs. Par exemple, en ne parlant plus de cure minceur ou de méthodes amincissantes, mais plutôt d'harmonie corporelle, d'éclat et de plénitude plutôt que de rajeunissement. Il y aura toujours une demande dans ce sens mais les femmes et de plus en plus d'hommes souhaitent avant tout que les soins les aident à se sentir bien dans leur peau et mettent en valeur leurs atouts personnels. Ils ne veulent pas avoir l'impression que l'on pointe leurs imperfections en permanence. À l'avenir, l'institut doit encore plus devenir un lieu de toutes les beautés.

Renforcez le sur-mesure

La diversité de la clientèle dans le domaine de la beauté et du bien-être est aujourd'hui prise en compte en multipliant les offres de produits et de protocoles de soin. Pour aller plus loin dans cette démarche, vous pouvez également différencier le protocole en fonction des goûts et des attentes de chacune de vos clientes. Lors du premier rendez-vous ou au moment du diagnostic de peau, interrogez votre cliente sur ses préférences en matière d'odeurs, de textures, si elle apprécie plus le temps du massage ou le moment du masque, etc. Sans travail supplémentaire ni perte de temps, ces informations vous permettront d'offrir une parenthèse beauté personnalisée qui comblera l'attente de chaque cliente et n'en sera que plus bénéfique.

Jouez la beauté «culturelle»

Pour marquer leur différence, les nouvelles générations se tournent de plus en plus vers leurs racines culturelles. Cette tendance, qui touche aussi bien la mode et la décoration que la beauté, s'accélère depuis quelques années avec l'apparition de gammes ethniques ou plus traditionnelles qui racontent une histoire proche de celles des consommateurs. En jouant la carte du régional ou du local, vous avez toutes les chances de gagner une clientèle jeune, désormais à la recherche de sens dans tous leurs actes de consommation. Mais attention, il ne suffit pas de mettre en avant la lavande en Provence, les algues en Bretagne ou le vin en Bourgogne ! Pour être convaincante, vous devez aussi être convaincue et surtout avoir fait la démarche de vous former pour prodiguer les soins les plus performants.

Les solutions de Marie Noëlle Lefébure

Le metaverse a pour objectif d'offrir une entrée ludique dans une marque et de recruter des clients dans le monde entier via Internet. C'est en outre une excellente source d'informations pour mieux comprendre les attentes de la clientèle et construire une stratégie marketing bien ciblée. Si cette utilisation événementielle n'est pas à la portée de tous, compte tenu de son coût élevé, il est possible de développer d'ores et déjà ce lien virtuel avec la clientèle, afin de renforcer la relation physique qui reste et restera le premier atout d'un institut de beauté. ●●●

L'INSTITUT DOIT
DEVENIR UN LIEU
DE TOUTES LES
BEAUTÉS

diquer une démarche éthique au niveau des composants et des emballages. Face à la crainte de voir s'épuiser certaines ressources, tous les acteurs du secteur vont devoir évoluer vers une communication à la fois plus positive et plus pragmatique. À la place d'une écologie punitive qui exige que l'on restreigne ses choix pour le bien de la planète, on s'oriente plutôt vers des propositions qui permettent de mesurer concrètement

les efforts accomplis tant par la marque que par les consommateurs. Cela passe notamment par le recyclage des contenants, le remplissage des pots ou des flacons, ou encore une meilleure information des clients pour utiliser les produits de façon plus rationnelle et limiter ainsi le gaspillage.

Les solutions de Marie Noëlle Lefébure

Beaucoup d'instituts prennent déjà en compte ces notions de développement durable et de protection de l'environnement et font des efforts importants pour limiter leur impact. Dans la pratique toutefois, ils ne sont pas perçus par la clientèle faute d'une communication efficace.

Affichez votre politique écoresponsable

La première chose à faire est de valoriser votre démarche en faisant labelliser votre entreprise. Au niveau des centres de beauté, il existe le label «Votre institut responsable pour une beauté durable» promu par la CNAIB et reconnu par l'État qui propose un accompagnement à la fois économique, social et environnemental. Vous avez également tout intérêt à mettre en avant dans votre institut au moins une marque labellisée développement durable et, mieux encore, qui offre des solutions concrètes de recyclage avec la récupération des packagings ou un système de consignation. Ces démarches encore peu courantes auront tendance à se développer dans le futur sous la pression des consommateurs.

Faites le choix du rechargeable

On connaît déjà la recharge de gel douche ou de shampoing. Cette tendance gagne désormais d'autres produits de beauté et il y a fort à parier qu'elle s'étendra rapidement aux gammes de maquillage (certains packagings de rouges à lèvres ou de produits pour le teint le sont déjà). Les proposer dans votre institut permet de séduire une clientèle très sensible à la cause environnementale et qui, faute de trouver son bonheur dans le commerce, est souvent tentée par la fabrication maison de cosmétiques. Les instituts qui sauront anticiper sur cette évolution future garderont à coup sûr une longueur d'avance sur les autres. 



●●● Proposez une visite virtuelle de l'institut

Quelle que soit l'activité commerciale, une visite de l'établissement via une vidéo en 3D augmente les chances d'une réservation ou d'une visite physique par la cliente. Pour votre institut, elle peut non seulement augmenter sa visibilité et ses capacités de recrutement mais elle va également faciliter la prise de rendez-vous car la cliente potentielle peut se faire une idée plus précise du lieu, des produits et des méthodes proposées.

Créez des avatars personnalisés

La fréquentation des réseaux a familiarisé un large public avec ces identités virtuelles, souvent très ludiques, à défaut d'être parfaitement ressemblantes. Pourquoi ne pas proposer à chaque cliente de créer le sien au moment du diagnostic de peau ? Grâce aux fonctionnalités existantes dans les téléphones, tablettes ou sur ordinateur, cela ne prend que quelques secondes et une fois téléchargé, vous pouvez intégrer cet avatar dans la fiche client pour accompagner les informations la concernant : âge, profession, soins réservés, préférences beauté, etc. C'est un moyen simple et rapide de vous inscrire dans la modernité et de créer une relation ludique tout en préparant l'évolution de ce secteur, qui a toutes les chances de se développer rapidement et de proposer aux entreprises les plus petites des entrées peu coûteuses dans le monde virtuel par le biais de jeux ou de nouveaux univers de soin auxquels la clientèle pourrait participer en utilisant ce fameux avatar.

ENVIRONNEMENT : DES ACTES ET DE L'OPTIMISME

Changement climatique, développement durable, respect de l'environnement... Ces nouveaux concepts ont influencé les modes de consommation mais aussi la conception et la fabrication des produits dans l'univers de la mode comme de la beauté, avec notamment une croissance forte des marques bio ou vegan. Dans le futur, selon l'étude Mintel, il ne suffira plus de reven-

PHYT'S

Votre partenaire de beauté Bio depuis 50 ans



Proposez à votre clientèle une expérience **UNIQUE** et **SUR-MESURE** avec
La Naturo-Esthétique® PHYT'S
L'alliance de la nature et de la technique



Soins
certifiés BIO
visage & corps



Soins sans colorants
ni conservateurs de
synthèse



Formulations
& fabrications
100% françaises



Diagnostic de
peau digital & soins
en ampoules unidoses



Protocoles exclusifs
& formations
régulières adaptées



Accompagnement
personnalisé &
offres dynamiques

OFFRE DE BIENVENUE AUX 50 PREMIÈRES

Contactez-nous :

par mail : infos@phyts.com
par téléphone : 05 65 20 00 45

OU

scannez-moi



Laboratoires Phyt's - 121 chemin de la Portette - 46090 Mercuès

Photo : Hama.



COMMENT ACCUEILLIR TOUS LES PUBLICS ?

Il y a 12 millions de personnes handicapées en France, ce n'est pas rien et n'oubliez pas que ces personnes ne se revendiquent pas en tant qu'handicapées... Votre institut est-il prêt à accueillir ces clientes ?

PAR VÉRONIQUE BARREAU, SPÉCIALISTE DE L'ACCUEIL DES PUBLICS SPÉCIFIQUES

Beaucoup de personnes en situation de handicaps sont touchées par des hypo ou des hyper sensorialités : des personnes avec autisme, avec des maladies rares, avec d'autres particularités. Il y a aussi des personnes qui ont développé des hypersensibilités parce que touchées par une maladie, même si elle n'est d'ailleurs pas toujours considérée comme un handicap, comme le cancer. Il est donc évident que beaucoup de personnes aux besoins spécifiques sont accueillies dans les instituts de beauté sans que vous n'en preniez conscience. Le professionnalisme de l'accueil requiert aujourd'hui de prendre en compte et d'accueillir l'ensemble des besoins individuels. Depuis quelques années, on voit bien qu'un certain nombre de marques l'ont déjà compris, mettant tout en œuvre pour que l'expérience soit unique, agréable et surtout adaptée aux besoins de chaque personne, c'est-à-dire personnalisée à chacun.

PRENDRE EN COMPTE ET ACCUEILLIR TOUS LES BESOINS INDIVIDUELS

Le service cinq étoiles est certainement celui qui est le plus calé sur les paramètres de chaque personne. Pour atteindre cet objectif, les instituts peuvent perfectionner leur approche client et surtout l'analyse des besoins spécifiques de leurs clients. Chaque client dispose d'attentes spécifiques, de zones de confort et d'inconfort qu'il faut savoir recueillir ou détecter, puis accompagner. Nous sommes tous des êtres humains à part entière avec des besoins différents. Dans l'univers de la cosmétique et de l'esthétique, chacune de vos clientes a un vécu sensoriel qui lui est propre. Par exemple, nous ne sommes pas tous égaux sur la sensibilité au chaud et au froid, à la lumière, à la pression exercée lors d'un modelage. Sans même parler de handicap, on peut déjà dire qu'on a naturellement tous une sensorialité différente, qui va influencer considérablement notre expérience client.



Interrogez votre cliente

Certaines esthéticiennes, par bon sens, demandent à leur cliente si la pression du toucher, du modelage leur convient... Mais beaucoup de professionnelles s'adaptent trop peu aux besoins sensoriels, alors qu'une multitude de paramètres pourraient être pris en considération. Le recueil et l'analyse de ces attentes permettrait véritablement d'accueillir tous les publics et serait la garantie d'une expérience de qualité et de fidélisation de la clientèle. L'esthéticienne pourrait par exemple, en début du soin, valider systématiquement avec sa cliente si tout est conforme à ses besoins au niveau sonore, au niveau des parfums, de la chaleur, de la luminosité, de la pression, du toucher. S'assurer aussi pendant la prestation que tout est véritablement confortable. Pour les produits, je recommande aussi de toujours disposer d'un produit neutre, sans parfum pour les clientes à la peau sensible, hypersensible ou celles qui ont été affaiblies par des traitements du cancer, et il y en a beaucoup. Une option que l'esthéticienne peut proposer pour que la cliente puisse se sentir autorisée à dire ses particularités et à choisir ce qui est bon pour elle.

COMMENT TENIR COMPTE DES BESOINS SENSORIELS DE VOTRE CLIENTE ?

À partir du moment où vous décidez de vous ouvrir à ces différences sensorielles, la première étape est d'établir un protocole permettant à votre clientèle d'exprimer ses besoins et ses envies via une procédure officielle. Dans la prise de rendez-vous, dans l'accueil, juste avant le passage en cabine, en fonction du type de soin, il est nécessaire de penser comment s'effectue l'analyse des besoins. Le para-

VÉRONIQUE BARREAU

Mon métier est d'éveiller les consciences et d'aller former aux bonnes pratiques. Ce n'est pas si compliqué et ça demande généralement peu de temps et peu d'investissement. Les impacts humains sont souvent très surprenants, avec une attention plus particulière portée aux autres et à l'expérience client. Nous proposons des formations et des masterclass en ligne pour accueillir au mieux la diversité du monde et la fidéliser par des formations présentielles mais aussi des capsules vidéos explicatives qui permettent de comprendre l'essentiel quelques minutes. L'objectif de la formation est de démystifier, de lever la gêne parfois ressentie face aux situations, et de répondre à des questions que l'on n'a jamais osé poser, de façon à permettre un accueil professionnel et apaisé. Il n'y a pas grand-chose d'infaisable, ce sont des petites choses à penser et à anticiper et qui font véritablement la différence sur le terrain. Ces petits riens seront la clef pour une fidélisation de la clientèle et l'évangélisation de vos services ultra-adaptés.



mètre sensoriel est extrêmement important, il fidélisera la cliente, ou pas... Si une cliente ressent son massage d'une façon trop intense, c'est que l'esthéticienne n'a pas su s'adapter, qu'elle n'a pas été suffisamment à l'écoute. Et l'idée est de permettre à votre cliente d'exprimer ses besoins, ses envies et de pouvoir vous y adapter véritablement. Posez-vous ces questions :

- Quel est le protocole de l'institut au niveau de la communication, de l'accueil et au niveau du soin en tant que tel ?
- Est-ce qu'il y a des points que l'on peut optimiser pour que l'expérience client soit optimum ?

ADAPTEZ VOTRE ACCUEIL

Puisque 80 % des handicaps sont invisibles, il est difficile de s'imaginer que l'on accueille des publics spécifiques régulièrement. En réalité, on ne s'en aperçoit pas parce que les personnes n'ont rien dit de leur situation. Certaines personnes semblent se porter très bien, et pourtant... ●●●

80 % DES HANDICAPS
SONT INVISIBLES,
VOUS ACCUEILLEZ
DONC SANS DOUTE
DÉJÀ DES PUBLICS
SPÉCIFIQUES

Accueillir les chiens guide : une obligation et une nécessité pour votre cliente !

L'accueil du chien guide peut être incommodant pour les instituts, qui ont souvent peur pour des questions d'hygiène associées à la présence de l'animal ou de déranger les autres clientes. Il faut donc y réfléchir en amont.

- Quel peut être le protocole lorsqu'une cliente non voyante arrive avec sa canne blanche et avec son chien guide dans votre institut ?
- L'esthéticienne à l'accueil est-elle au courant de la législation du chien guide ?



Sachez que si une cliente arrive avec son chien guide, la loi de 1987 autorise tous les lieux publics à accueillir la personne non voyante avec son chien. Il est donc primordial d'étudier en amont la conduite à tenir dans vos locaux :

- Est-ce que le chien accompagne véritablement la cliente dans l'institut et si oui, par quel axe de circulation et jusqu'où il peut accompagner sa maîtresse ?
- Pendant le soin, où est le chien ?
- A-t-il un tapis dédié, une petite coupelle d'eau pour que tout se passe bien ?

Dans la vie de l'institut, cela n'arrive pas régulièrement, mais si ça arrive, il faut que l'accueil soit à la hauteur des prestations de l'institut.

L'EXEMPLE D'UNE CLIENTE SOURDE ET MUETTE

Pour accueillir à la façon d'un cinq étoiles, l'idée est que toute l'équipe sache dire : «Bonjour, au revoir, merci» en langue des signes (c'est-à-dire avec des gestes) et ça, c'est assez facile à mettre en place et enseigné en quelques minutes. On peut aussi s'équiper d'une ardoise, d'une tablette sur laquelle on écrit un mot pour que votre cliente comprenne mieux, tout en sachant que la plupart du temps ces personnes savent lire sur les lèvres. Établissez un protocole simple et le jour où une cliente sourde et muette arrive, et même si elle vient accompagnée avec une personne qui parle, tout se fera naturellement. Et ces petites choses fidélisent véritablement.

LA BONNE QUESTION À POSER

Vous pouvez décider d'adapter l'expérience sensorielle aux demandes des clientes, ainsi un mini-questionnaire est transmis lors de la prise de rendez-vous avec cette question déterminante : «Avez-vous des besoins spécifiques : sensorialités, sensibilité particulière ou des besoins en matière d'accessibilité ?». ●●●

PUIS-JE PROFITER D'UN SOIN ?

Les personnes handicapées sont confrontées à des manques d'accessibilité dans les établissements, dans les services et dans l'accueil tous les jours ! Des regards inadaptés, des attitudes inadaptées font le quotidien des personnes concernées. Ce cumul de mésaventure freine parfois l'accès aux prestations des personnes en situation de handicap, qui doivent étudier minutieusement l'accessibilité et l'adaptabilité de chaque prestataire. Trouver un institut capable d'accueillir convenablement relève souvent du parcours du combattant... et les rares bonnes adresses accueillent alors des clientes particulièrement fidèles.

L'EXEMPLE D'UNE CLIENTE NON-VOYANTE

- L'une de mes collègues malvoyantes racontait récemment son aventure chez une nouvelle esthéticienne qui l'a laissée pour qu'elle se change dans une cabine à la lumière très tamisée... Un enfer pour elle qui, avec sa maladie et son handicap visuel imperceptible pour l'autre, a l'impression d'être dans le noir total... Ma collègue ne s'est pas sentie libre de dire : «Je ne vois pas bien du tout, pouvez-vous augmenter la lumière ?». Il faut donc réfléchir à votre protocole pour mettre tout le monde à l'aise et permettre d'accueillir toutes les clientes quelles que soient leurs particularités.



L'avenir de la beauté
commence ici et maintenant.

DÉCOUVREZ NOTRE NOUVEAU SITE !

HTA ELITYS : La dernière innovation minceur.

9 TECHNIQUES
Pour un remodelage optimal et sur-mesure

3 PIÈCES À MAINS
Pour une action ciblée



Et bien plus sur : www.hta-technologies.com





Photo : AS Photo Project.

- Et là, vous saurez qui vous allez accueillir et vous pourrez tout mettre en place pour que son expérience chez vous soit de qualité. L'idée est d'anticiper l'accueil des publics aux particularités multiples.

LA COMMUNICATION

Un logo existe sur le site du gouvernement, qui indique que les chiens ne sont pas autorisés mais que les chiens guides d'aveugle sont les bienvenus chez vous. Il y a aussi la communication interne, qui est fondamentale pour que le message soit bien transmis et que toute l'équipe sache comment on accueille ces personnes.

L'ACCESSIBILITÉ

Le plus coûteux pour les établissements reste l'accessibilité réglementaire et ce n'est pas une mince affaire. Quelle que soit la taille de votre institut, il faut penser aux zones de passage et aux espaces de circulation : un couloir de 90 ou 110 cm, un espace de manœuvre pour que la cliente puisse tourner son fauteuil et surtout, c'est le plus important, il faut une table de massage où elle n'a pas besoin d'escalader avec l'aide de l'esthéticienne. Il existe des tables accessibles PMR mais il y a aussi des tables de massage que l'on peut descendre pour que la cliente soit autonome. Après, il

MOI, ESTHÉTICIENNE POUR TOUS LES PUBLICS

Christine Naslis, Esthéticienne depuis 30 ans, Poitiers
Je suis esthéticienne, coiffeuse de formation depuis 30 ans. Il y a 15 ans, j'ai ouvert un boudoir à côté de ma maison où je ne reçois que sur rendez-vous. Au début, je ne recevais que des clientes classiques et, petit à petit, je me suis intéressée aux personnes fragilisées, celles qui avaient vraiment besoin d'être apaisées et je me suis formée. Aujourd'hui, je me sens accompagnatrice du mieux-être et je reçois majoritairement des personnes fragilisées.

Les soins proposés

Après avoir suivi différentes formations, je propose aujourd'hui de la socio-coiffure, de la socio-esthétique et je suis aussi socio-conseillère en image. Je travaille beaucoup avec l'oncologie, je suis prothésiste capillaire, je fais du reiki crânien pour rebulber le cuir chevelu suite à la chimiothérapie, je fais aussi beaucoup de massages, des modelages des pieds, des mains et des soins visage sous hypnose. Ainsi, par exemple grâce à la formation de Véronique Barreau pour le conseil en image, j'apprends aux femmes déficientes visuelles à se maquiller. En effet, pourquoi ces femmes n'auraient-elles pas le droit d'être maquillées, habillées tendance ?

Savoir accueillir tous les publics

Le savoir-faire, nous l'avons depuis des années, nous le maîtrisons, mais avec les personnes fragilisées, nous sommes sur un autre public et, là, il s'agit de savoir-être et il faut se former pour cela mais si vous vous sentez une âme d'accompagnatrice et de l'empathie, lancez-vous car il y a des besoins ! Certaines personnes fragiles redoutent de pousser la porte d'un institut classique, au-delà de la prise en charge, elles craignent l'usage de produits qui ne seraient pas adaptés. C'est toute une approche qui est différente d'un institut classique mais ça n'empêche pas d'accueillir tous les publics sauf qu'il faut adapter votre prestation.

suffit juste de bien préciser dans votre communication l'accessibilité PMR. Sur votre carte de soins, avec des pictos, n'hésitez pas à préciser si le soin est accessible PMR ou pas.

MESSAGE AUX ESTHÉTICIENNES

Vous accueillez des centaines de clientes par mois, poussez votre professionnalisme sur l'accompagnement avec une prestation encore plus adaptée aux besoins de chacune d'elles. Vos clientes ont toutes des différences individuelles qu'elles ne vous montrent pas forcément. Se dévoiler un peu permettrait une expérience vécue bien plus adaptée et donc bien plus magique. Plus vous êtes axée sur la personnalisation et plus vous êtes dans la fidélisation et le développement de votre clientèle. Allez de l'avant, formez-vous, faites un brainstorming au sein de votre équipe et déjà, en faisant un petit tour de table, vous verrez que ça décante beaucoup de choses. Faites appel à des tiers qui le vivent, il n'y a rien de tel. Aborder l'accessibilité pour tous est un signe de professionnalisme ; il marque d'abord la prise en compte de vos clientes dans toutes leurs dimensions, et vous rendrez un fier service à votre équipe, qui se sentira beaucoup plus à l'aise le jour où un accueil particulier se présentera à l'institut.

Feel the Good*

BAÏJA c'est avant tout une histoire de vies, la nôtre, la vôtre, celles qui ont croisé notre chemin et celles qui le feront demain. C'est l'histoire d'une marque exigeante, pétillante, unique mais surtout vivante, qui grandit chaque jour pour vous proposer une autre vision du bien-vivre, inspirante et sans limites. Des cosmétiques naturels aux parfums maison, BAÏJA accompagne tous les quotidiens en transformant l'ordinaire en extraordinaire...

Alors souriez, profitez, savourez et osez l'esprit #feelthegood

VENEZ DÉCOUVRIR NOS NOUVEAUTÉS
EXCLUSIVES & OFFRES DE NOËL AU SALON
BS LYON - WORKSHOPS ESTHÉTIQUE & SPA, LES 20
ET 21 NOVEMBRE 2022.

ESPACE SOINS, SPA & REGARD | STAND W25



BAÏJA
WWW.BAIJA.COM

*Sentez-vous bien





Dossier Visage

La beauté de la peau ne résulte pas des seuls bénéfices que peuvent apporter les cosmétiques. Il faut aller au-delà et proposer une prise en charge complète à votre cliente.

Le diagnostic vous permet de comprendre la peau de votre cliente, ses habitudes et ses besoins. Le conseil est votre expertise, à vous de le dispenser sur-mesure. Soins manuels ou appareillés, cosmétiques adaptés, alimentation, les soins du visage offrent un panel de prestations incroyables, 100% personnalisables ! Et ce sont des prestations toujours plus innovantes en termes de techniques. Idéal pour mettre en avant votre expertise, idéal pour les expertes que vous êtes qui souhaitez vous enrichir toujours plus !



COMMENT FAIRE DE VOS SOINS VISAGE LA PRESTATION LA PLUS RENTABLE ?

Travaillez moins, mieux, et margez plus ! Si cela vous tente, lisez la suite, je vous délivre le secret pour faire de vos soins visage, votre prestation la plus rentable !

PAR **CHRISTELLE LY**, ESTHÉTICIENNE, SPÉCIALISTE ÉPIDERME, BLOGUEUSE ESTHÉTIQUE TENDANCE

En France, d'après la source de la CNAIB sur des données de 2017, la répartition du chiffre d'affaires d'un institut de beauté est :

- 59 % épilation,
- 15 % soins ongles,
- 10 % soins corps,
- 8 % soins visage,
- 8 % maquillage.

C'est sans appel, l'épilation est LA prestation principale. Les soins ongles dépassent même les soins du visage. Et ce ne sont pas les plus rentables, sans compter la fatigue occasionnée par ces soins.



UN FRANÇAIS SUR DEUX À DES PROBLÈMES DE PEAU

D'après des recherches entreprises en 2015 par la Société Française de Dermatologie : un tiers des Français souffrent de problèmes de peau. Cela représente 16 millions de Français dont les plus touchés sont les femmes. Le schéma pour les 10 prochaines années indique que cela évolue vers une tendance d'un Français sur deux.

12 affections ressortent de cette analyse : en n°1 l'acné, boutons, points noirs, et n°7 les taches pigmentaires. J'espère ne pas vous surprendre en vous écrivant que c'est tout à fait dans nos compétences de traiter ces problématiques.

Vous avez toutes les compétences !

D'après le site Caducée.net, une référence sur l'actualité médicale, en 2020, le délai moyen pour obtenir un rendez-vous chez un dermato était de 95 jours. Tout en gardant en tête que ces imperfections ne sont pas des maladies et tout à fait de notre ressort. Au vu de ces délais, la demande de nos clientes pour tendre vers le "bien vieillir", lutter contre les imperfections cutanées, croît énormément. La façon de consommer a changé, la consommatrice est prête à payer le bon prix, si la prestation est à la hauteur de ses attentes. Il y a donc un fort potentiel de clientes à toucher et l'axe de développement du soin visage est très important. Évidemment, cette prise en charge vers des résultats passe par une bonne maîtrise des connaissances de ces problématiques, leur fonctionnement, et comment les traiter. Il est impératif d'être éveillée sur les fondamentaux de l'épiderme afin de garantir aujourd'hui des résultats ! Nous ne sommes pas toutes obligées de nous spécialiser dans les soins de la peau, cependant la bonne compréhension de notre outil de travail : l'épiderme, est indispensable pour répondre à ce nouveau marché.

ÊTES-VOUS PRÊTE À VOUS DÉVELOPPER ?

La question que j'ai envie de vous poser est : «Êtes-vous au rendez-vous pour monter dans le train du développement de la prestation du soin visage ?». Pour cela, il faut travailler votre parcours client et bien sûr votre prix. Effectivement, il faut démarrer par la base : le prix de vos soins du visage. Cette partie n'est pas forcément drôle, je le reconnais, mais elle est indispensable pour vous, esthéticienne gérante, car il faut raisonner en chef d'entreprise.

Le prix du soin

Il est important de bien maîtriser vos coûts et apprendre à calculer le juste prix pour garantir la rentabilité de vos prestations :

- Choisir votre positionnement.
- Connaître vos charges liées aux ressources humaines : votre salaire et celui de vos salariées si vous en avez, Urssaf, prévoyance mutuelle...

**AUJOURD'HUI,
LA VENTE DE PRODUITS
REPRÉSENTE
50 % DE MON C.A.**

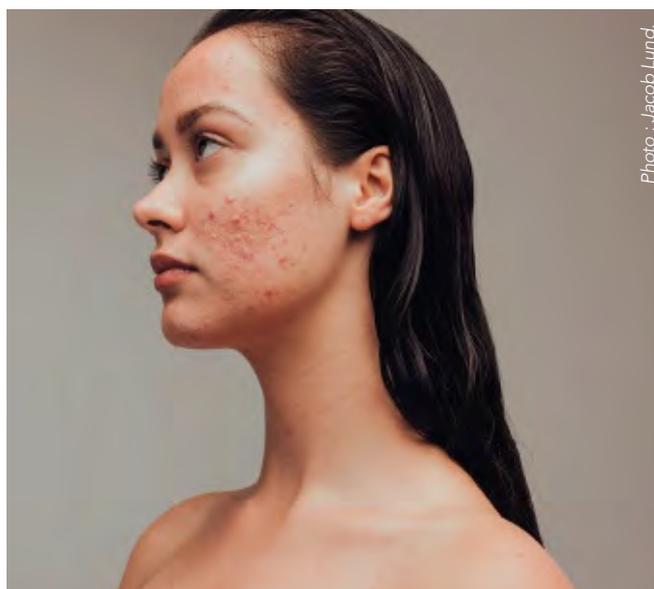


Photo : Jacob Lund.

Ces problèmes, vous avez toutes les compétences pour les régler.

- Connaître vos charges fixes idéalement à ramener à un coût/h : loyer, électricité, assurances, Internet, etc.
- Connaître vos charges variables : produits de soins, consommables, entretien du linge...

Une fois ce calcul réalisé, ajoutez à cela une marge minimum de 30 % et plus en fonction de votre positionnement. Voici un exemple avec mon expérience : je suis une spécialiste, experte dans le domaine des soins de la peau, donc je mets une marge à 45 %. En effet, je mets en avant mon expertise et le prix n'est pas limitant car mes clientes viennent me voir et me recommandent justement pour mon expertise.

Stop aux pensées limitantes !

À bas les pensées limitantes, vous avez de la valeur et votre travail également ! N'ayez pas peur d'appliquer le bon tarif ! Il existe des professionnels qui peuvent vous accompagner dans ce domaine afin d'apprendre à maîtriser cette partie gestion. Il ne faut pas hésiter à vous faire aider. ●●●



Photo : Studio Romantic.

Oui, devenez une experte reconnue en soin visage !

●●● Le parcours client

Je vous livre ici ce que j'ai mis en place dans mon activité et qui m'a permis de développer les soins et surtout la vente de produits. Car oui, c'est par la vente que nous rentabilisons un maximum notre activité et aussi potentialisons les résultats, même si je sais que vous avez certainement mal aux yeux en lisant "vente" ! Je ne me suis jamais considérée comme vendeuse, d'ailleurs partout où j'ai travaillé, on peut le dire, nous sommes entre nous, j'étais la pire des vendeuses !

Je ne vends pas, je conseille !

Aujourd'hui, la vente de produits représente 50 % de mon chiffre d'affaires. Et mes clientes renouvellent régulièrement leurs cosmétiques. Imaginez votre cliente qui passe la porte et renouvelle ses produits car en amont vous l'avez fidélisée, elle atteint ses objectifs «belle peau», et là, bam un encaissement en plus dans la journée que vous n'attendiez pas ! Et si ce cas n'était pas isolé et que cela devenait votre quotidien ?

INSPIREZ-VOUS DE MON PARCOURS CLIENT

C'est sans retenue que je vous dévoile mon parcours client en quatre étapes, car puisque ça fonctionne pour moi, pourquoi ça ne fonctionnerait pas pour vous ?

Étape 1 : le diagnostic de peau INDISPENSABLE !

Il permet de définir les besoins, comprendre les problématiques et adapter les soins pour atteindre les objectifs. Et surtout, il permet de proposer un programme personnalisé : cure de soins, routine cosmétiques maison en proposant la fiche conseils. Évidemment pour maîtriser cette étape, il est impératif de parfaitement connaître le fonctionnement de l'écosystème de l'épiderme, les fondamentaux de la peau et d'expliquer avec méthodologie et pédagogie à votre cliente ses imperfections et le programme proposé. Vous l'avez compris, une formation sérieuse est donc indispensable. Il n'est pas forcément nécessaire de faire du diagnostic une prestation à part entière mais de l'intégrer systématiquement avant vos soins visage. Mon plus, c'est le bilan personnalisé, je remets systématiquement un document de l'expertise réalisée. J'ai mis en place avec l'aide d'Adamas Ly Communication un outil afin d'automatiser ce document.

Étape 2 : le soin cabine en cure en fonction des besoins

Mettez en avant votre professionnalisme en réalisant des cures personnalisées, en combinant votre savoir-faire et, si vous en avez, vos technologies.

Étape 3 : l'accompagnement

Suivi du programme soin cabine et maison, vous vous positionnez alors en vrai coach beauté.

Étape 4 : la fidélisation

Le programme est terminé, il faut bien conseiller sur l'entretien. En effet, Rome ne s'est pas construite en un jour ! Il n'est pas concevable d'obtenir des résultats durables et profonds avec un soin isolé. La peau, c'est tout un écosystème bien rodé qui a besoin de prise en charge personnalisée tout au long de l'année et de la vie de vos clientes. C'est un organe vivant qui évolue tout le temps, qui a des besoins uniques, elle peut changer avec les saisons, l'alimentation, la prise de médicaments... Donc en prenant tout cela en considération, les suivis et la récurrence sont indispensables pour traiter ou conserver une jolie peau.

À RETENIR

Vous avez toutes les clés en main pour faire du soin visage votre prestation la plus rentable. Ne manquez pas ce tournant de notre secteur soyez au rendez-vous ! Voici mon mantra : «Soyez ÉVEILLÉE dans tout ce que vous entreprenez, et j'ai à cœur de vous accompagner dans ce processus. Soyez fière d'être esthéticienne ! 



JANSSEN COSMETICS

Cosméceutique

Institut



Individualisé

IRRÉSISTIBLE

Expertise

E ♦ D ♦ P ♦

Le Futur
est possible ensemble

Colis testeur sur demande



contact@pascaljourdan-cosmetics.com | 06 89 90 71 79 |

Pascal Jourdan
cosmetics

LA MADÉROTHÉRAPIE M'A FAIT DÉCOLLER !

PAR **DORIANE FRÈRE**

Après différentes expériences en esthétique, en 2020, j'ai repris un institut de deux cabines qui existe depuis plus de 40 ans à Rennes. Quand je l'ai repris, il n'y avait pas beaucoup de clientèle, nous sortions à peine du Covid, il fallait repartir de zéro. J'ai donc choisi un concept orienté en soins du visage et notamment en massages du visage qui sont les soins que je préfère. De plus, je me suis rendu compte que mes clientes étaient très demandeuses de soins manuels, je ne m'attendais pas à ce que cela devienne mon activité principale.

LA MADÉROTHÉRAPIE

L'une de mes amies m'avait parlé d'Olfa Perbal qui est l'initiatrice de la Madérothérapie en France, je suis donc allée tester son soin et j'ai eu un coup de cœur ! La Madérothérapie est une technique de massage entièrement naturelle, originaire de Colombie. Grâce à l'utilisation de différents accessoires en bois, pour le corps, cette méthode permet de drainer, affiner, soulager les jambes lourdes, lisser la peau et réduire la cellulite.

La Madérothérapie pour le visage

Sur le visage, associée à un massage manuel, la Madérothérapie stimule la micro-circulation, lisse les traits, désengorge les zones congestionnées, booste l'éclat du teint et redensifie en stimulant la production du collagène. Les accessoires, différents du corps, sont parfaitement adaptés au visage (petite ventouse, différents rouleaux, spatules, boules de différentes tailles). Je réalise en alternance des manœuvres avec les objets en bois de la Madéro et des techniques manuelles.

Un soin pour tous les types de peau

Je conseille ce soin à tous les types de peau. Son intérêt est de stimuler la production de collagène grâce au massage en profondeur des tissus. On draine, on élimine les toxines, on améliore la circulation, le teint est plus lumineux. En cure, ce soin permet de redensifier la peau. Le soin peut également être préconisé dans le traitement des peaux grasses. En effet, la Madérothérapie apporte un effet décongestionnant. De plus, ce soin permet d'attirer une clientèle homme qui apprécie beaucoup l'aspect tonique du soin. Je propose ce soin de Madérothérapie à la séance : 50 minutes à 78 euros ou en forfait de 8 séances à 550 euros.

MERCI LA MADÉROTHÉRAPIE !

Proposer la Madérothérapie m'a permis de remplir mes journées et me dégager un salaire ! Depuis que je l'ai mis en place, et après six mois d'ouverture, je travaille presque tous les jours, de 9h à 20h. Pour faire connaître la technique, j'ai posté sur Instagram une vidéo du soin, la description et les tarifs.



**ANNE
DE PARTHENAY**

Esthéticienne depuis 23 ans,
Fondatrice de l'institut
SAINT SAUVEUR,
3 rue St Sauveur,
35000 Rennes.

La Madérothérapie et les clientes

Cette technique plaît pour plusieurs raisons :

- Elle est naturelle et manuelle, ce qui apporte un bien-être incomparable avec une technologie.
- La Maderothérapie est très fidéli-sante. Après avoir terminé leur cure, rares sont les clientes qui ne reprennent pas un forfait d'entretien pour conserver les résultats obtenus. C'est donc bien sûr le résultat qui fait le succès de cette méthode.
- Les clientes apprécient que ce soit personnalisé. En effet, je n'ai pas de protocole préétabli. J'adapte complètement les gestes, la pression, l'enchaînement et l'utilisation des accessoires aux besoins spécifiques de ma cliente.
- Le bien-être apporté par ce massage profond, tonique et précis, est très apprécié. On ne fait pas que remodeler le visage, on permet aussi au cerveau de se mettre au repos et à l'organisme de sécréter les hormones du bien-être.

LA MADÉROTHÉRAPIE POUR SE DIFFÉRENCIER

À Rennes, nous sommes très peu à proposer la Madérothérapie. Certaines esthéticiennes que je ne connais pas conseillent à leurs clientes de venir me voir ! Face à la concurrence, de plus en plus forte et diversifiée, il est important de marquer sa différence dans les prestations que l'on propose, mais aussi dans son lieu d'accueil, son écoute, sa communication, son style. Je pense que chacune doit inventer ses codes.

MESSAGE AUX ESTHÉTICIENNES

Il est important de vous spécialiser dans un domaine. Cela est particulièrement valable si vous êtes esthéticienne dans

une grande ville. C'est ainsi que vous pourrez vous positionner en tant qu'experte. Il vaut mieux proposer moins de prestations afin de réaliser à la perfection celles que vous offrez.

L'HYDRAFACIAL POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE

PAR DORIANE FRÈRE

Après 15 ans dans le même institut, j'ai eu l'opportunité en décembre 2021 d'ouvrir un institut d'une cabine avec un espace manucure/pédicure dans mon village, j'ai donc sauté le pas et ai commencé mon aventure entrepreneuriale. Mon offre à l'institut est spécialisée en soin visage puisque cela représente environ 70 % de mes prestations. Je travaille avec Beauty Garden, La Canopée et Boho Green Make-Up.

LE CHOIX DE L'HYDRAFACIAL

J'ai été formée au kobido à l'École Privée d'Esthétique de Vienne en janvier 2022. J'ai fait ce choix car j'adore masser le visage. Pour les clientes qui n'aiment pas la technologie, le kobido est une alternative. Mais ce qui fonctionne le plus dans mon institut est l'hydrifacial que j'ai découvert sur la page Facebook des Nouvelles Esthétiques. C'est l'hydrifacial qui m'a fait connaître auprès de ma clientèle. Mon institut est ouvert depuis peu certes, mais mes clientes viennent pour ce soin. J'ai décidé de proposer ce soin pour avant tout me démarquer et, d'autre part, je recherchais un appareil efficace autant sur l'anti-âge que sur le nettoyage de peau. C'est un soin très en vogue. Ce soin est tellement personnalisable qu'il peut convenir à tous les types de peau. Je travaille autant sur des femmes de 18-20 ans que sur des femmes des 30-40 ans. Être équipée d'un appareil de ce type qui permet de traiter tous les types de peaux est formidable pour une esthéticienne. Les soins peuvent se faire seuls ou en cures, ce qui est également très intéressant car cela permet de fidéliser la cliente.

L'appareil Yumi

Il n'a pas été évident de trouver une marque qui proposait un appareil d'hydrifacial accessible aux instituts. Je travaille avec l'appareil de Yumi et j'ai également suivi une formation à Saint-Étienne avec la marque. Avant d'utiliser l'appareil, une caméra permet de prendre des photos de coupes de la peau de la cliente pour déterminer son type de peau et les produits et techniques à utiliser pendant le soin. Bien qu'une esthéticienne soit normalement en mesure de conseiller une cliente sur les soins à réaliser et les produits à utiliser, la caméra rassure et donne davantage de crédit à mon propos. L'appareil est composé de plusieurs pièces à main :

- la spatule peeling permet de nettoyer en profondeur, retirer les points noirs et les imperfections,
- l'hydradermation permet une aspiration afin de nettoyer les pores en profondeur avec une infusion de vitamines,
- les ultrasons permettent de faire pénétrer les sérums,
- la radiofréquence permet de repulper,
- et le marteau froid de la cryolipolyse à -10°C permet de raffermir et resserrer les pores.

Le but premier d'un soin hydrifacial est le nettoyage profond de la peau. Je facture ce soin 90 euros.



CINDY DERLOT LECHER

Esthéticienne depuis 17 ans,
Fondatrice de l'institut
EDEN INSTITUT,
323 bis Route des Alpes,
38550 Cheyssieu.

LE SOIN VISAGE ET LA VENTE

Pendant la pose du masque, j'établis une ordonnance beauté avec tous les produits qui seraient intéressants d'utiliser pour la cliente, selon son type de peau, avec les tarifs. Ainsi, je remets à ma cliente son ordonnance beauté avec sa boisson à la fin du soin lorsqu'elle se rhabille. Elle a le temps de regarder les produits, les prix, toute seule dans la cabine. Lorsqu'elle sort de la cabine, elle achète au moins un produit.

TECHNOLOGIES VS SOINS MANUELS

Les appareils permettent d'obtenir de très bons résultats. Parfois, ils sont meilleurs que des soins manuels ! En tant qu'esthéticienne, j'adore aussi les techniques manuelles comme le kobido. Souvent, lorsque ma cliente a fini sa cure d'hydrifacial, je lui propose de lui faire du kobido pour changer, ça plaît beaucoup. Le manuel et la technologie sont complémentaires.

LA DEMANDE EN SOINS VISAGE

Aujourd'hui, les clientes sont à la recherche de soins repulpants, coup d'éclat et raffermissants, à tout âge. Elles sont prêtes à faire des cures et y investir de l'argent, et ce, beaucoup plus qu'avant.

MESSAGE AUX ESTHÉTICIENNES

Lorsque vous ouvrez votre institut, il est primordial de vous démarquer des autres. Pour ce faire, il faut proposer des soins innovants, avec des marques qui changent. Ce qui fait mon succès, en plus de l'hydrifacial, ce sont les marques avec lesquelles je travaille. Beaucoup de clientes changent régulièrement de marque, elles connaissent toutes les grandes marques et doivent certainement se lasser. Le fait de proposer quelque chose de différent les attire.

Les parfums changent et les packagings donnent envie. Aussi, il faut prendre le temps de conseiller vos clientes, établir des ordonnances beauté, vos clientes apprécient cela.

90 % DE MES PRESTATIONS SONT DES SOINS VISAGE

PAR DORIANE FRÈRE

A l'ouverture de mon institut en 2018, je travaillais seule, je proposais des soins du visage sur-mesure, des techniques appareillées et manuelles. J'ai par la suite élargi ma pratique au corps, toujours dans un but de l'entretien de la peau. Aujourd'hui, nous sommes une équipe de six esthéticiennes et possédons quatre cabines de soin sur 140 m². Nous travaillons avec Biologique Recherche. 90 % de nos prestations sont des soins visage car c'est notre expertise et nous sommes reconnues comme la référence.

UNE PRISE EN CHARGE GLOBALE ET SUR-MESURE

Notre maître-mot est la personnalisation. Lorsque nous prenons en charge une cliente, nous partons du principe que nous ne savons rien sur sa peau. De ce fait, nous lui posons beaucoup de questions afin d'établir un diagnostic que nous complétons avec notre appareil de diagnostic. Nous pouvons ainsi cerner les bonnes et mauvaises habitudes de la cliente afin de lui proposer un protocole de soin personnalisé. Astuces et conseils sont aussi dispensés à chaque cliente. Aucun protocole n'est prédéfini, c'est en fonction de ce que l'on voit et de ce que ressent la cliente que le soin se dessine. Les soins peuvent être réalisés aussi bien avec des techniques manuelles que des technologies : radiofréquence, ultrasons, micropuncture, Leds, microdermabrasion, oxygénothérapie, microneedling, électrostimulation visage et lumière pulsée.

LES TROIS PILIERS DE LA PERSONNALISATION

L'efficacité de nos soins se base sur trois piliers : des technologies de pointe, des techniques manuelles et des cosmétiques très dosés. Notre massage signature visage est le Face Gym où nous travaillons sur les muscles. Pour ce faire, nos techniques se basent sur des techniques de type kobido ou encore de face sculpting avec des manœuvres liftantes. Notre fourchette de prix est assez large : de 95 euros le soin sur-mesure de 45 minutes à 350 euros pour un soin de deux heures qui couple techniques manuelles et technologies.

FAIRE CONNAÎTRE SON EXPERTISE

Les réseaux sociaux

Nous sommes très présentes sur les réseaux sociaux et particulièrement Instagram que beaucoup de nos clientes utilisent. Nous mettons nos soins en valeur au travers de posts explicatifs, de nouveautés produits, des techniques que nous proposons, sous forme de quizz ou de questions-réponses. Cela génère des retours de la part des clientes. Elles nous demandent les tarifs, des informations complémentaires... Nos



CÉLIA VEPORI-LUCCIARDI

Esthéticienne depuis 10 ans,
Fondatrice de l'institut
A PERLA RARA,
1 rue de L'Assomption,
20000 Ajaccio.

clientes adorent voir les backstages de notre établissement en rencontrant l'équipe à travers nos stories. D'autre part, nous essayons d'être visibles un maximum en participant de près ou de loin aux événements de la ville.

Le bouche-à-oreille

J'ai également beaucoup travaillé le bouche-à-oreille. Cela nous a permis de bien nous développer. Nous étions comme la bonne adresse confidentielle que l'on se donne entre amies, comme un secret que l'on partage. L'expérience vécue, les résultats obtenus, nous ont permis d'acquérir cette notoriété et ont donné envie aux clientes d'en parler.

FIDÉLISER LA CLIENTÈLE

Le soin du visage est l'une des prestations les plus fidélisantes que l'on peut proposer en institut. En effet, prendre soin de sa peau se fait de façon durable. Lorsqu'il y a une problématique à régler, il faut impérativement faire comprendre à la cliente que de faire un soin de façon ponctuelle sera certes relaxant mais n'aura pas d'effet dans la durée. Il est donc nécessaire de mettre en avant la régularité, ce qui fidélise. Par ailleurs, concernant les clientes qui n'ont pas de problématique spécifique et qui sont dans une simple démarche d'entretien, il faut leur faire comprendre que la régularité d'un soin permettra de l'entretenir sur le long terme et les fidélisera également.

MESSAGE AUX ESTHÉTICIENNES

Certaines esthéticiennes aiment tout et puis d'autres aiment tout savoir sur un seul domaine. C'est là qu'est tout l'intérêt de la spécialisation. En effet, vous allez être reconnue en tant qu'experte et allez pouvoir pousser vos connaissances sur un sujet en particulier. Petit à petit,

il est possible de devenir vous-même précurseur et créer de nouvelles choses. Aimez ce que vous choisissez et ne faites rien par défaut. Découvrez ce qui vous donne envie d'être la meilleure version de vous-même !

FOCUS VISAGE : NE SOYEZ LIMITÉ QUE PAR VOTRE IMAGINATION

Dessinez un sourcil parfait,
même pigmenté.

Mettez les lèvres en valeur
en éliminant poils et duvets.

Dites définitivement non
aux poils au menton.

Traitez la pilosité
inter-sourcilière.

Dites adieu aux poils
sur les oreilles.

Terminez-en avec le rasoir et
redéfinissez les contours d'une barbe.



L'ÉPILATION DÉFINITIVE ENFIN ADAPTÉE À TOUS VOS CLIENTS



* Résultats démontrés scientifiquement par le LOEX, Centre de recherche universitaire de Laval- Canada

Informations sur www.apilus.fr
ou par téléphone au 01.53.81.91.42

  @apilus_fr

APILUS

MGA

CHAQUE SOIN EST UN SOIN SIGNATURE

PAR DORIANE FRÈRE

J'étais salariée dans l'institut que j'ai racheté, dont je suis la dirigeante aujourd'hui depuis 2009. Il y a quatre cabines, je travaille avec une salariée et une apprentie. Nous travaillons depuis le départ avec la marque Guinot Mary Cohr. Nous proposons aussi bien des soins pointus avec de la technologie que des soins manuels. Par exemple, nous avons été les premiers en France à proposer la méthode Renata Franca. Nous proposons depuis bien longtemps le kobido. Nous sommes expertes en peeling, microneedling et Led thérapie. Aujourd'hui, les soins du visage représentent 48,4 % des prestations réalisées à l'institut. Les autres prestations que nous proposons sont le maquillage permanent, les soins corps et l'épilation définitive. Mon objectif est de pouvoir proposer uniquement du soin visage. C'est en effet une prestation rentable et agréable à prodiguer. De plus, cette prestation permet de nouer une confiance avec sa cliente.



EMMANUELLE SAKAËL

Esthéticienne depuis 22 ans,
Dirigeante de
L'ÉTERNEL FÉMININ,
4 avenue Bonaparte,
51430 Tinqueux.

LA COMPLÉMENTARITÉ TECHNOLOGIES - TECHNIQUES MANUELLES

Les techniques manuelles et la technologie doivent être complémentaires. Cela permet de toucher un maximum de clientes. En effet, certaines d'entre-elles n'aiment pas du tout la technologie mais veulent un résultat. Finalement, il existe une clientèle technologie et une clientèle techniques manuelles. Si on ne propose pas quelque chose aux deux, on va perdre l'une ou l'autre. Lorsque nous avons une nouvelle technologie, j'essaye toujours de convertir mes clientes en leur offrant dix minutes d'ultrasons par exemple. En effet, peut-être que cette cliente cocooning craignait la technologie et le ressenti qu'elle pouvait avoir. Cela lui permet de tester et de se faire son idée.

UNE PRISE EN CHARGE UNIQUE

Nous débutons toute prise en charge par une consultation de dermo-esthétique d'au moins 30 minutes, voire une heure. Il s'agit d'une recherche approfondie des différents besoins de la cliente. Nous étudions avec elle sa routine beauté et, parfois, nous poussons plus loin notre recherche en abordant les éventuels problèmes hormonaux, les opérations chirurgicales, etc., qui peuvent être à l'origine d'une problématique cutanée. Ainsi, la cliente repart avec son ordonnance beauté personnalisée avec la routine de soins pour la maison et les soins à faire en institut. Chaque soin proposé est un véritable soin signature, adapté à chaque besoin. Riches de nos multiples technologies et de nos techniques manuelles, nous sommes à même de pouvoir prendre en charge des clientes aux profils différents.

Un panel de techniques expertes

Les technologies

Nous proposons différentes techniques : l'hydrafacial, le microneedling, les Leds, la stimulation musculaire, la photo-réjuvenation, les ultrasons, les ultrasons focalisés et l'ionisation

Les techniques manuelles

En soins manuels, nous proposons tout un panel de techniques pointues : le kobido, la réflexologie, le drainage Miracle Face et notre massage signature qui a été créé en couplant plusieurs techniques pour s'adapter au plus proche des besoins de nos clientes.

LES AVANTAGES DU SOIN DU VISAGE EN INSTITUT

La relation avec les clientes

Je souhaite développer l'expertise de l'institut dans les soins visage. J'aime le soin visage, nous offrons de vrais résultats aux clientes, de façon durable. Les clientes rencontrent des difficultés pour consulter un dermatologue pour leurs problèmes de peau. De plus, elles ne souhaitent pas nécessairement suivre un traitement médicamenteux. Elles ont bien intégré le fait que nous pouvons, nous les esthéticiennes, les aider. Et les clientes n'hésitent pas à mettre le prix pour une prestation. Le soin du visage chez L'Éternel Féminin est une prestation prestige qui apporte une image d'experte. Nous nous différencions de nos concurrents grâce à cela.

La vente

Nous parvenons très facilement à vendre et à fidéliser nos clientes sur leurs rituels beauté. Notre ratio vente est de 33 %, sans compter le mois de Noël. Nous les éduquons sur leurs rituels beauté et cela instaure une vraie confiance avec elles, désormais, elles n'achètent plus ailleurs ! Quand on croit en son produit et qu'on a été formée sur ses bienfaits, la vente ne peut que marcher. Attention, la connaissance de la

composition de vos produits et des effets des produits sur la peau sont primordiales.

MESSAGE AUX ESTHÉTICIENNES

Il ne faut pas vous décourager avec la forte concurrence des «non-professionnels» que vous subissez actuellement. Seul votre savoir-faire fera la différence. Il faut arrêter de vous battre sur des prix et vous miner à regarder ce que fait la concurrence. Mieux vaut chercher de la nouveauté car notre métier évolue rapidement. Soyez à l'affût de tout pour être dans le coup ! 

L'ÉNERGÉTIQUE ET LES SOINS DU VISAGE

PAR DORIANE FRÈRE

J' ai passé mon CAP en 1998, j'ai travaillé dans différents instituts de beauté et spas pendant une dizaine d'années. C'est en 2020 que j'ai ouvert mon institut d'une cabine où je travaille seule avec un concept écologique. Ma spécialisation est le soin du visage car c'est ce que je préfère parmi toutes les prestations. Cela représente 70 % des prestations que je réalise.

UN CHOIX DE MARQUES JUDICIEUX

J'ai choisi des marques de produits énergétiques, artisanales et vibratoires : Douces Angevines, Alors Ça Pousse et Les Assembleuses. Ces marques sont en conformité avec mon approche énergétique pendant mes soins. Par exemple en kobido, je libère des zones qui sont bloquées avec mes manœuvres et les produits pénètrent au cœur des points énergétiques, ce qui apporte une double efficacité.

LES SOINS ÉNERGÉTIQUES

Je me suis rendu compte de ma capacité en énergétique à la suite d'une maladie, c'est souvent après une épreuve que l'on découvre sa capacité énergétique. Je me suis donc formée aux massages ancestraux du monde avec Marie-Paule Puissegur en 2011.

LA PRISE EN CHARGE DES SOINS VISAGE

Les consultations «Beauty Green»

Je propose une prise en charge personnalisée. Je dispose de protocoles de soins préétablis, que je module en fonction des besoins de ma cliente.

La prise en charge débute avec une consultation :

- **la consultation de routine beauté** : c'est la plus basique qui permet de définir les besoins de la cliente pour sa peau,
- **la consultation beauté ayurvédique** où je vais aller chercher plus loin, notamment dans les habitudes alimentaires,
- **la consultation émotionnelle** qui permet de déterminer la saison dans laquelle se trouve la cliente. Nous pouvons être en automne, mais la peau de la cliente peut être en saison hiver ou été. Pour régler ce déséquilibre, je conseille des cosmétiques mais aussi des exercices et des conseils naturo... C'est à partir de ces consultations que je propose les soins.

Le soin en lui-même

Je propose plusieurs techniques de soins pour le visage : le kobido, le gua sha à la pierre volcanique et de jade, le yoga du visage, la sonothérapie



VANESSA TRÉHET

Naturo-esthéticienne énergétique depuis 24 ans, LES MERVEILLES D'ANGÉLINA, 34 avenue Jean Monnet, 14000 Caen.

grâce à des instruments énergétiques, le dien chan, le massage tanaka, un massage birman, le massage thaïlandais nouat naa, ou encore l'olfactothérapie. Toutes ces techniques sont liées et se complètent. Je propose également un soin pour chaque saison avec des produits liés aux organes et à la saison. Ce sont des soins que j'ai moi-même créés ! Un soin de saison de 1h40 est à 134 euros. Le soin Douces Angevines est à 98 euros pour 1h30.

L'utilité des pierres dans le soin

Les pierres vont avoir une action à différents niveaux. Par exemple, la pierre volcanique est composée de 41 minéraux. C'est une pierre de guérison japonaise qui est utilisée depuis le 14^{ème} siècle. Elle absorbe

au niveau énergétique et draine. La pierre volcanique du Mont-Fuji (pierre de branshi) s'utilise uniquement pour le massage gua sha. Pour le massage thaïlandais nouat naa, ce sont deux pierres d'améthyste. Je travaille sur toutes les zones réflexes comme le rein et la vessie qui sont eux reliés à l'hiver et à l'élément Eau. Le travail va s'axer sur les plantes utilisées et relancer l'énergie du rein/vessie. On agit également sur la nervosité, l'arthrose, les tensions musculaires, les rides profondes et l'oxygénation.

L'aromathérapie dans les soins

L'aromafacto, gestion des émotions avec les huiles essentielles et la méditation olfactive par les huiles essentielles ou par les plantes infusées, permettent d'éveiller les sens avant le soin. Cela permet de se reconnecter à soi mais également à ses émotions, de se détendre, cela diminue le stress et améliore le sommeil.

La sonothérapie dans les soins

La sonothérapie était une continuité évidente dans ma proposition. C'est une méthode qui, par des vibrations sonores, permet d'apaiser le corps, dénouer les blocages énergétiques, procure une relaxation profonde, soulage le stress et l'anxiété. Le corps est réharmonisé.

L'ÉNERGÉTIQUE POUR SE DIFFÉRENCIER

Inclure de l'énergétique dans mes soins permet à mes clientes de mieux se sentir après leur soin. Grâce aux produits et aux techniques, elles se reconnectent à elles-mêmes, elles ressortent libérées. Cela fait toute la différence ! 

MES CLIENTES VIENNENT POUR MON EXPERTISE

PAR DORIANE FRÈRE

A la sortie de mes études d'esthétique, j'ai travaillé dans plusieurs univers de l'esthétique. J'ai ouvert mon espace d'une cabine en 2014. Je propose des soins et également des formations en massages, ongles et épilations orientales. J'ai la certification Qualiopi. Je travaille avec Oliv'Bio Cosmétiques et 5MK Polynesian.

LA SPÉCIALISATION AVEC AKWATERRA

J'ai découvert Akwaterra lors du Congrès International Esthétique & Spa. L'Akwaterra est un kit d'accessoires en céramique porcelanique destiné au massage. On verse de l'eau dans les pochons de céramique qui sont plongés dans un bac en céramique d'eau chaude. La beauté des objets, que ce soit la vasque en céramique ou les pochons de formes différentes et originales, m'ont séduite dès le départ. C'est délicat et élégant. Recevoir de la douceur et de la chaleur de la matière et la prise en main très facile pour pratiquer m'a conquise. Et le fait que ce soit une fabrication française était également un gage de qualité.

En soin

L'Akwaterra est l'alliance des quatre éléments : la terre (céramique), l'eau dans les pochons, le feu par la chaleur et l'air dans l'aspect holistique et énergétique. L'utilisation des pierres chaudes peut être contraignante pour l'esthéticienne, contrairement aux pochons d'Akwaterra. De nombreux accessoires sont disponibles, la prise en main est facile et agréable et les formes originales des pochons permettent de nombreuses manœuvres. Nous pouvons les utiliser à chaud ou à froid.

Les bénéfiques

Pour le visage, nous avons la possibilité de travailler sur le drainage, la stimulation des capillaires sanguins. Nous pouvons aussi travailler sur les insertions profondes des muscles et les méridiens. Des manœuvres anti-âge peuvent également être effectuées.

JE ME FORME EN PERMANENCE !

Je me suis toujours formée en permanence : pierres chaudes, massage sportif, réflexologie plantaire et plantaire thaï, initiation au shiatsu, initiation au tui na bien-être, massage anti-âge japonais, taurumi, lomilomi. Pour le visage, j'ai suivi des formations sur différentes techniques manuelles comme le massage visage anti-âge japonais et le drainage lymphatique. Pour me faire former, je me déplace beaucoup. J'aime suivre de nombreuses formations pour une même technique. Mon objectif est de créer ma propre technique grâce à toutes celles que j'ai apprises.



KAREN
LEPORINI

Esthéticienne depuis 24 ans,
Fondatrice de
CONSEIL FORMATION BEAUTÉ,
3 rue de l'Hôtel de Ville,
26400 Crest.

LES CLIENTES ET LE SOIN VISAGE

En cabine

Les clientes achètent du temps de massage et non pas une prestation préétablie. Mes clientes viennent pour mon expertise et le moment privilégié qu'elles vivent à l'institut. Je travaille avec une marque bio et des serviettes chaudes, je n'ai pas de consommables jetables. C'est ce que retiennent mes clientes et qui les font revenir : un soin avec du résultat, respectueux de l'environnement.

Après la cabine

Le bon choix de marque

En soin visage, il est très facile de vendre des produits post-cabine. C'est une question de choix de marque. En effet, lorsque l'on travaille avec une marque avec laquelle nous sommes en accord, on ne peut être que dans une sincérité de conseil. De ce fait, nous sommes convaincantes, la cliente nous écoute, nos arguments ont bien plus de poids lorsque la marque que nous avons choisie nous correspond.

Vendre ses produits

Il est important d'éduquer les clientes sur leurs connaissances. Expliquer la différence entre un soin de jour et de nuit en donnant les explications biologiques, cosmétologiques, est un excellent moyen de prouver notre savoir professionnel. Les clientes sont rassurées de voir que nous avons une vraie connaissance. Nous sommes dans la prescription. Mon ratio vente est d'environ 28 %.

MESSAGE AUX ESTHÉTICIENNES

Formez-vous, formez-vous, formez-vous ! Cela ouvre l'esprit et fait grandir. Cela vous apporte beaucoup d'idées pour vous développer et vous épanouir dans votre métier. Personnellement, je

me forme au moins trois ou quatre fois par an. Je trouve que ce que nous apprenons en formation est toujours intéressant et cela apporte une vraie culture professionnelle. 

COMBINAL

LASH & BROW EXPERT



TENDANCE

BROW LIFT

Pour tous les types de sourcils : fins, clairsemés, tombants, indisciplinés, épais.

TENUE 6 À 8 SEMAINES

TECHNIQUE EXCLUSIVE

COMBINAL x Carole & Brows
LASH & BROW EXPERT

Le Brow Lift & Shape est un protocole 4 en 1 unique, développé en collaboration avec la célèbre Brow Artist française Carole and Brows.

« Faites découvrir à vos clientes cette nouvelle prestation et développez un chiffre d'affaires additionnel.

Le Brow Lift garantit un résultat personnalisé, du plus naturel au plus sophistiqué. Les sourcils sont structurés, plus denses et maquillés naturellement. »

Amandine, Formatrice Combinal

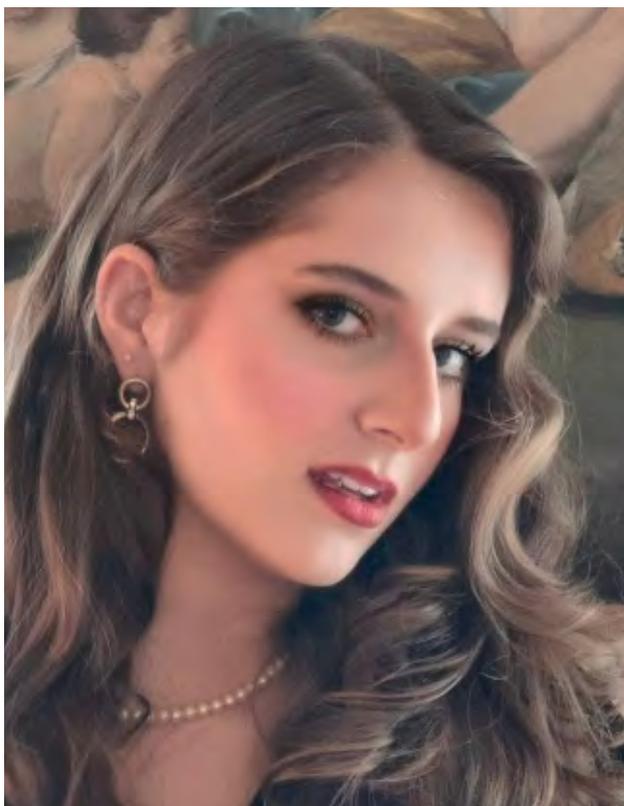


Kit Brow lift & Shape 10 poses

MAQUILLAGE À LA MODE, LIFTING ET GLOW

Clara Dejean Martin est passionnée par le maquillage. Elle a la chance de voyager énormément et en profite à chaque fois pour étudier les maquillages les plus tendances. Nous avons beaucoup à apprendre !

PAR CLARA DEJEAN MARTIN



Maquillage mat de soirée.

LES GRANDES LIGNES D'UN MAQUILLAGE MODE

En ce moment, la mode, c'est le glow, c'est ce côté brillant. Il faut paraître jeune, avoir encore beaucoup de collagène dans la peau, avoir l'air en forme. Il faut que le maquillage représente la bonne santé. Et pour cela, il y a beaucoup de techniques. Le but du maquillage est avant tout de ne pas avoir l'air fatigué. Il doit donner bonne mine, et aussi faire une sorte de lifting facial pour avoir l'air plus jeune.

Si vous analysez le visage d'une cliente jeune et d'une cliente qui a déjà un certain âge, leur peau ne sera pas la même, donc vous ne pourrez pas faire le même maquillage :

- si votre cliente est jeune, elle peut porter un maquillage brillant ou un maquillage plutôt mat. Si votre cliente est jeune, la maquiller est généralement plus simple, vous pouvez lui faire presque tout, allant d'une peau glowy à une peau plus mate. Vous pouvez aussi mettre un peu plus de matière pour un effet glam, c'est un maquillage plus lourd idéal pour des événements (soirées, tapis rouge...). J'aime appeler cela le maquillage de «Star de cinéma» (mais n'abusez jamais de produit, le moins, c'est le mieux),

- mais si votre cliente a une peau mûre, évitez de mettre beaucoup de produit et surtout pas «une tonne» de poudre qui marquerait ses ridules, et donnerait un effet vieilli.

En résumé, une peau plus âgée doit porter un maquillage plus brillant, davantage approprié, et une peau plus jeune peut avoir un maquillage un peu plus libre selon l'occasion. Faites cependant attention au type de peau de votre cliente en l'adaptant selon chacune : une jeune fille ayant une peau acnéique avec beaucoup de texture devrait éviter trop de produits glow qui accentueraient ses imperfections mais aussi éviter trop de couches pour laisser sa peau respirer. Tandis qu'une peau plus sèche sera davantage mise en valeur avec le glow et les produits sous forme de crème.

Donc, il faut faire attention : l'âge de vos clientes et leur type de peau compte beaucoup.

Il est aussi indispensable d'analyser le visage de qui vous allez maquiller,

chacun a une forme différente et vous devez adapter votre maquillage en fonction de ses attributs, en mettant en valeur plutôt son regard, sa bouche...

je focalise le produit sur les endroits vraiment nécessaires. Si votre cliente a une peau à tendance acnéique, surtout sur le front, évitez d'appliquer trop de produit. Par exemple, moi, quand j'ai des boutons sur le front, je n'utilise pas de fond de teint, j'utilise juste un correcteur pour éviter d'accumuler les couches et marquer encore plus leur texture. Mais si votre cliente a une peau normale, vous pouvez l'appliquer sur tout le visage, sauf sous les yeux, parce que, sous les yeux, vous allez mettre l'anti-cernes. Donc, il n'y a pas besoin de deux correcteurs.

LA PRÉPARATION DU TEINT

Pour avoir un très beau maquillage, le plus important, c'est de préparer la peau avec une bonne crème ou un sérum hydratant pour avoir une excellente base avant le maquillage. Cela s'applique pour toutes les peaux, mêmes celles qui sont plus grasses. N'oubliez pas de conseiller à votre cliente de protéger sa peau tous les jours avec une crème solaire adaptée à ses besoins.



Photo sans maquillage.

L'APPLICATION DU PRIMER

Le primer s'applique avant le fond de teint. Il existe plusieurs sortes de primers : le primer illuminant pour un effet glowy (avec un effet perlé), le primer matifiant pour resserrer les pores lorsque la peau est très grasse, le primer hydratant idéal pour les peaux plus sèches, et finalement le primer correcteur qui peut atténuer les rougeurs. Ce produit s'applique après la crème de jour sur tout le visage, partout, vous pouvez cependant utiliser plusieurs primers, chacun à un certain endroit pour cibler les besoins de votre cliente. Un conseil que j'aurais aimé avoir : faites attention aux ingrédients de vos primers (à base d'eau, d'huile ou de silicone) pour qu'ils soient en harmonie avec votre fond de teint. Un primer à base d'eau, jumelé avec un fond de teint avec une base huileuse, peut peler, lorsque vous l'appliquez sur le visage.

L'APPLICATION DU FOND DE TEINT OU DE LA CRÈME TEINTÉE

Après le primer, vous pouvez appliquer du fond de teint. Cela dépend du look de maquillage que votre cliente recherche. Personnellement, je ne suis pas très fan du fond de teint. J'essaye de l'éviter car il donne parfois un effet un peu épais, et il peut marquer les rides.

Pour uniformiser le teint, je préfère la crème teintée à appliquer en plus de la crème de jour. Si vous voulez juste uniformiser le visage de votre cliente rapidement, vous pouvez l'utiliser sur tout le visage.

Pour le fond de teint, j'évite d'en appliquer sur tout le visage,

Le choix de la couleur

Le choix de la couleur du fond de teint est primordiale. Aujourd'hui, les marques ont beaucoup diversifié leurs gammes, avec une grande quantité de teintes et leurs sous-tons (chaud, froid, neutre). Pour bien choisir sa couleur, lorsqu'elle est dans une parfumerie, conseillez à votre cliente de placer les couleurs sur sa mâchoire, et celle qui se fondera parfaitement avec sa couleur de peau sera la bonne. Attention cependant avec la lumière de la boutique, souvent trompeuse. Mieux vaut avoir une teinte plus claire que trop foncée car votre cliente aura toujours le bronzeur pour réchauffer son teint.

Là aussi, choisissez le fini de votre fond de teint par rapport aux envies et besoins de votre cliente (glowy, mat, velouté, avec peu de couvrance ou très couvrant). Pour bien estomper votre fond de teint, vous pouvez utiliser vos doigts, un pinceau ou une éponge que vous allez passer à l'avance sous l'eau pour qu'elle gonfle, tout dépend de votre préférence. ●●●

FAITES ATTENTION
AUX INGRÉDIENTS
DE VOTRE PRIMER
POUR QU'IL SOIT
EN HARMONIE AVEC
LE FOND DE TEINT

LES MAQUILLEURS LES PLUS CÉLÈBRES

Moi, j'ai tout appris en suivant de grands artistes, de grands maquilleurs américains ou anglais, très connus :

- Scott Barnes, le maquilleur de Jennifer Lopez. C'est un des meilleurs, il travaille très bien la peau avec ses ombres et lumières, il fait un vrai travail d'artiste. Lorsqu'il maquille, on dirait qu'il peint. Son secret, c'est d'effectuer le contour avant d'appliquer son fond de teint, pour un effet plus naturel.

- Patrick Ta, un grand maquilleur qui a un style de maquillage qui lui est propre : il travaille le côté filtre, la peau n'a plus un seul défaut ! Il maquille toutes les stars en ce moment : Megan Fox, Adriana Lima, Gigi Hadid...
- Charlotte Tilbury, une maquilleuse anglaise qui a créé cette mode de l'extrêmement glowy. C'est plus qu'un peu de glowy, c'est vraiment LE GLOWY. Les femmes, avec leurs joues brillantes, paraissent des déesses ! Elle a créé un produit, un primer qui s'applique avant le fond de teint ou en tant que fond de teint lui-même et qui est super lumineux : c'est le «Filtre Hollywood». Il vous le faut dans votre collection ! C'est elle qui a réalisé le maquillage de mariée de l'épouse de Georges Clooney (Amal Clooney). Elle a également réalisé le maquillage de l'actrice qui joue le rôle de Daphné dans Bridgerton (Phoebe Dynevor). Tous les produits de sa marque donnent un effet bonne mine qui rajeunit.

- Mario Dedivanovic, un excellent maquilleur. C'est lui qui a développé cette mode du contouring dans les années 2010. Il maquille Kim Kardashian et ses sœurs. Suivez-le pour perfectionner votre technique du «smokey eye».

- Pat McGrath, une maquilleuse iconique des grands défilés de mode, surtout Dior. Son maquillage signature est un maquillage inspiré «Disco années 80» avec de très beaux fards à paupières brillants.

Tous ces maquilleurs ont leurs propres marques, avec d'excellents produits de qualité, parfaits pour les professionnels ou pour ceux qui veulent investir dans du maquillage de qualité.

L'APPLICATION DE L'ANTI-CERNES

- Selon le visage de votre cliente, utilisez l'anti-cernes à certains endroits, mais, globalement, la mode, c'est le lifting, donc appliquez votre anti-cernes dans la partie interne de la paupière inférieure, juste un petit peu (surtout pas tout le long pour éviter le regard de chouette) et sur la partie externe de la paupière inférieure, comme si vous alliez faire un liner. Grâce à votre anti-cernes, vous allez donner ce côté lifting des yeux. Vous pouvez l'estomper au doigt, c'est la meilleure technique, mais vous pouvez aussi utiliser une petite éponge. Moi, je conseille plutôt l'application au doigt, parce que ça réchauffe le produit et ça le fait bien pénétrer. Pour la couleur de votre anti-cernes, choisissez une teinte plus claire que votre fond de teint pour obtenir un effet «plus réveillé». En revanche, pour le reste du visage, sur les imperfections, il est préférable de choisir la même teinte que le fond de teint.



Application de l'anti-cernes.

L'APPLICATION DU CONTOURING

Il ne faut pas confondre le contouring et le bronzeur. Le bronzeur donne bonne mine, le contouring sert à affiner le visage, à le sculpter. Le contouring, contrairement au bronzeur, a un sous-ton froid presque gris, puisqu'il imite une ombre. Vous pouvez le trouver en forme de crème ou de poudre, cependant je préfère l'utiliser sous forme de crème pour un effet plus naturel et plus facile à travailler.

Le contouring est très bien pour le nez (le long des côtés) pour l'affiner, pour les mâchoires, dans le creux des joues et sur le front si vous voulez un côté plus petit. Pour le nez, un petit pinceau sera plus pratique, tandis qu'un pinceau plus gros et dense sera parfait pour le reste du visage. Surtout, utilisez votre pinceau pour estomper, estomper... vers le haut, et pas vers le bas.



Application du contouring du blush.

L'APPLICATION DU BRONZEUR

Le bronzeur, je le rappelle, à ne pas confondre avec le contouring, sert à réchauffer le teint. Il donne l'impression que votre cliente a bonne mine, qu'elle a pris un peu de soleil. Il existe sous forme de poudre ou de crème. En fait, c'est de la terre de soleil. Utilisez-le juste pour réchauffer un peu le teint. Pour l'appliquer, utilisez toujours la technique du 3 : du front, vous passez aux joues, en ne descendant pas trop bas pour créer encore ce côté affiné, et enfin vous passez sous la mâchoire pour enlever une sorte de double menton. Cela donne un effet vraiment uniforme à tout le visage. Attention, si vous appliquez du bronzeur uniquement sur les joues, ça va faire un peu bizarre. Vous pouvez aussi en mettre un tout petit peu sur le nez où vous avez mis votre contour- souvent le nez est oublié.

L'APPLICATION DU BLUSH

Si votre cliente veut avoir bonne mine, un effet «j'ai pris le soleil», appliquez le blush sur ses joues, vers le haut jusqu'en dessous du sourcil (vous faites un «C») et sur la partie haute de son nez entre les yeux. Le blush, en ce moment, c'est LE produit à la mode. Il faut absolument du blush, il ne faut pas passer cette étape !

Il se trouve sous plusieurs formes (crème, poudre), plusieurs couleurs et finis (mat, glowy, irisé). Le jour, je préfère le blush en crème en l'estompant avec le doigt, mais pour une soirée, pour qu'il puisse rester longtemps, je choisis plutôt la poudre, voire les deux l'un sur l'autre en utilisant ici plutôt le pinceau. Cependant, lorsque vous faites votre maquillage, utilisez toujours les produits en crème premièrement, puis ceux en poudre. Pour le fini de votre blush, cela dépend de ce que vous voulez comme effet. Faites attention tout de

même avec les peaux acnéiques, ne mettez pas trop de blush irisé sur les boutons afin de ne pas les mettre en valeur.





BIO OUI. HAUTE PERFORMANCE AUSSI.

LA NOUVELLE RÉFÉRENCE DES INSTITUTS DE BEAUTÉ

purobiocosmetics.fr



**UN LARGE CHOIX D'IMPLANTATIONS ET DE PRÉSENTOIRS
PETIT FRANCO | PLV OFFERTE | SUPPORTS DIGITAUX | FORMATION PRODUIT**



**DÉCOUVREZ LES OFFRES D'IMPLANTATIONS
DISTRIBUTEUR EXCLUSIF FRANCE : ALMA BIO DISTRIBUTION
ALMABIO.FR - INFO@ALMABIO.FR - 04 94 65 94 91**

à la mode (sauf pour le smokey eye), il rétrécit les yeux. Échangez donc votre crayon noir pour un crayon d'une couleur plus claire pour augmenter

l'ampleur du regard. Vous pouvez appliquer du crayon beige ou rose pâle (évités le blanc) sur la ligne claire à l'intérieur de la paupière inférieure. Faites aussi attention à la forme des yeux de votre cliente. Si elle a les yeux qui tombent un peu, évitez le crayon. Maquillez ses yeux uniquement avec du fard à paupières et essayez de l'estomper vers les sourcils pour ouvrir le regard. Donnez un effet liner toujours en remontant.



L'APPLICATION DU HIGHLIGHTER



Application du highlighter.



Maquillage glowy.

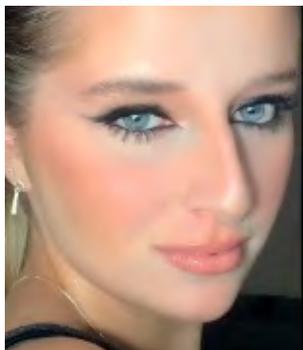
Le highlighter est ce qu'on appelle un illuminateur ou enlumineur, c'est un produit magique qui capte la lumière pour rendre le maquillage frais et glowy. C'est pour moi le secret d'un maquillage réussi, il transforme vraiment l'apparence de la peau, passant d'un maquillage terne à lumineux.

Je ne peux plus m'en passer ! Le highlighter s'applique des tempes à l'arcade sourcilière, sur le haut des joues, le long du centre du nez, sur l'arc de cupidon et finalement dans le coin interne de l'œil. Il existe sous plusieurs formes : en crème ou en poudre. Pour un effet plus naturel, je vous conseille un highlighter en crème qui se fondra avec la peau tandis que pour un maquillage de soirée, une superposition des deux peut être très joli. Attention à la couleur de l'enlumineur car il ne faut pas qu'il soit trop clair et laisse un effet «craie», mais il ne faut pas non plus qu'il soit trop foncé. Évitez aussi qu'il soit pailleté car cela ne fera pas naturel. Ce produit est idéal pour les peaux plus matures, il leur redonne vie.

L'APPLICATION DE LA POUDRE

La poudre n'est plus trop à la mode. On ne l'utilise plus autant qu'à l'époque. La poudre compacte a tendance à avoir un côté trop épais, trop poudreux. Utilisez plutôt ce qu'on appelle une poudre translucide libre, juste en dessous des yeux et légèrement sur la zone T, notamment si votre cliente a la peau grasse. N'en appliquez surtout pas sur les joues, parce que, là, vous allez enlever tout ce que vous aurez fait avant : la préparation de la peau, le glowy... Ne poudrez jamais les joues ! Poudrez cependant toujours les imperfections pour que votre correcteur ne parte pas pendant la journée.

L'APPLICATION DU CRAYON À YEUX



Maquillage des yeux, regard félin.

J'ai remarqué que souvent les femmes d'un certain âge appliquent mal leur crayon sur la paupière, le long de la ligne des cils. Il faut que le trait soit très fin, parfaitement dessiné le long des cils. S'il est trop épais, le crayon tend à alourdir l'œil. Préférez plutôt un crayon marron, ce sera plus naturel, le noir peut faire trop lourd. Le crayon à l'intérieur de la paupière inférieure n'est plus trop

L'APPLICATION DES FARDS À PAUPIÈRES

Le fard à paupières est un élément primordial de votre maquillage si votre cliente a les yeux qui tombent un peu. Le maquillage des yeux joue avant tout sur les ombres et les lumières et dans un second temps avec les couleurs et les matières. Pour un maquillage de tous les jours, je me restreins à un maximum de trois fards à paupières, toujours dans une couleur neutre : le marron, le taupe, voire le beige si votre cliente veut un maquillage discret. Commencez par un fard plutôt marron clair et appliquez-le à l'aide d'un pinceau estompeur dans le creux de la paupière, toujours vers le haut (sans toucher le sourcil), puis appliquez une couleur un peu plus foncée vers l'extérieur de l'œil suivant une ligne invisible comme un liner, toujours en estompant vers la queue du sourcil et terminez par un fard plus clair ou irisé sur la paupière mobile. N'oubliez pas aussi le ras des cils inférieurs pour créer de la cohérence dans le regard. J'aime bien ajouter aussi un liner pour allonger le regard, en utilisant un fard à paupières marron foncé avec un pinceau à angle, spécial liner, cela donne un côté plus naturel et c'est facile à utiliser.

Évitez les fards à paupières trop foncés ou brillants sur les paupières pour vos clientes plus matures. Utilisez plutôt des fards mats, veloutés, satinés. N'appliquez surtout pas de paillettes, qui vieillissent et marquent les rides. Vous aurez là une base à utiliser après pour tous vos maquillages. Pour passer d'un maquillage journée à un maquillage soirée, intensifiez le regard avec des couleurs plus foncées, voire des fards brillants. Vous pouvez aussi jouer avec les couleurs, cependant, évitez le rouge car il peut donner un effet œil irrité. Mais des fards orangés,

rose, mauve peuvent être une solution sympa pour un maquillage plus original. Vous pouvez aussi expérimenter différentes matières :

en crème pour une application plus rapide et facile, ou avec des fards brillants, pailletés pour donner de la lumière au regard, le doigt sera là votre meilleur ami dans les deux cas. Si vous voulez partir sur des valeurs sûres, les fards mats, veloutés, satinés sont ceux qui floutent le plus les ridules et sont les plus faciles à travailler. Mon conseil le plus important est d'estomper, estomper, estomper, cela fera toute la différence.

L'APPLICATION DU MASCARA

Appliquez généreusement le mascara dès la racine des cils et mettez plusieurs couches, trois couches de mascara, c'est bien.

Ce qui est, en ce moment, très à la mode, c'est le mascara marron et bordeaux. Ils sont parfaits pour le jour afin de ne pas avoir un regard trop intense et un effet trop maquillé. Donc, le mascara marron ou bordeaux est un mascara à avoir dans votre collection.

On a tendance à oublier de maquiller les cils inférieurs. Si vous voulez ouvrir le regard de votre cliente, maquillez toujours ses cils inférieurs. Pour une soirée, vous pouvez aussi utiliser des faux cils, attention à ce qu'ils ne fassent pas faux et exagérés, c'est pour cela que l'idéal est ce qu'on appelle des faux cils individuels. Ce sont des cils avec trois, quatre poils à chaque fois qui ne font pas la taille de tout l'œil, concentrez-les surtout vers l'extérieur du regard pour un effet œil de biche. Ne passez surtout pas l'étape du mascara car il termine vraiment votre maquillage.

LE MAQUILLAGE DES SOURCILS

Je remarque que les femmes oublient souvent de les maquiller. Et pourtant, ils structurent tout le visage. Donc, pensez à utiliser un gel qui les remonte. Pour moi, la chose la plus triste, ce sont des poils de sourcils qui tombent, cela alourdit le regard, donc, il faut toujours bien les relever.

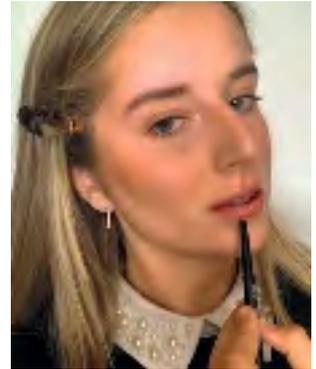
Utilisez un crayon extrêmement fin pour dessiner des poils très légèrement. Surtout, ne faites pas des sourcils trop lourds ou trop foncés, cela va alourdir le regard de votre cliente. Le choix de la couleur doit se rapprocher de la teinte de ses cheveux, voire légèrement plus foncé, surtout si votre cliente est blonde.

Les sourcils extrêmement dessinés sont moins à la mode parce qu'ils surchargent le regard et donnent un air qui n'est pas naturel.

Ce qui est à la mode, ce sont des sourcils qui imitent les sourcils naturels avec un effet poil à poil, surtout pas une ligne trop nette. Et toujours dessinés vers le haut pour remonter le regard.

L'APPLICATION DU ROUGE À LÈVRES

Ce qui est à la mode, c'est ce qu'on appelle l'overlining, c'est redessiner les lèvres au-dessus de leur contour naturel. L'application du rouge à lèvres est souvent très mal faite. Les femmes n'osent pas aller un peu en dehors des lèvres, elles ont des lèvres très petites, ce qui fait vieillir et perdre le côté pulpeux des lèvres. Si votre cliente est mature, vous avez intérêt à tricher un peu et donc à augmenter ses lèvres. N'oubliez pas d'hydrater ses lèvres, elles aussi ont le droit à



Application du crayon à lèvres.

une préparation comme sa peau, car si votre cliente a des lèvres sèches avec des peaux mortes, votre rouge à lèvres ne s'appliquera pas bien. Utilisez toujours un crayon à lèvres, et ensuite le rouge à lèvres. Le crayon doit dépasser légèrement le contour des lèvres et être très bien tracé. Cette étape est plus importante que le rouge à lèvres, car il va donner une belle forme harmonieuse à la bouche. De plus, le crayon maintient le rouge à lèvres sur les lèvres. Évitez de passer le rouge à lèvres avec le tube directement sur la bouche. Appliquez-le avec votre doigt, estompez-le bien pour que votre cliente ait un effet de lèvres floutées. Si vous utilisez trop de rouge à lèvres, surtout après un certain âge, lorsque les lèvres de votre cliente commencent à avoir des ridules, cela peut les vieillir encore plus. Ce que j'ai le plus dans ma collection, ce sont des rouges à lèvres nus, c'est une couleur beige rosé, parfaite pour tous les looks et âges, idéal pour le maquillage de tous les jours. Pour les autres teintes, il faut faire attention à la couleur de peau de votre cliente, un rouge trop orangé peut aller très bien à une peau plus claire mais pas à une peau olive. De même pour le rose qui est une couleur assez risquée au niveau du teint pour certaines. J'adore un beau rouge classique éclatant ou, pour des peaux plus foncées et chaudes, un brun riche ou bordeaux. Aujourd'hui, vous avez une sélection incroyable de rouges à lèvres sous toutes les formes possibles et imaginables, avec plusieurs finis et textures. Les rouges à lèvres mats sont idéaux pour une longue durée d'utilisation, cependant le fini satiné, brillant, peut être très beau. La bonne idée, c'est le gloss pour redonner ce côté pulpeux. On a souvent peur du brillant à lèvres, on dit que ça colle, mais il existe aujourd'hui de nombreux nouveaux types de gloss, dont un qui s'appelle «Lip Oil». C'est un gloss huileux, qui donne un effet brillant, mais avec le côté nourrissant de l'huile. Résultat : les lèvres sont super douces sans coller.

À LA FIN DU MAQUILLAGE

Pour que votre maquillage ait un air frais et qu'il dure longtemps, vous pouvez utiliser un spray fixateur. Pour vos clientes d'un certain âge ou pour des looks qui sont un peu lourds, peut-être trop poudrés, le spray redonne vie au maquillage et apporte une lumière qui peut avoir été perdue pendant la réalisation de votre maquillage. Vous pouvez aussi opter pour un spray fixateur longue durée qui matifie tout le visage. 📌

PEAU ET ÉMOTIONS :

le vrai du faux

La peau est considérée comme le «miroir de nos émotions». On rougit, pâlit, ou nos poils se hérissent à la suite d'émotions. Mais parmi toutes les idées que l'on peut se faire sur le lien entre la peau et les émotions, certaines sont vraies, d'autres non.

PAR DORIANE FRÈRE

Nous avons fait le point avec Laurent Misery, Professeur de dermatologie, Chef du service de dermatologie du CHU de Brest, Président des groupes français et européen de Psycho-dermatologie, membre de la SFD et auteur de «Votre peau a des choses à vous dire».

Au stade embryonnaire, la peau et le tissu nerveux se forment à partir d'un même tissu, l'ectoderme. Est-ce pour cette raison que certaines de nos émotions se répercutent directement sur notre peau ?

«Non, les émotions peuvent avoir des répercussions sur tous les organes, avec des symptômes respiratoires, digestifs ou cardio-vasculaires, par exemple, ou même des douleurs. Lorsque nous avons des émotions, des neuromédiateurs sont libérés par le système nerveux dans le sang et dans différents organes, dont la peau. Habituellement, cela n'a aucune conséquence. Parfois, particulièrement si les émotions sont fortes ou si certaines personnes sont plus sensibles de ce point de vue-là, ou si elles sont plus fragiles à un moment donné, il peut y avoir des réactions cutanées perceptibles.»

Existe-t-il des pathologies cutanées dues à des causes émotionnelles ?

«Aucune pathologie n'a de cause émotionnelle. En revanche, le stress peut aggraver n'importe quelle pathologie préexistante ou sous-jacente, spécialement s'il y a une part inflammatoire (eczéma, psoriasis, acné, herpès, pelade, vitiligo, dermatite séborrhéique, peau sensible, etc.)»

Certaines personnes, à la suite d'un choc émotionnel, développent une pathologie cutanée qui perdure pendant de nombreuses années, pourquoi cela ne passe pas avec le temps ?

«Cela montre bien que le stress est un facteur déclenchant ou révélateur mais n'est pas la cause.»



Laurent Misery.

Avez-vous des patients qui viennent vous consulter pour une affection cutanée et dont la cause est émotionnelle ?

«Oui, mais ils se trompent puisque la cause n'est jamais émotionnelle. En revanche, le stress peut révéler une maladie sous-jacente.»

Mais alors pourquoi pensent-ils que la cause est émotionnelle ?

«Tout le monde n'est pas censé avoir des connaissances médicales. On ne peut pas dire que des émotions négatives vont déclencher une maladie comme un coronavirus va déclencher la Covid. Ces émotions ne sont pas un facteur causal mais un facteur révélateur ou déclenchant ou aggravant, mais la cause est ailleurs, par des mécanismes propres à chaque maladie.»

Comment les aidez-vous dans le traitement ?

«Il faut d'abord traiter la maladie elle-même, avec une thérapeutique adaptée et efficace. S'il s'avère que le stress peut déclencher ou aggraver cette maladie, une psychothérapie (il en existe de différents types) peut alors effectivement être très utile.»

Existe-t-il des traitements pour soigner le vitiligo ?

«Oui, bien sûr. Il existe des traitements. Actuellement, ils sont un peu décevants mais la recherche avance.»



On entend de plus en plus parler de prise en charge globale, de la méditation, en plus d'un traitement dermatologique par exemple, qu'en pensez-vous ?

«Une prise en charge globale est effectivement intéressante pour certains patients. Elle peut permettre d'éviter des poussées liées au stress mais surtout d'atténuer les conséquences psychologiques des maladies cutanées, qui sont souvent très importantes. La méditation fait partie des modes de psychothérapie, mais il y en a d'autres, comme les thérapies d'inspiration psychanalytique, les thérapies cognitives et comportementales, l'hypnose ou la relaxation par exemple.»

Les neuro-cosmétiques peuvent-ils être efficaces ?

«Cela pourrait être une belle idée d'agir sur le système nerveux cutané pour l'apaiser, en particulier dans le cadre des peaux sensibles. Ce serait la fonction des neuro-cosmétiques. Malheureusement, la plupart n'ont aucune efficacité. À l'inverse, il faut mettre en garde les consommateurs contre des cosmétiques qui seraient censés lutter contre le stress, voire la dépression : soit c'est vrai et il faut alors les retirer du marché et sanctionner durement les fabricants car un cosmétique ne doit avoir aucune efficacité en dehors de la peau et donc surtout pas dans le cerveau, soit c'est faux et il s'agit alors de publicité mensongère, ce qui doit aussi être sanctionné.»

La SFD (Société Française de Dermatologie)

La SFD est la société savante consacrée à la dermatologie. Elle rassemble les personnes les plus compétentes dans le champ de la dermatologie, pour assurer la qualité et la diffusion des connaissances dans ce domaine.



Quel message aimeriez-vous faire passer par rapport à la peau ?

«Notre peau nous donne l'essentiel de notre apparence, elle est donc très importante pour nous. Avoir une maladie cutanée est grave car le retentissement psychique peut être majeur. Il faut donc prendre les problèmes cutanés au sérieux. Pour autant, il ne faut pas tomber dans les filets de certains qui en abusent et font des promesses qui ne pourront jamais être tenues.» **LE**



TENDANCES SKINCARE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : bonne ou mauvaise idée ?

Les réseaux sociaux sont devenus un véritable vivier de tendances en matière de beauté. Des milliers de vidéos de conseils, de produits miracles ou de techniques toutes plus originales se succèdent. Difficile parfois d'analyser ce qui est à conseiller et ce qui l'est moins.

Explications avec Nathalie ZEMIROU, Esthéticienne, Formatrice et Fondatrice de BVF Conseil et Formation et le Docteur Catherine de GOURSAC, médecin esthétique.

PAR DORIANE FRÈRE

LE DERMAPLANING

Le concept

Le dermaplaning est omniprésent sur les réseaux sociaux. Cette tendance, qui consiste à raser le visage à l'aide d'un scalpel chirurgical dans le but de l'exfolier, est dans toutes les bouches des beauty influenceurs : «Cela retire toutes les cellules mortes de la peau et les poils, ce qui permet à vos produits de mieux pénétrer. Cela permet également d'accélérer l'afflux

sanguin et la régénération cellulaire» explique un influenceur sur TikTok. Certaines esthéticiennes proposent de réaliser ce soin en institut : 45 minutes de dermaplaning plus l'application de sérum pour 45 euros. Il est stipulé, par

ailleurs, un peu partout sur la toile, que le soin convient à tous les types de peaux.

Les limites de la pratique

Nathalie Zemirou se dit être «horri-fiée» par cette tendance. «La technique du dermaplaning n'est en soit pas dangereuse. En revanche, réalisé sur une peau sensible, acnéique, sèche ou atopique, le dermaplaning va avoir pour effet d'aggraver la problématique cutanée. Passer sur la peau un scalpel va retirer le film hydrolipidique qui protège la peau des agressions extérieures. C'est une technique qui, à mon sens, perturbe l'écosystème de la peau.»

Le Dr de Goursac corrobore les propos de Nathalie Zemirou quant au caractère agressif que peut avoir le dermaplaning : «Cette technique est en effet à prendre avec moult précautions pour plusieurs raisons. Tout d'abord, ce petit scalpel est difficile à manier et on peut aisément se couper. Ensuite, il y a des peaux qui doivent être protégées et surtout pas agressées comme les peaux couperosiques, avec acné rosacée ou sensitive. Le peu de couches de cellules mortes qu'elles ont et qui ont une fonction de protection mécanique contre les agressions extérieures doit être préservé. En outre, ce mini scalpel va «couper» le duvet et celui-ci va se renforcer et créer de vrais poils.»

Les soins conseillés

Afin de proposer aux clientes, qui souhaitent obtenir une peau lissée et lumineuse, un soin réellement adapté à leur type de peau et leurs besoins, Nathalie Zemirou préconise de rester sur des valeurs sûres, qui ont fait leurs preuves : «Les esthéticiennes en institut de beauté sont en mesure de proposer des techniques nettement mieux que le dermaplaning. Cela peut être un soin du visage avec une exfoliation, des soins aux acides de fruits ou l'utilisation de technologies comme la dermabrasion. Ces différentes techniques et soins permettent d'exfolier en douceur. Les gommages permettent d'agir de façon superficielle en ôtant les cellules mortes qui reposent au-dessus du film hydrolipidique, qui sont en surplus. Ainsi, la peau est lumineuse une fois débarrassée de ses cellules mortes. Un soin aux acides de fruits permet d'aller plus en profondeur dans l'épiderme. Cela agit sur les kératinocytes des couches inférieures à la couche cornée».

APPLIQUER DE LA BIAFINE EN CRÈME DE JOUR N'EST EN AUCUN CAS ADAPTÉ

LE SKIN-ICING

Le concept

La vidéo de la mannequin Bella Hadid plongeant son visage dans un bol de glace a été virale ces derniers mois sur les réseaux sociaux. Le skin-icing permettrait d'avoir un teint glowy et des traits lissés.

Les limites de la pratique

Mais une fois de plus, prudence. Les deux spécialistes sont unanimes : «Je ne recommande pas cette technique car le choc thermique que subit la peau peut être néfaste. En effet, des rougeurs peuvent apparaître tout comme une sensibilité ou encore des engelures» confie Nathalie Zemirou. Le Dr de Goursac insiste sur les types de peau pour lesquels la technique est à proscrire : «Je suis d'accord qu'il faut savoir à qui le recommander mais certainement pas aux peaux à problème vasculaire comme la couperose, la rosacée, l'érythrose, etc.»

Les soins conseillés

«La méthode du skin-icing peut être intéressante mais d'une autre façon : il suffit de mettre un glaçon dans un gant et le faire glisser sur la peau afin de stimuler la circulation sanguine pour un teint plus éclatant. Aussi, le glaçon peut avoir un effet astringent très intéressant pour les peaux grasses, puisque les ostias vont être resserrés. Cela résonne avec l'astuce de placer son contour des yeux au réfrigérateur» explique Nathalie Zemirou. Afin d'obtenir une peau lumineuse, les cosmétiques à base de vitamine C ainsi que les soins aux acides fruits sont également conseillés, tout comme les massages du visage de type kobido, rappelle Nathalie Zemirou : «En effet, les manœuvres manuelles permettront de stimuler la microcirculation, donner de l'éclat et lifter les traits».

LE SLUGGING

Le concept

Le slugging («slug» en anglais, «limace») est une tendance tout droit venue de Corée. Le principe est d'appliquer une couche épaisse d'émollient occlusif de type vaseline sur le visage afin de démultiplier les effets des soins appliqués en dessous. ●●●

●●● Les limites de la pratique

Nathalie Zemirou est dubitative concernant cette tendance qu'elle estime, une fois de plus, pas très bénéfique pour la peau : «Étant donné qu'il s'agit d'un produit occlusif, rien ne circule. Cela risque d'obstruer les ostias et de retenir les bactéries. Apparaîtront de ce fait des boutons et un excès de sébum. Je sais que cette technique est utilisée au Canada, dans des régions aux températures négatives extrêmes. Mais dans un pays au climat tempéré comme la France, il n'y a aucun intérêt. De plus, la vaseline appliquée seule n'a aucun intérêt pour la nutrition ou l'hydratation de la peau».

Les soins conseillés

En tant qu'esthéticienne, afin de conseiller au mieux vos clientes quant à leurs soins du visage, un diagnostic est dans un premier temps fortement recommandé. «Grâce au diagnostic de peau, on va pouvoir conseiller à la cliente d'utiliser tel ou tel sérum, crème et masque hydratant. Un masque hydratant permet d'obtenir des résultats probants sur l'hydratation en 3 jours. L'application de vaseline par-dessus ces soins ne permettra pas d'en démultiplier les effets» rappelle Nathalie Zemirou. La vaseline n'a pas que des défauts, comme l'explique le Dr de Goursac : «La vaseline sur les lèvres permet de limiter ce que l'on nomme la perspiration, c'est-à-dire le dessèchement des lèvres et permet de garder une bouche pulpeuse».

LA BIAFINE COMME CRÈME DE JOUR

Le concept

La France est réputée dans le monde entier pour ses produits cosmétiques vendus en pharmacie. Cette tendance étonne mais elle est bien virale. La Biafine serait LA crème de jour miracle selon de nombreuses Américaines sur les réseaux sociaux. Initialement préconisée en cas de brûlures, ce produit cosmétique est détourné de son usage.

Les limites de la pratique

L'avis de Nathalie Zemirou est sans appel, appliquer de la Biafine en crème de jour n'est en aucun cas adapté : «Reprenons la composition de la Biafine. Le principe actif premier de la Biafine est la trolamine. La réaction chimique de la trolamine avec la peau et l'environnement extérieur peut créer une molécule potentiellement cancérigène. De plus, la Biafine est composée de 16 ingrédients actifs, alors qu'un cosmétique traditionnel est composé d'au maximum 2

CE MINI-SCALPEL VA TRANSFORMER LE DUVET EN VRAIS POILS !

actifs. La peau ne peut pas réagir à tous ces actifs en même temps. De plus, une interaction avec la peau peut être nuisible et provoquer une allergie. L'autre problématique de la Biafine est qu'elle ne contient aucun filtre UV, ce qui n'est pas compatible avec un soin de jour. Enfin, la Biafine est connue pour être photosensibilisante».

Les soins conseillés

Il est important de rappeler aux clientes d'insister que rien de vaut une routine beauté adaptée, composée d'un sérum, d'une crème et d'un contour des yeux.

LE SKINCYCLING

Le concept

Avec plus de 34 millions de vues sur le réseau social TikTok, cette routine du soir, tout droit venue d'Amérique, semblerait être le nouveau réflexe beauté à adopter. Développée par la dermatologue Whitney Bowe, la technique du skincycling se base sur un cycle de 4 nuits :

- Premier soir : application d'un exfoliant chimique après démaquillage et nettoyage de la peau, puis d'une crème hydratante. Le but étant de débarrasser la peau de ses cellules mortes.
- Deuxième soir : application d'un sérum au rétinol, après démaquillage et nettoyage de la peau, puis d'une crème hydratante. Le but ici est de permettre le renouvellement cellulaire.
- Troisième et quatrième soirs : application d'un sérum hydratant et d'une crème. Place à la régénération de la peau.

Les limites de la pratique

Pour le Dr de Goursac, le skincycling peut être un soin efficace mais qui en revanche n'est pas adapté à tous les types de peau : «Le skincycling est un soin que l'on renouvelle régulièrement. Cela peut être une idée de n'exfolier la peau que via de la chimie grâce aux acides de fruits, puis du rétinol sur 2 jours, puis de faire une pause de 2 jours. Ainsi, la desquamation sera très fine et peu visible. Cela vaut pour les peaux grasses ou mixtes et sur la zone T. Quant aux peaux réactives ou fines, ce n'est pas à conseiller et le rétinol est contre-indiqué en cas de problèmes vasculaires comme une rosacée ou une couperose». 



MISENCIL[®] BOOST SÉRUM CILS ET SOURCILS

FORMULATION EXCLUSIVE



Applicateur pinces pour cils

Applicateur mousse pour sourcils



CLINIQUEMENT PROUVÉ
NATURELLEMENT PUISSANT
STATISTIQUEMENT LE PLUS PERFORMANT

97% D'INGRÉDIENTS
D'ORIGINE NATURELLE

100/100 SUR L'APPLICATION YUKA

14 JOURS SEULEMENT POUR DES RÉSULTATS VISIBLES

CILS

8X PLUS LONG

5X PLUS DENSE

4X PLUS ÉPAIS ET VOLUMINEUX

SOURCILS

5X PLUS DENSE

6X PLUS ÉPAIS ET VOLUMINEUX

4X PLUS DE SURFACE COUVERTE

**Étude clinique menée auprès de 20 femmes pendant 28 jours; résultats versus zone non traitée.*

01 46 44 05 05

[misencil.com](https://www.misencil.com)



SCANNEZ-MOI POUR PLUS D'INFORMATION

10 BONS PLANS POUR BOOSTER VOS VENTES MAQUILLAGE

Face à la concurrence des parfumeries et des boutiques spécialisées, le secteur du maquillage peine à trouver sa place en institut. Voici comment reprendre la main auprès de votre clientèle et faire grimper vos ventes.

AVEC LES CONSEILS D'ELISABETH THOMAS, SPÉCIALISTE DE LA RELATION CLIENTÈLE.

Si la chute des ventes en 2020 a envoyé des signaux inquiétants avec une baisse allant jusqu'à 35 % pour certains produits comme le rouge à lèvres, que l'on ne s'y trompe pas : le maquillage est loin d'avoir dit son dernier mot. Et ce, malgré la nouvelle tendance du «no make up» lancée sur les réseaux sociaux et qui a séduit une part de consommatrices parmi les plus jeunes. Se maquiller, même de manière discrète, est toujours un geste apprécié, notamment dans la sphère professionnelle. Malgré leur désir de naturel, les femmes n'ont donc pas complètement banni certains gestes susceptibles de les mettre en valeur. Les derniers chiffres le prouvent, la reprise est bien là depuis juin 2021 : + 7,1 % (Source Iri au 3 avril 2022). Mais les instituts de beauté ont toujours du mal à profiter de cette embellie. Voici quelques idées pour inverser la tendance.

1

METTEZ EN AVANT L'EFFET SOIN

En tant que spécialiste de la peau, votre première motivation est de prendre soin de celle de vos clientes. Vous êtes donc bien placée pour apprécier à sa juste valeur la dernière génération de maquillage qui revendique une action soin. De l'acide hyaluronique aux agents anti-pollution, anti UV ou anti-imperfections, vous pouvez aisément décrypter ces actifs et aider vos clientes à choisir ceux qui correspondent à leurs besoins mais également à les utiliser au mieux. Le soin, point fort de l'institut, constitue également un argument majeur auprès de toutes les femmes qui répugnent à se maquiller car elles sont restées sur l'idée que le fond de teint étouffe la peau, que la poudre

dessèche, que le rouge à lèvres déshydrate et accélère le vieillissement de la bouche. En leur expliquant à quel point ces nouvelles formules sont complémentaires des produits que vous leur conseillez, vous avez toutes les chances de les convertir et les inciter à faire leurs achats parmi les gammes présentes dans votre institut.

2

SÉLECTIONNEZ DES MARQUES INNOVANTES

Entre les grandes surfaces, les parfumeries et les boutiques spécialisées, il est évident que vos clientes n'ont pas besoin de se rendre en institut pour acheter un produit de maquillage... Sauf si elles y trouvent des marques rares, ultra-sélectives dans leur distribution, construites sur une philosophie bien spécifique et surtout bourrées d'idées innovantes, tant dans la formulation que pour le packaging. Dénicher ces perles rares exige de faire quelques recherches et d'arpenter les moindres recoins du Congrès International Esthétique & Spa et grandes manifestations où elles sont présentes mais pas toujours mises en avant. Pour être sûre de faire découvrir de vraies pépites à vos clientes, privilégiez les marques nées de créateurs passionnés et soucieux d'utiliser des ingrédients à la fois originaux et de qualité, souvent issus de productions locales ou du développement durable sans être pour autant très onéreuses. Une démarche cohérente avec un grand nombre de marques d'institut qui séduira vos clientes attachées à ces valeurs.



3

VALORISEZ VOTRE EXPERTISE DE MAQUILLEUSE

Personne ne contestera qu'en tant qu'esthéticienne, vous êtes une experte dans les soins de la peau. En revanche, rares sont les clientes qui savent qu'un diplôme en esthétique comprend également une vraie formation aux différentes techniques de maquillage. D'où l'importance de mettre en avant ce savoir-faire par tous les moyens. Exposez des photos de vos réalisations dans votre cabine et proposez des prestations de mise en beauté ou de «relooking» au cours d'une journée d'animation par exemple. Une fois que vous aurez démontré que vous savez manier le pinceau et pas seulement pour un repoudrage en fin de soin, vos clientes vous demanderont plus facilement conseils et suggestions. À vous, ensuite, de convertir ces conseils en vente de produits !

4

METTEZ EN AVANT LES NOUVEAUTÉS

Le secteur du maquillage est sans doute l'un des plus ludiques et inventifs, avec la sortie régulière de nouveautés tout au long de l'année. Pour donner envie à vos clientes de les découvrir, faites-le savoir en les exposant systématiquement en vitrine mais aussi et surtout par le biais d'Internet : dans votre newsletter, sur votre site ou encore sur Facebook ou Instagram, en accompagnant le visuel du produit d'un conseil de votre cru qui apportera une valeur ajoutée à la nouveauté. Vous pouvez également y greffer une opération promotionnelle comme une remise spéciale durant la première semaine de publication.

FAITES DE L'ART DU CAMOUFLAGE VOTRE SPÉCIALITÉ

5

JOUEZ LA CARTE DU MAQUILLAGE «CORRECTEUR»

Beaucoup de femmes préfèrent le naturel au maquillage qui se voit et la tendance «no make up» de ces dernières années n'a fait que renforcer cette préférence. Mais rares sont celles qui ont envie d'exposer au grand jour leurs cernes, petits boutons, cicatrices et taches pigmentaires ! C'est là que vous pouvez faire la démonstration de votre savoir-faire en faisant de l'art du camouflage votre grande spécialité. Dissimuler les imperfections sans avoir l'air maquillée passe par des produits mais également des accessoires spécifiques, pinceaux, éponges... ainsi que par quelques astuces qui permettent d'estomper tout en gardant une bonne couvrance. En les enseignant à vos clientes, vous avez toutes les chances de convertir les plus frileuses à toute une gamme de produits, certes plus techniques que ludiques mais qu'elles achèteront avec vos conseils sur-mesure dans votre institut. ●●●



6

CRÉEZ UN ESPACE DÉDIÉ

- Si vos ventes de maquillage ne progressent pas comme elles le devraient, c'est peut-être aussi parce que vous-même ne vous y intéressez pas suffisamment. Or, c'est en montrant à vos clientes que le maquillage fait partie de vos priorités que vous avez les meilleures chances de faire des ventes. Outre l'importance de vous maquiller en changeant régulièrement de couleurs et de style, n'hésitez pas à faire un peu de mise en scène en créant un espace façon cabine de cinéma avec siège, miroir, éclairage adapté. Placé dans un angle de votre institut pour être bien visible sans occuper trop d'espace, il donnera envie à vos clientes de s'y installer pour y tester les produits et vous serez dans les meilleures conditions pour réaliser des ventes.

7

MISEZ SUR LES TEXTURES LONGUE DURÉE

Si certaines femmes se détournent du maquillage, c'est parfois aussi parce qu'elles se sont lassées des formules qui brillent, plaquent ou coulent après quelques heures. Le port du masque a encore accentué ce mouvement de défection. Bonne nouvelle, ces réticences n'ont plus lieu d'être avec la dernière génération de produits sans transfert qui garantit un maquillage impeccable du teint, des yeux et de la bouche tout au long de la journée et qui résiste même à l'épreuve du masque. Le résultat dépend aussi de la technique d'application qui doit être précise et soignée afin d'obtenir un effet tout en transparence. Encore une occasion de démontrer votre expertise et de leur faire découvrir une nouvelle manière de se maquiller !

GRÂCE AUX TESTEURS, VOS CLIENTES FONT LEUR CHOIX SANS PRESSION

8

FACILITEZ LE «SELF-SERVICE»

Le grand atout des grandes surfaces, en dehors d'un large choix, c'est la possibilité d'essayer les couleurs et de toucher les textures avant d'acheter. Si vous ne pouvez pas rivaliser sur le nombre de marques, rien ne vous empêche de mettre à disposition de vos clientes les différents testeurs accompagnés de la panoplie indispensable pour réaliser de multiples essais : démaquillant, lotion, dissolvant, disques de coton, mouchoirs en papier, pinceaux et éponges propres... Il faut qu'elles se sentent comme chez elles. Cela exige un peu de gestion afin de garantir de bonnes conditions d'hygiène, mais en contrepartie, elles pourront faire leur choix et leurs achats sans se sentir sous pression.

9

PROPOSEZ DES PRESTATIONS CIBLÉES

Vous voulez capter une clientèle maquillage ? Mettez en avant des prestations qui sont un lien direct avec ce domaine : restructuration des sourcils, allongement des cils, soin spécifique pour repulper la bouche, dermopigmentation... Le lien avec le maquillage est évident et il vous sera plus facile de proposer à la suite de votre prestation le ou les produits qui en sublimeront le résultat.

10

PENSEZ À L'ANIMATION EN LIGNE

Si la vidéo est le principal outil de communication et de recrutement des influenceurs, c'est parce que ce support vivant et didactique est peu coûteux, très simple à réaliser avec un téléphone et qu'il permet de toucher un large public en quelques minutes. Pour faire la démonstration de votre maîtrise en maquillage et de la pertinence de vos conseils, multipliez les tutos, mettez en avant les nouveautés auprès de vos clientes sur votre espace en ligne. Pensez aussi à les poster sur youtube

avec un titre et une bonne accroche. Vous serez surprise de constater combien votre notoriété en matière de maquillage et par conséquent vos ventes explosent ! 

INOVEL

MAQUILLAGE PERMANENT



VOTRE MAGIC ICI



MAGIC DERMÔ

DERMOGRAPHES - PIGMENTS - AIGUILLES - GANTS
PRODUITS DE SOIN - WWW.INOVEL.FR - MICROBLADING
MOBILIER - ÉCLAIRAGE - HYGIENE - ENTRAÎNEMENT

Parcours d'esthéticienne SOPHIE CARBONARI, la facialiste des stars

Sophie Carbonari est une esthéticienne passionnée. New-York, Londres, la Fashion-Week parisienne... voici un aperçu de ses lieux de travail. Puisse son témoignage vous inspirer et vous donner l'envie d'exceller...

PAR DORIANE FRÈRE

Je me suis tournée vers le domaine de l'esthétique grâce à mes parents qui ont toujours aimé prendre soin d'eux. Étant dyslexique, en troisième, je me suis naturellement tournée vers l'esthétique et cela a été une révélation. J'ai débuté mon cycle d'études en CAP en 2007, à l'École Espace Bourcier à Nîmes. Ensuite, j'ai passé un BP en alternance dans un institut qui pratiquait essentiellement des épilations. J'ai arrêté au bout de quelques mois mes études car je souhaitais travailler. Je me suis mise à mon compte en 2010 tout en ayant conscience que pour devenir une bonne esthéticienne, il fallait que je me construisse une base solide, brique après brique.



domicile et a désiré me suivre. Le domicile était fatigant. Je perdais beaucoup de temps à me déplacer en voiture. Néanmoins, j'ai toujours eu des clientes géniales qui rendaient l'exercice de ce métier plus facile, mais j'avais envie de vivre une nouvelle aventure et de me sédentariser.

GÉRANTE D'UN INSTITUT À AIX

À 21 ans, en 2012, par le biais d'une rencontre, j'ai pu racheter un institut situé à Aix-en-Provence. Je ne connaissais pas grand-chose au métier de la gestion d'une entreprise mais j'ai tout de même souhaité tenter l'expérience, animée par mon goût du challenge. Je suis très autodidacte et je pars du principe que je n'ai peur de rien. Je pense qu'il y a toujours à prendre dans une expérience et que le talent s'acquière à force de travail. Je me suis donc lancée. Mais après une année j'ai dû liquider l'affaire, je n'étais pas une bonne gestionnaire.

J'étais bien trop jeune et je n'avais pas encore assez d'expérience. J'étais déçue mais cet échec m'a boostée et m'a poussée à aller de l'avant.

L'ENTREPRENEURIAT DÈS LE DÉBUT

Je me suis lancée en tant qu'esthéticienne à domicile à Marseille. Les prestations que je proposais étaient essentiellement des soins visage, des épilations et des manucures. Je travaillais avec Perron Rigot pour l'épilation et pour les soins, j'utilisais des produits de marques vendues chez les grossistes d'esthétique. L'essentiel de ma clientèle me connaissait de ma précédente expérience professionnelle en alternance. Elle avait eu vent que je m'étais lancée à

ON DEVIENT BON LORSQU'ON COMPREND QU'ON NE SAIT RIEN

DÉPART DE L'AUTRE CÔTÉ DE LA MANCHE

En 2014, je suis donc partie vivre à Londres pour apprendre l'anglais. J'ai eu la chance de trouver facilement un poste de spa praticienne dans un grand spa urbain de luxe qui mêlait coiffure et esthétique. Il y avait sept cabines, nous étions une vingtaine. Nous travaillions avec Dermalogica et Sothys. Au début, je ne prodiguais que des massages mais, dès que mon niveau d'anglais s'est amélioré, j'ai pu réaliser des soins visage.

La découverte des soins visage japonais

J'ai souhaité apprendre de nouvelles techniques et je suis partie travailler dans un grand wellness center japonais de sept cabines. La gérante m'a formée sur des techniques de soin visage japonaises : shiatsu, massage avec gua-sha et boules de jade. Je suis tombée amoureuse de cette philosophie de soin. En effet, j'étais lassée de devoir simplement appliquer des produits sur la peau de mes clientes, puis de les retirer... J'avais à cœur de mettre en œuvre ma technicité tout en allant vers une approche sur-mesure. J'ai énormément appris pendant ces deux années et, même si ce n'était pas simple, j'adorais...

Le statut de spa praticienne en Angleterre

Les autres spa praticiennes et moi-même étions des indépendantes, nous n'étions pas sous le statut de salarié. Nous étions payées au nombre de soins que nous faisons par jour. Ce statut est très développé dans les pays anglo-saxons. Nous gagnons mieux notre vie qu'en étant salarié mais nous n'avons pas la sécurité de l'emploi. Et si nous ne performons pas, c'est difficile d'en vivre. Les loyers ne cessaient d'augmenter, j'en avais assez de déménager, j'ai décidé de partir pour New-York en 2016.

ESTHÉTICIENNE À NEW YORK

Je suis restée une année à New York pendant laquelle j'ai pu travailler dans plusieurs spas dont un médi-spa. Il s'agissait d'une structure dans laquelle travaillaient des médecins et des esthéticiennes. J'ai pu suivre de nombreuses formations sur les appareils : radiofréquence, ultra-sons, microneedling... Je travaillais 7 jours sur 7 car, en parallèle du médi-spa, j'effectuais des massages dans un spa à Brooklyn.

L'approche américaine du soin

L'approche américaine est très différente de l'approche française, elle est plus « brutale ». Les Américains considèrent que s'il n'y a pas de douleur, il n'y a pas de résultat. Cela m'a confortée dans mon attirance pour les techniques de soin japonaises, bien plus douces ! Si l'approche du soin à l'américaine n'était pas à mon goût, j'ai malgré tout beaucoup appris. Aujourd'hui, je suis en mesure d'indiquer à mes clientes les conséquences des injections sur leur peau, je leur explique les alternatives aux méthodes invasives... Je ne pourrais pas faire cela sans mon expérience en médi-spa.

LA NAISSANCE DE LA TECHNIQUE SOPHIE CARBONARI

J'ai dû rentrer en France, j'ai profité de ces quelques mois pour développer ma propre méthode de soin visage, inspirée de plusieurs techniques. Je travaille les muscles, les fascias, l'épiderme et le derme sur différents aspects, en massant de façon plus ou moins profonde. Je me base sur le shiatsu, la fasciathérapie, le drainage et les pincements Jacquet. Cette méthode est entièrement personnalisée. C'est une prise de conscience globale. Je me positionne sur le marché du luxe. Un soin du visage d'une heure et demie est facturé 450 euros HT. Dans un premier temps, il y a toute une partie communication avec ma cliente pour établir un diagnostic. J'ausculte également sa peau. Grâce à tous ces éléments, je construis un protocole. Je travaille avec les produits que j'ai créés en 2018. Mon objectif est de les commercialiser. ●●●

EN 2018, J'AI COMMENCÉ À AVOIR MES PREMIERS ARTICLES : VOGUE U.K., THE GUARDIAN...



LE DÉBUT DE LA NOTORIÉTÉ

- Je suis retournée à Londres fin 2017 pour me lancer à nouveau à mon compte. Les opportunités en France n'étaient pas suffisantes et les taxes imposées aux auto-entrepreneurs en France m'auraient accablée plus qu'autre chose. À Londres, je travaillais dans un wellness center. C'était une sorte d'espace de co-working pour les praticiens, dans lequel je louais une cabine pour mes clientes en semaine car les samedis, dimanches et lundis, j'étais en fee-lance en spa.

Le bouche-à-oreille

J'ai réussi à acquérir une clientèle en majorité grâce à mes réseaux sociaux. Le mannequin Caroline de Maigret m'a contactée sur Instagram pour que je lui prodigue un soin. C'est elle qui a communiqué sur moi en premier. Cela a créé un bouche-à-oreille qui m'a permis de me constituer une clientèle fidèle. En 2020, je suis retournée m'installer en France, à Paris, où je propose des soins à ma clientèle dans des hôtels parisiens. Je retourne à Londres une fois par mois pour ma clientèle anglaise.

JE N'AI JAMAIS RÉVÉLÉ LES NOMS DES PERSONNALITÉS QUE JE PRENDS EN CHARGE

La presse

Fin 2018, j'ai commencé à avoir mes premiers articles dans le Vogue U.K. et The Guardian où l'on a mis en avant ma technique novatrice. Je ne réalise pas aujourd'hui d'avoir pu être publiée dans de grands titres de presse ! Je suis fière de mon travail. J'ai toujours aimé mon métier et j'ai toujours fait mon maximum pour valoriser ce que je fais. Lorsque j'ai commencé, le métier d'esthéticienne n'était pas aussi valorisé qu'il peut l'être aujourd'hui. Il y a malheureusement toujours un mépris pour les esthéticiennes, à tort... Médiatiser mon activité permet de montrer tous les aspects que peut avoir le métier d'esthéticienne.

La Fashion Week

J'ai pu effectuer ma première Fashion Week parisienne en 2019. Pour ce faire, j'ai négocié avec un hôtel afin de pouvoir venir effectuer des soins pendant cette période. J'ai eu à ce moment-là un article dans Le Monde. Ma clientèle, lors des Fashion Week parisiennes, à laquelle je participe chaque année, est internationale. Il s'agit de modèles ou bien de clientes des grandes maisons. Des marques me sollicitent pour des partenariats. Dans ce cas-là, je développe un protocole spécial pour la marque. Je réalise ensuite le soin, avec les produits de la marque, à des journalistes ou aux égéries de la marque.

Les personnalités

En toute honnêteté, je ne sais pas ce qui a attiré des personnalités sur mon compte Instagram, peut-être ma discrétion... Je n'ai jamais révélé à personne les noms des célébrités que je prenais en charge. Il est important pour moi de respecter leur vie privée. Lorsque je m'occupe de personnalités, je reste la même, je ne me positionne pas en tant que groupie. ●●●

NOVA press

pressothérapie avancée

RÉSULTATS 100% NATURELS
VISIBLES DÈS LA 1ÈRE SÉANCE

+ de détox

Facilite l'élimination
des toxines

— de rétention

favorise l'élimination
des liquides

— de cellulite

Lisse la peau d'orange

+ de détente

Réduit la fatigue
musculaire



Technology by

novasonix

Plus d'informations :

Tel : 03 20 30 60 88 - contact@luxomed.com

LUXOMED

Distributeur exclusif France

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Ce qui fonctionne sur les réseaux sociaux, c'est d'avoir une personnalité. Mon Instagram (28,3 K de followers) n'a jamais aussi bien fonctionné que depuis que je fais ce que je veux, que je poste ce que je veux, quand j'en ai envie. Je ne fais pas ce qu'il est recommandé de faire sur Instagram. Je fais en fonction de mes envies. Il faut montrer en quoi nous faisons la différence, plutôt que de faire comme la consœur. Je pense que l'on se trompe lorsque l'on occulte sa personnalité. Aussi, il est bien de parler des gens qui nous inspirent. Il ne faut pas hésiter à rendre son compte personnel. C'est pour cette raison que je n'ai qu'un seul compte. Les personnes qui me suivent ont envie de connaître ma philosophie, au-delà de mon travail. Mes clientes me suivent car elles aiment ce que je publie sur Instagram. Il faut être soi avant tout et ne pas craindre de ne pas être dans le conventionnel.

ÊTRE UNE BONNE FACIALISTE

Lorsque l'on évolue dans sa carrière et que l'on gagne en expertise, il est indispensable de rester humble. C'est quelque chose que j'ai appris en travaillant à l'étranger, en apprenant une nouvelle langue, de nouvelles techniques. On devient bon lorsque l'on comprend qu'on ne sait rien. Il faut toujours se remettre en cause. Par exemple, la peau de la cliente n'est pas un acquis. On la découvre sur le moment, lors du soin, bien que la cliente nous dise comment elle est. J'aime m'interroger sur la façon dont je vais travailler mon protocole afin de répondre exactement aux besoins de la peau de la cliente, au moment où elle vient me voir.

MON CONSEIL

Je conseille aux futures esthéticiennes de constamment se renouveler et de toujours s'interroger sur ce qu'elles peuvent apprendre, autant au niveau des produits que des techniques. L'idée est d'être la plus pertinente possible et d'aller au plus près de la maîtrise de son métier. Il ne faut jamais se dire que tout est acquis. Personnellement, je suis toujours dans l'évolution et le désir d'apprendre. Ce n'est pas toujours facile, car cela nécessite une certaine remise en question ! Je ne me forme plus sur les techniques de soin mais je m'informe beaucoup sur les technologies pour enrichir mes connaissances.

J'AI RÉUSSI À ACQUÉRIR UNE CLIENTÈLE EN MAJORITÉ GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX

LES ÉVOLUTIONS DU SECTEUR

Le secteur de l'esthétique est en pleine expansion. Le métier d'esthéticienne intéresse de plus en plus de personnes. Il se diversifie également en termes de techniques, bien que nous ayons un temps de retard par rapport à d'autres pays comme les États-Unis et l'Angleterre.

Le problème de l'entrepreneuriat en France

Le secteur manque d'ambition, de prendre le lead au niveau international en créant des choses nouvelles. Nous ne sommes pas assez soutenus sur le plan financier lorsque l'on veut entreprendre. Les financiers comprennent les concepts traditionnels, ce que je faisais en Angleterre en travaillant dans les wellness centers, on ne peut pas le faire en France. Il faut augmenter le suivi dans les projets pour que l'on soit crédibilisés. Il faudrait mettre en place une association avec la BPI (Banque Public d'Investissement), développer un schéma de lobbying auprès des banques et de la Chambre de Métiers, cela permettrait de créer de nouvelles tendances afin que l'on puisse être créatives. Nous sommes toujours contraintes de suivre des trends sans pouvoir en créer véritablement, je trouve cela dommage. Il y a un grand travail à faire pour que cela évolue ! 🇫🇷

THALISENS nature

RITUEL VOLUPTÉ DES MERS

1^{ère} GAMME SPA
MULTI-SENSORIELLE
100% naturelle



Fabriqué
en France



Gamme
éco-conçue



Formules
100% naturelles



Relaxation
ultime

THALION

CRÉATEUR DE COSMÉTIQUE MARINE

EXCLUSIVEMENT DISTRIBUÉ PAR DES PROFESSIONNELS DE LA BEAUTÉ. INSTITUTS DE BEAUTÉ · SPA · THALASSOTHÉRAPIES
WWW.THALION.COM · CONTACT@THALION.COM

LES IDÉES REÇUES SUR LE KOBIDO

Véritable art ancestral japonais, le kobido est bien plus qu'un massage, c'est un soin. Il séduit par son incroyable effet liftant. Mais alors que de plus en plus d'esthéticiennes s'y font former, ce soin véhicule certaines idées reçues.

PAR CHRISTINE MUS, FORMATRICE, FACIALIST KOBIDO CERTIFIÉE PAR LE MAÎTRE JAPONAIS SHOGO MOCHIZUKI.



L'engouement pour le kobido est récent

Il s'agit d'un soin ancestral japonais qui a gagné sa réputation auprès des impératrices et geishas. Il a été importé par le Dr Shogo Mochizuki dans les années 1980 aux États-

Unis, puis récemment en Europe. Ce soin répond parfaitement à une demande de beauté au naturel afin d'éviter la chirurgie esthétique. On veut prendre soin de soi et le kobido répond parfaitement bien à un désir de soin holistique.

Le kobido est uniquement un soin du visage anti-âge

Non, il s'agit également d'un soin relaxant, tant au niveau corporel que psychique. On parle aussi de détente musculaire et non pas uniquement de tonification ou de drainage du visage. Cela détend également l'ensemble du corps.

Le kobido est uniquement pratiqué sur le visage

Le Dr Shogo Mochizuki nous a enseigné le kobido comme étant un soin du visage. Il ne nous a jamais parlé d'une quelconque pratique de kobido sur le corps. Et pour cause, on agit sur le corps en travaillant sur le visage uniquement. Et les techniques de kobido ne sont pas adaptées ou conçues pour le corps.

J'ai toujours voulu offrir aux femmes la possibilité d'entretenir leur capital jeunesse grâce à des techniques manuelles sans avoir recours à la chirurgie. J'ai commencé par le yoga du visage et la gymnastique faciale en 2013, puis le kobido. Mon souhait était de me spécialiser et devenir ainsi une experte en soin visage et technique anti-âge pour ouvrir la voie du bien vieillir au naturel.

pour pouvoir apprendre quelque chose de nouveau et d'unique : l'art du kobido.

Le kobido répond à un protocole préétabli

Le kobido qu'enseigne le Dr Shogo Mochizuki n'a pas de protocole. Il enseigne plus d'une centaine de techniques différentes que l'on utilise pour répondre à un objectif unique et propre à chaque séance. Nous sommes toutes différentes et en mouvement continu, le travail sur une même personne est évolutif fort heureusement. Nous ne faisons jamais le même soin.

Le kobido peut être couplé avec d'autres techniques, manuelles ou appareillées

Il n'y a pas une question d'incompatibilité ou de compatibilité. Le kobido est un soin très spécifique et unique en son genre. Le kobido draine beaucoup, tonifie, travaille sur le système nerveux superficiel. Pour moi, soit on pratique un soin manuel tel que le kobido, par exemple, soit on pratique un autre soin utilisant de la technologie. D'une part parce que cela ferait un doublon, et d'autre part parce que les clientes viennent faire un soin kobido pour le toucher, la main de l'esthéticienne qui saura ressentir des tensions et répondre au cas par cas aux besoins spécifiques de chacune d'elles. On peut néanmoins rajouter un peu de gua sha au kobido, mais à travers des manœuvres ultra légères.

L'apprentissage du kobido est difficile

Je constate à travers les formations que je donne que ce qui est le plus difficile pour les stagiaires est d'ouvrir et élargir leur vision, de regarder attentivement chaque technique spécifique, la gestuelle, la philosophie qui l'accompagne. Il faudrait presque désapprendre

Il n'existe qu'un seul kobido

En effet, il s'agit de celui enseigné par le Dr Shogo Mochizuki. Les autres sont des imitations. Qui dit imitations, dit moins bonne qualité. Mes élèves me parlent souvent de formations pendant lesquelles des protocoles sont enseignés sur plusieurs jours, avec une ligne directrice de telle technique après une autre, etc. Certes, cela donne de l'éclat au visage, mais il ne s'agit pas du kobido du Dr Shogo Mochizuki.

Les bénéfices du soin kobido se voient immédiatement

Il y a un effet liftant/repulpant après un soin kobido. Certaines clientes vont avoir un effet quasi-instantané, pour d'autres cela va prendre quelques heures, voire un ou deux jours. L'effet restera plus ou moins longtemps aussi.

Le kobido est douloureux

Cela peut être surprenant de voir cette douceur mélangée à de la vitesse ou bien de la tonicité dans un effleurage à peine perceptible. Mais ce n'est pas douloureux, en aucun cas.

Le kobido nécessite un positionnement particulier de l'esthéticienne

En effet. J'enseigne un positionnement spécifique à mes élèves. Je leur apprend à travailler en souplesse, dans la relaxation de leurs membres et à une certaine hauteur. Il faut travailler en ayant le dos droit, ne pas monter ses épaules, faire de grands mouvements, mettre de l'ampleur.... C'est tout un apprentissage corporel en plus des centaines de techniques de soin.

N'importe quelle galénique de cosmétique peut être utilisée pour réaliser le soin kobido

Je n'utilise pas les produits du Dr Shogo Mochizuki car ils nécessitent d'être constamment mouillés. La cliente occidentale n'apprécie pas cet effet mouillé. J'utilise des huiles qui me permettent d'avoir un glissement qui répond aux besoins du kobido. Dans 98 % des cas, peu importe le type de peau, sur une peau propre, il est presque possible de pratiquer le kobido sans huile.



Photo : Karelnoppe.

LE KOBIDO DU DR SHOGO MOCHIZUKI

J'ai eu le privilège de recevoir l'enseignement du kobido directement par le Dr Shogo Mochizuki, 26^{ème} génération de la maison kobido, ce qui m'a permis d'acquérir l'excellence dans ma pratique. On ne cesse jamais de se former en révisant constamment. La formation n'a pas été difficile pour moi. Je pense aussi que l'investissement financier participe beaucoup à son investissement personnel d'apprentissage. Aucune prise en charge financière par un quelconque organisme, et je peux vous dire que les prix étaient très élevés !

Qu'est-ce qu'une bonne formation kobido ?

C'est une formation donnée par un élève direct du Dr Shogo Mochizuki, qui va transmettre ce qu'il a reçu sans changement à quelque niveau que ce soit.

Les grandes manœuvres spectaculaires du kobido sont injustifiées

Le kobido est une alternance de rythmes et de techniques. Plus on va utiliser de techniques différentes, plus on va varier les rythmes, la profondeur et le type des manœuvres, plus le kobido sera efficace. L'ampleur amène la relaxation dans les membres de l'esthéticienne. Ceci permet aussi de laisser du temps à la peau pour récupérer des manœuvres qu'elle vient de recevoir.

Le kobido est à la portée de toutes les esthéticiennes

Si l'esthéticienne n'a pas de problème particulier aux mains ou aux doigts, suite à une opération par exemple, qu'elle sait observer lors de l'apprentissage, être patiente, ouverte d'esprit, elle sera en mesure d'apprendre et de pratiquer le kobido. 🇫🇷

COMBATTRE LES SIGNES DE L'ÂGE PAR L'ALIMENTATION

Il existe de multiples façons de lutter contre les signes du temps, dont la première est de soigner son alimentation. Voici quelques astuces pour ralentir les conséquences de l'âge sur la peau.

PAR DÉBORAH ATTALI, DIÉTÉTICIENNE, NUTRITIONNISTE

La peau, comme tous les autres organes du corps humain, vieillit au fur et à mesure que les années passent. C'est le processus naturel du vieillissement cellulaire. Mais il y a aussi la pollution, le soleil, le stress, le tabac, ou encore une dette de sommeil qui peuvent accélérer le vieillissement et contribuer à faire paraître votre cliente plus âgée, plus rapidement, à son grand désespoir. C'est ce qui va faire la différence entre l'âge biologique (la date de naissance), et l'âge apparent (celui qu'on lui donne).

POUR UNE PEAU JEUNE ET PRÉSERVÉE

Les radicaux libres sont les premiers responsables de l'oxydation de nos cellules. Lors du processus de vieillissement cellulaire, leur nombre augmente, et l'organisme peut manquer de défenses antioxydantes. Ce déséquilibre est appelé «stress oxydatif». Pour préserver la peau de ce phénomène, il faut miser sur le pouvoir des antioxydants dans son alimentation pour lutter contre les radicaux libres.

Vitamines antioxydantes

- **La vitamine C** est un allié indéniable contre le vieillissement cutané. Elle est la principale vitamine antioxydante présente dans l'alimentation. On la trouve dans la majorité des fruits et des légumes, comme les fruits rouges, l'orange, les brocolis, le chou...
- **La vitamine A** est une autre vitamine antioxydante qui lutte elle aussi contre les radicaux libres. On la trouve principalement dans les produits d'origine animale : poisson, abats, beurre cru, œuf, fromage...

- **La vitamine E** aide à protéger les cellules et la peau à se régénérer. On la trouve dans les matières grasses végétales comme les huiles végétales, les margarines, les fruits à coques ou encore les germes de blé.

Polyphénols

Ce sont des molécules qui ont un rôle protecteur et antioxydant primordial. On les retrouve dans les fruits rouges, le vin, le chocolat ou encore le thé vert.

Zinc et sélénium

En plus de contribuer au bon état des cheveux et des ongles, ces sels minéraux présents en petites quantités dans l'organisme sont de puissants antioxydants. On peut en apporter en consommant des huîtres, des abats, de la viande rouge, des œufs, des noix du Brésil ou encore du pain complet.

Le super aliment

Les clous de girofle ont un pouvoir antioxydant extrêmement élevé. N'hésitez pas à les conseiller en infusion par exemple.

MISEZ SUR LES
ANTIOXYDANTS
POUR LUTTER
CONTRE LES
RADICAUX LIBRES



Photo : Вячеслав Думчев.

POUR UNE PEAU FERME ET REPULPÉE

Le collagène et l'élastine sont les deux protéines responsables de l'élasticité et la fermeté de la peau. Elles sont produites par les fibroblastes, que l'on retrouve dans le derme de la peau. Avec le vieillissement, leur quantité diminue et leur synthèse ralentit. Et voilà pourquoi la peau est relâchée, détendue et des ridules font leur apparition.

Encore une fois, l'alimentation peut aider à conserver une peau ferme et tonique, en stimulant la production de collagène et d'élastine avec :

- **Les protéines** : un apport en protéines chaque jour (minimum une fois par jour) de viande, poisson, œufs, crustacés, tofu, produits laitiers et légumineuses, est recommandé. La viande rouge est conseillée maximum trois fois par semaine pour son apport en acides gras saturés (mauvaises graisses). Les protéines de manière générale doivent être consommées tous les jours.
- **La vitamine C** : en consommant quotidiennement des fruits et légumes (chou, brocolis, orange, pamplemousse...). Pendant les repas ou pourquoi pas en collation. Il n'y a pas de règles début/fin de repas, ce sont les naturopathes qui considèrent que le fruit serait moins bien digéré en fin de repas, mais rien n'a été prouvé.
- **Le zinc** : on le retrouve dans les huîtres, le poisson, la viande, les abats et les céréales complètes.

Black List des aliments pour une jolie peau

- Les aliments trop riches en graisses de mauvaise qualité (charcuterie, fromages, biscuits apéritifs...) qui, en plus d'être souvent trop salés, favorisent l'apparition de boutons.
- Les produits sucrés et raffinés (gâteaux, bonbons, glaces, confiseries, soda...) qui accélèrent le processus de vieillissement.
- L'alcool et l'excès de caféine qui sont à proscrire, ils favorisent la déshydratation du corps et de la peau.
- Privilégiez les fruits et légumes de saison, d'agriculture biologique si possible, pour limiter les pesticides et autres déchets toxiques pour l'organisme.

Le super aliment

L'os à moelle contient naturellement une grande quantité de collagène.

Le renouvellement cellulaire étant de trois, quatre semaines, il faut minimum un mois pour commencer à voir un changement, avec une peau plus belle, plus ferme, et moins vite agressée. Oui, l'alimentation transforme la peau, sur des peaux acnéiques, irritées, rugueuses, mais c'est surtout le fait d'arrêter une «mauvaise» alimentation qui change la peau. ●●●



Photo : amenic181.

POUR UNE PEAU HYDRATÉE ET PROTÉGÉE

- Plus la peau vieillit, plus la barrière protectrice de la peau devient fragile et perméable. La peau se dessèche et les agressions extérieures de la peau se font plus fréquentes. Pour aider la peau à se protéger et se réhydrater en profondeur, il faut consommer :

- **De bons acides gras** en privilégiant les matières grasses végétales (huile de lin, tournesol, olive, noix...) et en variant les sources avec des graines, des oléagineux et quelques olives noires par exemple.

- **Des boissons hydratantes** en quantité suffisante (eau, tisane, thé, infusion...), soit environ 1,5-2 litres par jour, ainsi que des fruits et légumes riches en eau (pastèque, tomate, salade verte, melon...).

- **L'acide hyaluronique** va également aider la peau à s'hydrater en profondeur. On ne le trouve pas dans l'alimentation, mais la consommation de produits à base de soja ou dérivés (tempeh, un produit fabriqué à partir de graines de soja, miso, une pâte de soja fermentée utilisée souvent dans le bouillon...), va stimuler sa production. Les produits cités sont des dérivés du soja, afin de varier les plats et pouvoir intégrer de la protéine végétale de différentes manières.

L'ALIMENTATION AIDE À CONSERVER UNE PEAU FERME ET TONIQUE

Le super aliment

L'huile de soja a plusieurs vertus : en plus d'être riche en acides gras essentiels, elle stimule la synthèse d'acide hyaluronique grâce à sa teneur en soja.

POUR UNE PEAU ÉCLATANTE ET UN TEINT FRAIS

Lorsque le renouvellement des cellules diminue, les cellules mortes s'accumulent et le teint se brouille. Pour éviter une mine pâle et fatiguée, recommandez à votre cliente de consommer :

- **Des aliments riches en bêta-carotène** qui stimule la coloration de la peau, pour donner un joli teint hâlé (carotte, potiron, melon, tomate...).

- **De l'eau** en quantité suffisante pour stimuler la circulation du visage et éliminer les toxines, soit 1,5 à 2 litres par jour.

- **Du sélénium** pour ses fonctions dépuratives. On le trouve dans les produits de la mer, la viande, les abats, et les oléagineux.

Le super aliment

Le thé vert est la boisson détoxifiante par excellence. En plus d'être riche en antioxydants, il hydrate l'organisme et l'aide à se purifier grâce à son action drainante. 

DEBORAH ATTALI

Diététicienne, Nutritionniste, Experte en nutrition minceur, Formatrice en nutrition auprès des esthéticiennes.

Contact formation. Tél. 06 12 44 49 96.

e-mail : contact@votre-dieteticienne.com

Rejoignez-moi sur Facebook : «Diététique & Esthétique» pour encore + de conseils en nutrition.



Esthéticienne

PARTENAIRE



Rejoignez
nous

GUÉRANDE®

Cosmétique naturelle des Marais salants

- ✓ Un territoire, une histoire, un concept.
- ✓ Une marque marine et bio.
- ✓ Un actif aux pouvoirs exceptionnels "les Eaux-Mères".
- ✓ L'expertise d'un laboratoire avec 50 ans de savoir-faire.
- ✓ Des prix abordables.



NOVEMBRE 2022 - RCS St Nazaire 021142030 - Photos non contractuelles - ©Frapak

PROFESSIONNEL

Devenez partenaire et impliquez-vous dans une marque à votre écoute !



www.guerande-cosmetics.com
contact@guerandecosmetics.fr - Tel : 02 51 75 53 79

TECHNOLOGIE & COSMÉTIQUE : pour une nouvelle approche du soin

Si les récentes évolutions du marché de l'esthétique sont nombreuses, elles convergent toutes vers le développement d'une approche dite «globale», où l'on associe diverses méthodes et techniques pour personnaliser au maximum les soins, un défi stimulant pour Corpoderm.

Corpoderm vous propose une nouvelle voie d'évolution : l'association de ses technologies avec la cosmétique technique et professionnelle mesoestetic.

UNE COSMÉTIQUE TECHNIQUE À LA HAUTEUR DES TECHNOLOGIES CORPODERM

C'est en effet l'une des grandes nouveautés de l'offre Corpoderm : l'entreprise est devenue distributeur France des cosmétiques mesoestetic. Un choix qui ne doit rien au hasard, de nombreux points communs réunissent en effet les deux marques européennes, notamment la volonté d'innover pour offrir toujours plus d'efficacité. Mais attention ! Chez Corpoderm l'innovation n'est pas une fin en soi. Les technologies Corpoderm sont sélectionnées en fonction de leur innocuité, de leur efficacité et de nombreux autres critères de qualité qui portent sur toute la chaîne de production. C'est cette même dynamique qui a incité Corpoderm et mesoestetic à collaborer : la proximité des entreprises n'est pas seulement géographique, toutes deux partagent les mêmes valeurs et la même volonté d'innover. À titre d'exemple, mesoestetic s'est récemment inspirée des recherches menées dans le domaine de l'épigénétique pour développer une formule de soin anti-âge nouvelle génération, «age element», qui est d'ailleurs brevetée.

LA SYNERGIE TECHNOLOGIE ET COSMÉTIQUE AU CŒUR DE L'INNOVATION

Et en matière d'innovation, l'association entre technologie esthétique et cosmétique technique offre un fort potentiel. D'ailleurs, Corpoderm propose déjà plusieurs options pour utiliser en synergie sa technologie et la cosmétique mesoestetic :

Un Welcome Pack et un Pack Expert pour Dermoregen

Récemment intégré à la gamme d'appareils beauté et anti-âge de Corpoderm, Dermoregen fonctionne en deux temps : une phase de microdermabrasion pour régénérer la peau, suivie d'une phase dédiée à la diffusion de micro-courants, lesquels augmentent la perméabilité de la peau et l'absorption des actifs contenus dans les cosmétiques. Effets de

l'âge, peau sensible, peau acnéique... il est alors possible de cibler différentes préoccupations et Corpoderm a imaginé deux manières d'y répondre avec mesoestetic : le Welcome Pack, composé d'un ensemble de boosters répondant chacun à une problématique précise, et le Pack Expert, qui consiste à associer une base aux principes actifs de la gamme «meso.prof». Cette dernière approche, plus technique, implique une connaissance approfondie de la gamme : des formations et des webinaires ont donc été mis en place.

De nouvelles perspectives pour la PhotoBioModulation

Basée sur la stimulation des biomécanismes de la régénération cellulaire, la PhotoBioModulation par Led peut elle aussi être utilisée pour optimiser l'absorption des actifs. Bien que la technologie de soin par PBM constitue un traitement en tant que tel, avec un champ d'applications très large englobant beauté, anti-âge, minceur et bien-être, elle trouve donc un usage supplémentaire en tant que soin post-soin. On pourra par exemple utiliser l'appareil visage «EsthéLED» pour apporter un effet relaxant après un peeling, et pour contribuer à parfaire les résultats d'une cure cosmétique.

UN ACCOMPAGNEMENT GLOBAL... POUR LE BIEN-ÊTRE DES PROS !

Cette synergie entre technologie esthétique et cosmétique technique se présente donc comme un nouvel outil d'évolution pour les esthéticiennes : une opportunité de développer ses compétences, son offre de soins, et ce faisant, son activité !

En intégrant mesoestetic à son offre, Corpoderm poursuit donc sa propre logique de développement : mettre entre les mains des esthéticiennes une boîte à outils performante et globale intégrant non seulement

équipements et cosmétiques, mais aussi accompagnement au développement et à la sécurisation de l'activité, prestations de communication et formation.

Une approche globale dont le but avoué n'est autre que d'accompagner les esthéticiennes dans le développement de leur bien-être professionnel... 



Corpoderm

Healthcare & Beauty



**ACCROITRE
LES RÉSULTATS
D'UN SOIN VISAGE AVEC :
MICRODERMABRASION
+ MICRO-COURANTS**

 **ESTHELED**®
EXPERT

 **DERMOREGEN**
RENEW & INFUSE

**PHOTOBIMODULATION
PAR LEDS :
SOIN NATUREL
VISAGE ET CORPS**



6 Rue de Soyouz
ZA de Montredon
31240 L'Union



www.corpoderm.com
Tel. 05 62 89 16 76
contact@corpoderm.com



Photo : lassedesignen.

LE SECRET DES ESTHÉTICIENNES QUI RÉUSSISSENT 2^{ème} partie : DÉCLENCHER L'ENVIE D'ACHAT

Après le mental de gagnante, le second atout, qui va faire la différence chez les esthéticiennes qui réussissent, est qu'elles ont un rapport très « décontracté » à la vente. À la fois avec facilité et naturel, elles transforment leurs conseils en envie d'achat.

PAR VALÉRIE DESMAISONS, FORMATRICE ET DIRECTRICE, PERFECTIS FORMATIONS

La force des esthéticiennes qui vendent est qu'elles ont pour premier objectif de conseiller avec sincérité. La maîtrise de phrases clés et de mots-clés leur permet de s'exprimer avec beaucoup d'aisance et engendre un sentiment de confiance chez leur cliente. Le choix du vocabulaire et d'une argumentation ciblée renforce leur crédibilité, leur capacité de conviction, et déclencheront des ventes.

RÈGLE N°1 LIBÉREZ-VOUS DU SYNDROME DE L'IMPOSTEUR

Il s'agit de ce sentiment de malaise et de culpabilité quand vous devez parler de vos prestations, et d'en donner le prix.

VALÉRIE DESMAISONS

Valérie Desmaisons, esthéticienne, formatrice et coach, fondatrice de Perfectis Formations en 2013, créatrice de la méthode «Les actions 100 % réussite», spécialisée dans le développement des compétences, la valorisation et l'accompagnement des esthéticiennes dans leur réussite.



Les astuces

- Croyez en la valeur de ce que vous proposez (si vous n'êtes pas convaincue des résultats, comment vos clientes pourraient-elles l'être ?). Peut-être est-il temps de remplacer cette prestation par une autre qui vous apportera plus de satisfaction ? N'oubliez pas que l'on ne vend bien que ce en quoi l'on a foi.
- Vous sentez-vous légitime dans votre offre de service et dans votre relation à l'argent ? Listez vos compétences, vos aptitudes, les formations que vous avez suivies et faites taire la petite voix intérieure qui vous dévalorise. Rappelez-vous que ce sentiment d'illégitimité est une croyance qui n'existe que dans votre imagination !

RÈGLE N°2 METTEZ EN AVANT LES AVANTAGES ET LES RÉSULTATS

- Affirmez que le prix de vos produits est justifié par la qualité des matières premières, leur concentration, leur galénique, leurs performances et, en conséquence, que ces paramètres sont une promesse d'efficacité.
- Il en est de même pour vos prestations. Étant donné que vous avez calculé le «juste prix» selon une méthode infailible qui prend en compte le coût des matières premières, la durée, vos charges, et aussi votre salaire (n'est-ce pas ?), dans ce cas vos tarifs sont cohérents avec les bénéfices de l'offre et votre promesse de résultats.
- Et gardez en mémoire que si la cliente est persuadée de l'intérêt du produit, le prix compte beaucoup moins. Très important : n'oubliez pas qu'elle se souviendra beaucoup plus longtemps de la qualité et du résultat que du prix.



Photo : Sotnikow.

RÈGLE N°3 ÉVITEZ LE PIÈGE DES À PRIORI

- Laissez vos préjugés de côté car ils pourraient vous faire rater des ventes. Et nous l'avons toutes vécu : l'habit ne fait pas le moine, les apparences peuvent être trompeuses et ce ne sont pas les clientes qui semblent avoir le plus de budget qui dépenseront le plus.
- Retenez que la dépense est davantage liée à la motivation d'achat plutôt qu'au pouvoir d'achat.
- Bannissez vos croyances limitantes, ces barrières psychologiques telles que penser à la place de la cliente, se mettre à la place de son portemonnaie ou imaginer qu'elle n'a pas les moyens d'investir dans une cure par exemple !
- Mettez de côté votre subjectivité, recentrez-vous sur votre objectif de départ et suivez votre fil conducteur : le conseil personnalisé et argumenté pour qu'elle atteigne les résultats souhaités.
- Gardez à l'esprit que si vous avez convaincu votre cliente que le produit ou la prestation répondent à ses motivations profondes, alors vous lui avez donné envie de se les approprier et le prix est devenu secondaire. ●●●

FAITES TAIRE LA PETITE VOIX INTÉRIEURE QUI VOUS DÉVALORISE

L'astuce à partager

Lorsque vous lui présentez un gommage visage, dites-lui ceci : «Vous en répartissez une petite quantité sur l'ensemble du visage, vous réalisez des mouvements circulaires, et mon astuce est de gommer également très délicatement la patte d'oie, en prenant soin de bien maintenir les tissus avec votre deuxième main, de façon à bien préparer cette zone à être traitée avec votre contour des yeux dont l'efficacité sera décuplée». Profitez-en pour mimer le geste. Et c'est l'occasion de poursuivre avec la question suivante : «Rappelez-moi, comment prenez-vous soin de votre contour des yeux au quotidien ?». Par ailleurs cette question ouverte aura beaucoup plus d'impact puisqu'elle sera riche en informations à l'inverse d'une question fermée telle que : «Vous utilisez un contour des yeux ?», à laquelle on répond par «Oui» ou «Non» qui fermera le dialogue.



RÈGLE N°4 PARTAGEZ VOS ASTUCES POUR AIDER VOTRE CLIENTE À SE PROJETER

C'est la confiance que vous inspirez et le professionnalisme que vous dégagez qui motiveront l'achat, puisque avant d'acheter un produit, c'est votre professionnalisme que la cliente achète. Vous voulez renforcer votre relation client, vous démarquer et donner envie de dépenser chez vous plutôt qu'ailleurs ? Partagez vos conseils et astuces de pro. Donnez à votre cliente des recommandations pour avoir une belle peau toute l'année ou des conseils pour qu'elle gagne du temps dans sa salle de bain ou encore pour économiser du produit. Quand vous vous rendez chez le coiffeur par exemple, vous appréciez beaucoup qu'il partage avec vous ses «petits trucs» pour raviver l'intensité de vos mèches, apporter de la profondeur à votre couleur, avoir des cheveux plus brillants ou pour un brushing qui tienne plus longtemps ? Dites-vous que vos clientes fonctionnent comme vous, elles aussi y sont très sensibles. Ces petites attentions, en plus de leur sincérité renforcent la relation client et alimentent l'envie de consommer.

RÈGLE N°5 MAÎTRISEZ LE VOCABULAIRE D'EXPERTE

En séance de coaching, je surnomme «mots magiques» ces termes qui ont un pouvoir de persuasion pour séduire et motiver. Vous voulez renforcer votre force de conviction lorsque vous présentez vos produits ? Enrichissez votre argumentaire par l'utilisation de termes tels que : multiplier, efficacité, traiter, action ciblée, résultats. Ils créeront chez votre cliente une prise de conscience sur la nécessité de les utiliser au quotidien dans sa salle de bain. Voici quelques exemples :

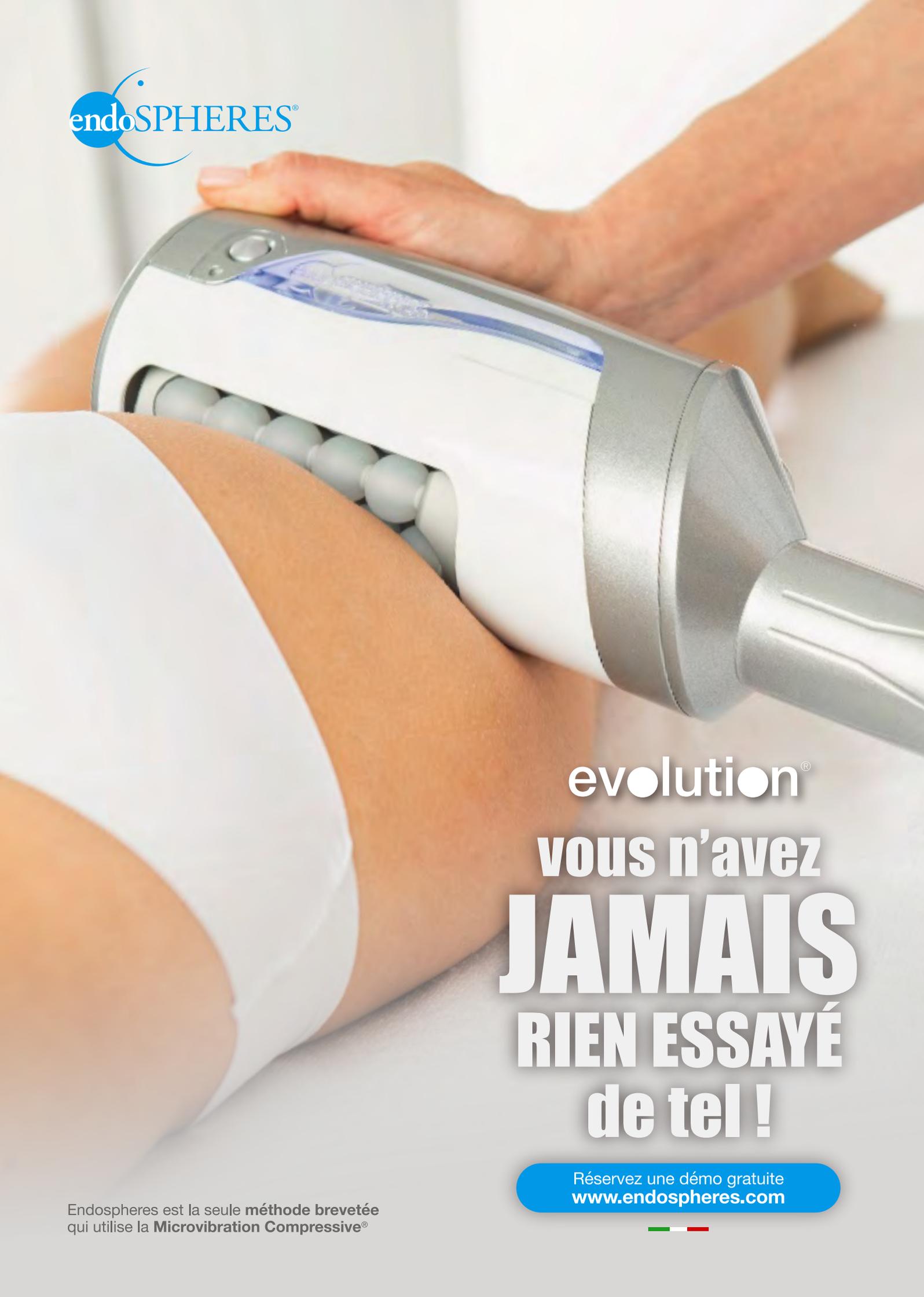
- **Argumentation nettoyage visage**
«C'est le premier geste de beauté qui va préparer votre peau avant de la traiter.»
- **Argumentation gommage visage**
«Il va multiplier l'efficacité de votre rituel beauté. En plus de retirer le voile terne pour restaurer l'éclat, c'est le premier anti-âge, puisque le fait d'éliminer les cellules mortes de la couche cornée permettra à de nouvelles cellules des couches profondes jeunes et gorgées d'eau de remonter à la surface.»
- **Argumentation sérum**
«C'est un concentré de principes actifs. dix fois plus concentré qu'une crème, il va réveiller votre peau en profondeur, avec une action ciblée sur les rides/l'éclat/la fatigue/la fermeté.»

Valorisez vos ventes de prestations

Préparez un argumentaire écrit pour présenter à l'oral vos prestations phares : massages, soins visage, rituels, minceur, lumière pulsée... de façon structurée et concise, toujours en mettant en valeur les résultats et les bénéfices que votre cliente pourra en tirer.

The logo for Endospheres, featuring the word "endoSPHERES" in a blue sans-serif font. The "e" is lowercase and the "SPHERES" is uppercase. A blue arc curves around the "e" and extends to the right, ending in a small dot.

endoSPHERES®

A close-up photograph of a person's arm being treated with the Endospheres Evolution device. The device is white and grey, with a row of small, light-colored rollers in contact with the skin. A hand is visible holding the device. The background is a plain, light-colored surface.

evolution®
vous n'avez
JAMAIS
RIEN ESSAYÉ
de tel !

Endospheres est la seule méthode brevetée
qui utilise la **Microvibration Compressive**®

Réservez une démo gratuite
www.endospheres.com



RÈGLE N° 6 REMETTEZ VOTRE CARTE DES SOINS

Vous voulez booster vos ventes de prestations ? Mettez à disposition de vos clientes une carte des soins actualisée et argumentée.

- **Valorisante** : elle doit être le reflet de votre savoir-faire, de votre concept. Elle doit aussi être attractive et véhiculer vos différences et votre expertise.

- **Actualisée** : elle doit être à jour, avec les bons tarifs et inclure les nouvelles prestations. Moderne, avec des codes couleurs contemporains, pour une carte des soins qui vous ressemble. Offrez à vos clientes une carte des soins qui respecte les règles de marketing telles que : une mise en page soignée avec un bon choix

de format, de grammage, de photos, de codes couleurs, mais aussi un contenu attrayant avec une argumentation, une accroche, un contenu qui donne envie de découvrir ou de faire découvrir de nouvelles prestations.

- **Argumentée** : vous voulez faire la différence ? Avant de remettre la carte des soins à votre cliente, commentez-la et parcourez-la avec elle rapidement : «Je vous remets notre carte des soins qui rassemble l'ensemble de nos prestations, vous retrouverez nos spécialités qui sont les soins visage sur mesure et les rituels anti-âge, puis nos massages du monde, nos escapades et la lumière pulsée pour l'épilation définitive». La commenter sera l'occasion pour la cliente d'avoir connaissance de l'éventail de prestations que vous proposez et de vous poser des questions concrètes. Voyez la version papier de votre carte des soins comme un véritable outil d'aide à la vente et ce qui vous distinguera, c'est à la fois le message d'excellence qu'elle va renvoyer et aussi la façon dont vous allez oralement valoriser ce qui vous rend unique. Votre argumentaire, votre élocution, votre intonation et la conviction que vous y mettez, maximiseront l'envie de se projeter, et de se faire plaisir. Essayez, vous m'en direz des nouvelles.

*

Vous voilà maintenant avec une multitude d'astuces pour être plus confiante, plus sereine face à la vente. Gardez en mémoire que votre atout gagnant résidera dans votre capacité à abandonner vos vieilles routines de vente, votre capacité à changer pour laisser place à une démarche qui véhicule l'envie de satisfaire votre cliente. Votre attitude positive, authentique, qui exprime votre plein potentiel, renforcera votre crédibilité et révélera la vendeuse experte qui sommeille en vous. 

••• • Argumentation massage

«Le massage vietnamien Tâm Quât est un rituel anti-fatigue qui élimine à la fois les tensions physiques, mentales et restaure la vitalité. À l'issue de ce massage, vous vous sentirez à la fois tonifiée et énergisée. Cette technique est idéale si vous vous sentez fatiguée, stressée, surmenée.»

• Argumentation soin visage

«Le soin japonais kobido repose sur une technique anti-âge très performante qui vous permettra de retrouver dès la première séance un visage plus reposé, repulpé et un teint plus lumineux. Les résultats sont tout simplement bluffants ! Nous le proposons en cure ou en prestation individuelle.»

• Argumentation épilation

«Cette cire offre bien plus qu'une épilation, c'est un «soin d'épilation», élaboré à partir d'une résine de pin 100 % végétale. Le coût est un peu plus élevé mais vous avez la garantie d'une repousse plus lente, d'une peau plus douce et l'assurance d'un résultat d'exception.»



Photo : deagreed



COACHING "BOOSTEZ VOS VENTES"

Réveillez la vendeuse experte qui sommeille en vous !

- 100% sur-mesure
- De 1h à 1 journée
- En présentiel ou distanciel (Zoom)



EXCLUSIVITÉ

Méthode conçue et réservée uniquement aux esthéticiennes

EFFICACITÉ

Maîtriser les techniques pour « déclencher l'envie d'achat »

MOTIVATION

Gagner en confiance et prendre du plaisir à vendre

TEMOIGNAGES

AVIS
d'esthéticiennes



PROGRAMMEZ

OFFERT
Un rendez-vous
de 30 minutes



PERFECTIS FORMATIONS

Centre de formation certifié Qualiopi - Expert en développement
+ de 2000 esthéticiennes accompagnées - Taux de satisfaction de 98.85% en 2021

06 40 88 31 87 - www.perfectis-formations.com

C'EST MA MARQUE !

Ces esthéticiennes ont choisi comme partenaire Dr Renaud, pour la sensorialité et l'efficacité des produits, mais aussi pour le dynamisme de la marque... Elles vous expliquent leur choix.

J'ai repris cet institut de cinq cabines en 2012. Nous sommes cinq à y travailler.

Pourquoi avoir choisi Dr Renaud ?

J'ai choisi Dr Renaud il y a un an, car je recherchais une marque française et naturelle. Les packagings et le concept de la marque donnent envie. Et en testant les produits, je les ai appréciés immédiatement, notamment pour leurs textures.

Aujourd'hui qu'est-ce qui vous plaît toujours chez Dr Renaud ?

Il y a beaucoup de nouveautés et j'apprécie les soins éphémères qui dynamisent les soins en cabine. On ne se lasse pas de cette marque, on découvre toujours des nouveautés !



MANDY DE CARVALHO
INSTITUT
BEAUTY'S HOME,
55 avenue
de la République,
77 340 Pontault-
Combault

Qu'est-ce qui vous plaît dans les protocoles cabine de Dr Renaud ?

J'aime l'efficacité et la naturalité des produits, les protocoles sont simples mais avec beaucoup d'efficacité. Les soins manuels avec beaucoup de techniques de massage offrent des résultats immédiats. Je suis vraiment contente de la marque. J'ai hâte de découvrir tous les secrets et nouveautés qui arrivent dans les prochains mois. De nouvelles senteurs et textures...

Quel est votre produit préféré ?

J'aime beaucoup le «Gel-Crème Iris», pour sa texture et sa fraîcheur. J'adore le «BB Blur Abricot» pour la finition qu'il laisse sur le visage grâce à son effet flouteur. Toutes les crèmes sont hyper agréables, pour leurs textures, leurs senteurs et leur efficacité !

Que pensez-vous du rapport qualité-prix de Dr Renaud ?

Le rapport qualité prix tout à fait correct. Quand on propose un produit à une cliente, on n'a pas peur de son objection. Il y a des petits prix accessibles, faciles à vendre.

Qu'est-ce que vous pourriez dire à une esthéticienne qui hésiterait à travailler avec Dr Renaud ?

Vous pouvez y aller les yeux fermés ! J'ai fait confiance en Dr Renaud et je suis satisfaite. Au niveau commercial et de la formation produit, je suis encadrée. Dr Renaud est une marque proche des instituts qui ne pense pas qu'au chiffre. C'est aussi une marque à l'écoute et qui trouve toujours des solutions. La marque se remet beaucoup en question et recherche toujours à s'améliorer. C'est très agréable de travailler avec Dr Renaud !

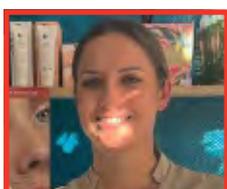


DR RENAUD EST UNE MARQUE DYNAMIQUE ET FACILE D'ACCÈS

C' est un institut de trois cabines avec un espace hammam et balnéo qui existe depuis 2007. Nous sommes quatre à y travailler.

Pourquoi avoir choisi Dr Renaud ?

J'ai choisi cette marque pour la diversité des soins, la sensorialité des produits (odeurs, textures, couleurs), les outils de communication mis à notre disposition ainsi que les offres promotionnelles.



**SANDRA
LOISEAU**
INSTITUT
DE BEAUTÉ DES
CHARTRONS,
23 rue Camille
Godard,
33000 Bordeaux

L' institut existe depuis 34 ans. J'ai repris l'institut il y a quatre ans. Nous avons quatre cabines. Nous travaillons à deux. L'Institut des Chartrons est un lieu convivial, d'échanges, de partages et de bonne humeur. Les soins proposés sont personnalisés, nous écoutons chaque cliente et leurs besoins.

Qu'est-ce qui vous plaît chez Dr Renaud ?

J'aime Dr Renaud pour son large choix de produits qui s'adressent à toutes les femmes, son évolution au fil des années, les valeurs de la marque avec le made in France, les formulations de plus en plus clean et naturelles.

Quel est votre produit préféré et pourquoi ?

«L'Iris» est la gamme phare de l'institut. Outre l'action régénérante et anti-âge, les produits donnent un teint lumineux. Les formules sont hydratantes et nourrissantes, l'extrait de tamarin et l'acide hyaluronique donnent de réels résultats à court terme.

Qu'est-ce qui plaît à vos clientes chez Dr Renaud ?

La sensorialité, les textures et l'efficacité des produits.

Que pensez-vous du rapport qualité-prix de Dr Renaud ?

Dr Renaud est très bien placé sur le marché des produits cosmétiques, son made in France en fait un véritable atout. Tous les budgets peuvent trouver leur bonheur dans ses gammes !

Qu'est-ce que vous pourriez dire à une esthéticienne qui hésiterait à travailler avec Dr Renaud ?

Si on fait abstraction des valeurs de la marque qui doivent être un premier argument, il faut surtout parler de l'efficacité des produits, autant en vente qu'en soins cabine, avec des protocoles simples qui restent riches en techniques. La marque continue d'évoluer pour répondre aux attentes des esthéticiennes et de leurs clientes. Ses collaborateurs sont proches de nous, à l'écoute, nous sommes sur le terrain en première ligne avec les clientes et c'est très important pour nous de pouvoir parler librement de nos attentes.

Qu'est-ce qui vous plaît dans les protocoles cabine Dr Renaud ?

J'aime la technicité des protocoles, les massages spécifiques ainsi que les masques professionnels réservés à la cabine.

Qu'est-ce qui plaît à vos clientes chez Dr Renaud ?

Les clientes apprécient comme moi la sensorialité des produits et l'efficacité.

Qu'est-ce que vous pourriez dire à une esthéticienne qui hésiterait à travailler avec Dr Renaud ?

C'est une marque dynamique et facile d'accès, idéale pour fidéliser nos clientes. Les protocoles cabines sont efficaces et à associer à des ventes. Les clientes trouvent rapidement leur produit chouchou 



LA RÉFÉRENCE DE LA RADIOFRÉQUENCE

Indiba Deep Beauty met son expertise depuis 40 ans à la disposition des professionnels de l'esthétique. Indiba est le leader mondial des technologies de radiofréquence monopolaire proionique de 448 kHz unique au monde.

PAR **CAROLINE COHEN**, PRÉSIDENTE DE LA SOCIÉTÉ GAB & CO, DISTRIBUTEUR EXCLUSIF FRANCE D'INDIBA DEEP BEAUTY.

Indiba Deep Beauty est présent dans plus de 70 pays dans les centres de beauté et bien-être les plus prestigieux au monde (Lily of the Valley, La Coquillade, Spa Sisley...). Avec plus de 30 000 appareils vendus sur le marché depuis 1983, notre technologie est la référence mondiale de la radiofréquence monopolaire de 448 kHz pour les professionnels de la beauté et du bien-être.

LA RADIOFRÉQUENCE INDIBA

La radiofréquence Indiba est la seule à avoir la fréquence monopolaire proionique de 448 kHz, ce qui ne génère aucun picotement ou sensation désagréable lors d'un soin. Elle est efficace à l'instant T et surtout à une tenue sur le long terme. La particularité de notre technologie est de pouvoir traiter toutes les parties du corps cheveux compris de manière non invasive et indolore. Aujourd'hui, les hommes et les femmes recherchent un résultat indolore avec de l'efficacité qui tient sur le long terme et nous remplissons toutes ces demandes.

DES SOINS UNIQUES

Que vous soyez esthéticienne dans un petit institut de beauté ou spa praticienne dans un grand centre de bien-être, Indiba apporte à votre clientèle une entière satisfaction avec des soins uniques : des résultats immédiats, indolores, cocooning et tenant sur le long terme pour le visage, le corps et les cheveux. Vous pouvez découvrir les résultats époustoufflants visage, corps et cuir chevelu via le QR Code.

LA PHILOSOPHIE D'INDIBA

Notre philosophie est de proposer la meilleure technologie existante sur le marché sans effets de mode avec un résultat indolore, immédiat et qui dure. Nous sommes également là pour apporter à nos partenaires un service de qualité, de la visibilité et du résultat.

INDIBA PEUT TRAITER...

Pour le visage

- L'anti-âge (les rides),
- les taches,
- le raffermissment,
- le double menton,
- les poches et cernes,
- un état de peau (peau grasse, pores dilatés, peau acnéique, sensible, avec couperose ou rosacé, manque d'hydratation...).

Pour le corps

- Le remodelage (amaigrissement),
- le drainage,
- remonter les fesses,
- remonter la poitrine,
- soulager les douleurs,
- raffermir les bras,
- rajeunir le décolleté,
- aider en post-opératoire pour les œdèmes et le drainage,
- soulager des douleurs dues à l'endométriose ou aux problèmes de transit.

FAIRE LE CHOIX D'INDIBA

Pour résumer, voici pourquoi choisir la technologie Indiba :

- la qualité de la technologie,
- le service après-vente (réactivité, remplacement de la technologie si panne, livraison de consommables sous 48h),
- les formations (technique et vente),
- la rentabilité (chaque machine rapporte au minimum 10 000 €/ mois),
- la fidélisation de votre cliente grâce aux résultats,
- la publicité (avec des influenceurs, dans la presse, le référencement Internet, le site constructeur monde et celui du distributeur français). 



INDIBA®
DEEP BEAUTY FRANCE

Gab & Co^H
- DISTRIBUTION -

Vivez l'expérience Deep Beauty Devenez fan de la beauté

Depuis plus de 35 ans, INDIBA se consacre
à la recherche, au développement et
à l'innovation de technologies destinées
aux traitements esthétiques et bien-être.



Retrouvez-nous sur :
www.gabandcodistribution.fr
www.indibadeepbeautyfrance.fr



Médaille d'or
"Exposition Internationale
des Inventions"
Genève



Médaille d'argent
"Exposition des
Inventions Europe"
Bruxelles



Médaille d'or
"Exposition Internationale
des Inventions"
Madrid



Médaille d'or
"European Awards of
Design Innovation"
Budapest



Médaille d'or
"Prix de la Beauté et de la
Médecine D'Esthétique"
Sofia

**RETROUVEZ-NOUS SUR
LE STAND F10 AU CONGRÈS DE LYON
LE 20 ET 21 NOVEMBRE 2022**



CATALOGUE

Formations

Les Nouvelles Esthétiques

NOVEMBRE

VÉRONIQUE GRASSAUD
2 ET 3
NOVEMBRE
(14 heures)

Le Massage Turbinada : soin minceur brésilien anti-capitons et fermeté

Originaire du Brésil, cette méthode connaît un réel succès outre-Atlantique. Vigoureux, le massage Turbinada est un ensemble de 12 manœuvres et techniques spécifiques à la cellulite. Des mouvements intenses, rapides et répétitifs de pétrissage, palper-rouler, fouillage, percussions, drainage, pompage... plus l'utilisation d'un rouleau de massage et d'une ventouse. L'association du modelage et du drainage de cette méthode donne des résultats immédiats dès la première séance.

GIL AMSALLEM
2 ET 3
NOVEMBRE
(14 heures)

Massage du ventre

Inspiré du Chi Nei Tsang, le massage du ventre s'appuie sur les cinq systèmes majeurs du corps : vasculaire, lymphatique, nerveux, musculaire et énergétique (Chi). Cette formation vous apportera la richesse technique nécessaire pour adapter et réaliser un excellent massage et répondra à vos clientes qui sont en recherche de mieux être.

CHRISTINE MUS
3 ET 4
NOVEMBRE
(14 heures)

Massage traditionnel japonais du visage kobido – niveau 2

Le massage traditionnel japonais du visage Kobido est LE massage incontournable d'aujourd'hui dans le domaine de l'anti-âge et du bien-être. Connue et reconnue au niveau mondial, son efficacité et ses bienfaits sauront séduire votre clientèle à la recherche d'un soin unique. Il vous sera transmis dans le respect de la philosophie du Kobido par l'une des premières élèves directes du grand maître japonais. Il deviendra sans conteste le soin phare de votre carte !

JULIE BINET
7 NOVEMBRE
(7 heures)

Hydra My Skin - Technologie 7 en 1

Ce soin offre une combinaison unique de nettoyage, d'exfoliation, d'extraction, d'hydratation et de protection. Résultat dès la première séance. Ce soin est adapté à tous les types de peau. Chaque problématique, sa solution !

NADEIJE BOURGEOIS
7 NOVEMBRE
(7 heures)

Les fondamentaux du visage

Aujourd'hui, la cliente espère d'un soin visage au minimum un embellissement par un beau coup d'éclat, mieux encore, un rafraîchissement ponctuel, et dans l'idéal, un rajeunissement durable. Comment tendre vers cet objectif idéal tant espéré de toutes nos clientes et si gratifiant pour notre métier ? Grâce à la morphologie et ses repères anatomiques, qui rendent les soins visages précis, puissants et efficaces, pour un résultat tangible, durable et toujours amélioré

NEW

BRICE AVON
7 ET 8
NOVEMBRE
(14 heures)

Trigger Lift

Cette technique de massage du visage, du cou, du décolleté et des épaules est une combinaison des meilleures techniques avec en plus le traitement des triggers points. La prise en charge et le traitement des structures musculaires profondes : les triggers points (points gâchettes) va permettre de détresser les muscles qui sont responsables de l'aspect visible des signes du temps, les rides, le relâchement cutané. Dans les massages anti-âge, les muscles et les triggers points sont les grands oubliés. Ce massage prend en charge la peau et les muscles pour des résultats immédiats et surtout durables.

NADEIJE BOURGEOIS
8 NOVEMBRE
(7 heures)

Les fondamentaux du corps

Comment vous différencier par des massages corporels plus profonds, plus puissants, plus durablement efficaces ? Comment repousser les limites du mieux-être apportées à vos clients ? Grâce à l'alliance, dans votre pratique, des connaissances anatomiques et biologiques et des techniques esthétiques de massage. Cette formation vous en offrira les moyens de façon simple. Elle vous apportera le cadre et les connaissances qui donneront à vos massages corporels une nouvelle dimension. A votre pratique de nouvelles perspectives, et à votre clientèle une addiction durable à vos protocoles !

GIL AMSALLEM
9 ET 10
NOVEMBRE
(14 heures)

Deep Tissue

Le massage appelé DEEP TISSUE est au croisement des techniques musculaires profondes et lentes d'une part et des techniques brèves, intenses et rapides dans les tissus conjonctifs d'autre part. Le «Deep Tissue» est une méthode de travail puissante, les techniques sont axées sur les muscles et les fascias qui les entourent pour les détendre, les étirer, leur redonner de la souplesse et de la vitalité. Le massage Deep Tissue, c'est une séance spécifique, mais c'est aussi l'utilisation de ces techniques de libération musculaire en complément dans autre massage, s'il est utile d'insister sur une zone. Un moyen efficace pour assouplir les muscles et diminuer les points de tensions musculaires et myofasciale !

BRICE AVON
9 ET 10
NOVEMBRE
(14 heures)

Drainage Manuel Esthétique Minceur - Partie 2

Le drainage est une technique utilisée dans une visée esthétique, de beauté et de bien-être. Souvent confondu avec le palpé-roulé pour la minceur, le drainage est un outil subtil et délicat, léger comme une caresse. Surprenant à recevoir et à donner, c'est l'une des techniques manuelles les plus efficaces. L'objectif de cette technique est «d'activer» le système lymphatique, système lent et paresseux par nature, afin d'obtenir des effets incroyables sur le corps : traitement de la rétention d'eau et cellulite aqueuse, déstocker les graisses, favoriser le rajeunissement cellulaire, diminuer le stress, soulager les contractions musculaires... C'est une technique très précise et rigoureuse que toutes les esthéticiennes devraient proposer dans leur carte de soins.

NEW

YUKINO KOBAYASHI
14 ET 15
NOVEMBRE
(14 heures)

Massage énergisant japonais

Massage à l'huile sur tout le corps ! Tonique, profond, décontractant et enfin énergisant. On y retrouve des techniques de Shiatsu, d'Amma et de Seitai. Ce protocole démarre avec le dos d'une façon centrifuge pour détendre et soulager des douleurs au niveau du dos, des épaules et la nuque. Il draine les jambes également. Vous travaillerez sur des zones précises avec des gestes précis. Il améliore la circulation sanguine, lymphatique et énergétique. Certains points d'acupuncture sont également stimulés. Le rythme des mouvements est bien régulier, à la japonaise ! Ce massage apporte une relaxation profonde et apporte un bienfait physique et mental. Idéal pour les personnes stressées !

RUTH INDIATHI
14 ET 15
NOVEMBRE
(14 heures)

Lifting balinais du visage, Muka

Le Muka est une méthode manuelle traditionnelle de relaxation psychocorporelle, un protocole original propre à l'Indonésie. Inspiré par la tradition chinoise et indienne, il vise à harmoniser les réseaux de l'énergie vitale.

NORDINE MEGUELLATI
16 ET 17
NOVEMBRE
(14 heures)

Deep Vedic Dos

Cette création originale entièrement dédiée au bien-être du dos, mêle les bienfaits de trois techniques ayurvédiques ancestrales ; la marmathérapie, le kalari marma massage et le massage abhyanga. Le résultat de ce puissant antistress est un mélange étonnant de sensations, au travers de pressions variées, de grands glissés parfois profonds et autres pétrissages bienfaits.

FRANCK ALEXIS
16 ET 17
NOVEMBRE
(14 heures)

Emotional Massage – Partie 2

L'Emotional Massage est un savant mélange de techniques de massage suédois, de massage coréen et de massage californien. Il est principalement orienté sur le travail de la partie supérieure et inférieure du corps pour répondre aux multiples besoins liés au stress de la vie quotidienne. Derrière la technique, c'est l'intention du praticien qui porte les effets relaxants. L'objectif de L'Emotional Massage est de permettre le lâcher-prise. C'est en prenant conscience qu'il peut lâcher, qu'il peut faire confiance à l'Autre et en expérimentant ce lâcher-prise dans son corps, que le client découvrira sa détente.

MARIANNE LAUR
21 NOVEMBRE
(7 heures)

Épilation au fi

Il s'agit d'une technique d'épilation idéale pour créer une belle forme de sourcil et parfaire la peau du visage en éliminant les plus petits poils sans les casser. Cette méthode naturelle a su rapidement conquérir le cœur des clientes les plus exigeantes. Une technique sûre et tendance qui fidélise à votre clientèle. Une fois acquise vous pouvez également l'appliquer pour parfaire d'autres zones épilées.

NOVEMBRE

**SARAH
POPLIMONT**
21 ET 22
NOVEMBRE
(16 heures)

Massage de la femme enceinte

Spécialisez-vous avec le massage femme enceinte afin d'accompagner vos clientes pendant leur grossesse en leur proposant un massage dédié. Le massage prénatal pratiqué en position latérale combine des étirements, des techniques et des gestes à la fois doux et profonds afin d'apporter un mieux être à la future maman et de soulager ses tensions dès la fin de son 3e mois et jusqu'à son terme.

**MARIANNE
LAUR**
22
NOVEMBRE
(7 heures)

Reconstruction des sourcils au henné végétal

La reconstruction des sourcils au henné végétal permet d'intensifier et complètement redessiner la ligne des sourcils, afin de mettre en valeur le regard de la cliente pour une durée de 2 à 3 semaines. L'application à la fois sur les poils et la peau est idéalement recommandée pour les sourcils clairsemés ou trop clairs, ainsi que pour les clientes ne souhaitant pas à avoir à se maquiller le matin ou réfractaire au maquillage permanent. La reconstruction des sourcils au henné végétal permet à l'esthéticienne de maîtriser une technique en beauté du regard plus douce et respectueuse de la physiologie naturelle de chaque cliente.

**YUKINO
KOBAYASHI**
23 NOVEMBRE
(7 heures)

Massage crânien

Ce massage, aussi surprenant que relaxant, peut aussi compléter très efficacement vos soins et modelages du visage. Il permet de localiser les zones de tensions afin de les libérer efficacement.

NEW

**NATHALIE
LAFFORGUE**
23
NOVEMBRE
(7 heures)

Réflexologie faciale esthétique Initiation

La Réflexologie faciale au cœur de la beauté. Une méthode naturelle qui s'effectue à l'aide d'outils précis et doux pour stimuler la microcirculation du derme et de l'épiderme pour optimiser la nutrition, l'hydratation, la fermeté et favoriser la pénétration des actifs. Ce soin a le pouvoir de travailler sur toutes les zones réflexes du corps et la gestion des émotions.

**YUKINO
KOBAYASHI**
24 NOVEMBRE
(7 heures)

La réflexologie plantaire

Cette technique manuelle de réflexologie plantaire a pour but d'apporter à chaque cliente un soin personnalisé, qui lui procurera un effet anti-fatigue immédiat, une relaxation profonde et un bien-être physique et mental durable.

NEW

**CAROLE
BERGER**
28 ET 29
NOVEMBRE
(14 heures)

Massage sportif / tonique musculaire

Le massage sportif est un massage tonique essentiellement musculaire qui combine les effets de manœuvres drainantes (élimination des toxines) avec des techniques plus profondes grâce à des percussions, étirements, frictions, torsions qui agissent directement sur les fibres musculaires, les ligaments et les tendons pour aérer, détendre, allonger, dégager tensions et toxines.

**FATIMA
BILGEN**
28 ET 29
NOVEMBRE
(14 heures)

Massage Crâne & Visage

Cette formation utilise la quintessence du massage millénaire Tui Na, toujours très utilisé pour les bienfaits qu'il apporte. Ainsi en suivant les méridiens (voies de l'énergie), votre technique sera efficace sur trois plans : Plan psychologique : procure un bien-être évident, durable, calme, apaisant. Plan esthétique : raffermi la peau, illumine le teint. Plan physiologique : aide à éliminer l'excédent (surpoids, rétention, émotions...), et à restaurer l'insuffisance (renforce l'énergie). C'est ainsi que le corps retrouve son équilibre.

**PASCAL
WEIGEL**
30
NOVEMBRE
(7 heures)

Comprendre la minceur autrement pour réussir

Cette formation vous apportera les bases pour analyser et corriger les causes du surpoids et de la cellulite. Si vous ne déterminez pas chez votre cliente l'origine de ses problèmes, vous risquez tout simplement l'échec dans vos soins. Grâce à cette formation, vous saurez adapter vos conseils pour ainsi faire de vos soins une référence d'efficacité !

DÉCEMBRE

**PASCAL
WEIGEL**
1^{ER} DÉCEMBRE
(7 heures)

Minceur & Nutrition

Ce module vous propose de prendre conscience des croyances sur le thème de la nutrition et de pouvoir proposer des conseils simples et respectueux de l'organisme à vos clientes. Donner un conseil avisé n'est pas difficile tant que nous respectons les limites de l'organisme. Apprenez à ne pas sortir de ses limites et accompagnez vos clientes dans un rééquilibrage.

**NADEJE
BOURGEAIS**
5 ET 6
DÉCEMBRE
(14 heures)

Le Gua Sha visage : Soins anti-âge naturel

Outil simple et naturel, en pierre ou en corne principalement, le Gua Sha permet un mouvement de friction propice aux soins anti-âge du visage. Il soulage les tensions, améliore les circulations et enrichit la nutrition des tissus. Une méthode efficace pour rendre éclat et jeunesse au visage et étoffer de manière originale votre carte de soins anti-âge !

**YUKINO
KOBAYASHI**
5 ET 6
DÉCEMBRE
(14 heures)

Lifting 3D Visage

Désormais connu et reconnu internationalement, le Lifting 3D constitue une technique originale de lifting manuel unique au monde, capable de convaincre les plus exigeantes de vos clientes en institut. Le principe du Lifting 3D vient de la synergie de la technique occidentale qui agit sur les muscles et de la technique asiatique qui agit sur la circulation énergétique.

**YUKINO
KOBAYASHI**
7 DÉCEMBRE
(7 heures)

Massage Ovale Parfait

Ce protocole est une méthode de massage qui a pour objectif de lifter l'ovale du visage et d'atténuer le double menton, les sillons nasogéniens et les lignes disgracieuses qui vieillissent le visage et lui donne en permanence un air triste et fatigué. En drainant la moitié inférieure du visage, vous favoriserez la mobilisation légère et rapide des muscles d'expression. Plusieurs muscles d'expression, on le sait, concernent le sourire, en revanche, avec le temps et le stress, ces muscles s'endurcissent et se relâchent.

**CHRISTINE
MUS**
8 ET 9
DÉCEMBRE
(14 heures)

Massage traditionnel japonais du visage kobido – niveau 3

Le massage traditionnel japonais du visage Kobido est LE massage incontournable d'aujourd'hui dans le domaine de l'anti-âge et du bien-être. Connue et reconnue au niveau mondial, son efficacité et ses bienfaits sauront séduire votre clientèle à la recherche d'un soin unique. Il vous sera transmis dans le respect de la philosophie du Kobido par l'une des premières élèves directes du grand maître japonais. Il deviendra sans conteste le soin phare de votre carte !

**LETITIA
GHERHES**
12
DÉCEMBRE
(7 heures)

Cancer et soins esthétiques Enjeux et pratiques

Les soins esthétiques prennent une dimension incontournable dans la réhabilitation de l'image de soi et du schéma corporel pendant et après le « parcours cancer ». Cette formation vous présentera les différents soins esthétiques spécifiques à proposer aux personnes en traitement ou après un cancer.

**CHRISTINE
MUS**
12 ET 13
DÉCEMBRE
(14 heures)

Massage traditionnel japonais du visage kobido – niveau 1

Le massage traditionnel japonais du visage Kobido est LE massage incontournable d'aujourd'hui dans le domaine de l'anti-âge et du bien-être. Connue et reconnue au niveau mondial, son efficacité et ses bienfaits sauront séduire votre clientèle à la recherche d'un soin unique. Il vous sera transmis dans le respect de la philosophie du Kobido par l'une des premières élèves directes du grand maître japonais. Il deviendra sans conteste le soin phare de votre carte !

**GIL
AMSALLEM**
13 ET 14
DÉCEMBRE
(14 heures)

Le D.R.E.A.M. Massage® : drainant, relaxant, énergisant, amincissant, modelant

Ce massage est le plus complet des massages car il associe les techniques des massages traditionnels asiatiques et les techniques occidentales. Le D.R.E.A.M. Massage® apporte aux praticiennes un savoir-faire manuel efficace, un massage polyvalent, aux effets à la fois relaxant et énergisant, avec comme lien, la dynamique des flux sanguins et lymphatiques et la levée des tensions musculaires. La praticienne personnalise son massage, l'adapte et l'oriente selon les objectifs à atteindre. Ce programme est conçu pour les professionnels en recherche de savoir-faire manuel applicable rapidement et avec efficacité.

**POUR OBTENIR PLUS
D'INFORMATIONS,
VISITEZ NOTRE SITE**

<https://www.nouvelles-esthetiques.com/formations>



WORKSHOPS
ÉDITION LYON
ESTHÉTIQUE & SPA

BEAUTÉ
SÉLECTION
{ LYON }

LYON EUREXPO | 20 & 21 NOV. 2022
LE SALON NATIONAL DE LA BEAUTÉ GLOBALE

   [beuteselection.com](https://www.beuteselection.com)

spa
BEAUTE

Les Workshops Esthétique & Spa sont organisés en partenariat
avec Spa de Beauté et Les Nouvelles Esthétiques

les nouvelles
esthétiques

Parce que la vie professionnelle bouge énormément chaque mois, restez informée de son évolution

Régénération cellulaire

Des scientifiques israélien viennent de mettre au point les premiers embryons synthétiques créés à partir de cellules souches à atteindre le stade de la croissance d'organes. Une première !

Ces entités créées sans fécondation (ex utero) pourront servir à terme comme source de tissu et de cellules pour des greffes.

Parmi les acteurs majeurs du secteur de la régénération cellulaire, le Français Cellprothera, basé à Mulhouse, propose une solution médicale permettant de régénérer des organes dont les tissus du cœur endommagés par un infarctus.

Dans le cadre d'un essai clinique actuellement en cours en France et UK, les cellules souches présentes dans le sang sont extraites, démultipliées dans un automate, puis injectées dans la zone endommagée du cœur. Cette solution pourra potentiellement à terme régénérer d'autre tissu ou organe au moyen d'une simple prise de sang.

Ainsi, partout à travers le globe, la recherche s'accélère sur la régénération cellulaire.

www.cellprothera.com

AUORE VANTAL
CO FONDATRICE
D'ESTHÉTICIENNE PERFORMANTE

NELLY COLOMERA
CO FONDATRICE
D'ESTHÉTICIENNE PERFORMANTE



Les webinaires d'Esthéticienne Performante

Esthéticienne Performante, fondée par Nelly Colomera et Aurore Vantal, a une nouvelle fois organisé 3 webinaires, les 15, 19 et 22 septembre.

Les esthéticiennes y ont découvert les clés du succès.

Au cours de cette trilogie de webconférences, elles ont découvert les 3 erreurs à éviter pour faire décoller leur activité ainsi que des méthodes simples pour remplir leur planning, fidéliser leurs clientes, faire décoller leur chiffre d'affaires ou réussir à se verser un salaire.

Désormais, les esthéticiennes qui ont suivi ces 3 webinaires réussiront à s'organiser pour avoir une activité régulière, éviter la pression des gros trous dans le planning et enfin pouvoir prendre le salaire qu'elles méritent chaque mois à date fixe...

Elles sauront comment avoir plus de rendez-vous et un agenda plein sur plusieurs semaines à l'avance (attirer les bonnes clientes, les fidéliser...).

Elles sauront comment éviter le burn out avec l'élément indispensable (et contre intuitif) pour réussir à avoir plus de temps pour elles tout en augmentant leur chiffre d'affaires (oui, c'est possible)...

Esthéticienne Performante
email : equipe@estheticienneperformante.fr

Les projets de Blancrème

Blancrème aujourd'hui est une entreprise portée par la rencontre de deux hommes aux profils di férents mais partageant les mêmes convictions et la même vision. Une «association de bienfaiteurs» si l'on peut dire, au service d'une beauté sourcée, accessible, décomplexée et engagée.

Le premier, Nicolas Guibert, est le Fondateur et Président de Blancrème. En à peine 10 ans, il porte très haut les fondamentaux de la marque. Le second, Christophe Delorme, vient de le rejoindre au poste de Directeur Général Associé, après avoir travaillé dans de belles maisons françaises, mais aussi des grands groupes comme Shiseido.

À eux deux, soutenus par une équipe soudée de 15 personnes et des investisseurs aussi engagés qu'eux, soucieux de soutenir des projets à impact, ils comptent bien faire de Blancrème dans les

années qui viennent une entreprise à mission encore plus exemplaire.

Après avoir cassé les normes en créant une marque de cosmétiques française vitaminée et sensuelle, aux antipodes des codes froids et cliniques d'autres références du secteur, Blancrème compte à présent s'émanciper encore plus. «L'épicerie fine de la cosmétique» entend devenir à terme une «beauty farm» normande, avec un ancrage fort, et qui rayonne au-delà des frontières.

M Métavers dédié au soin de la peau

Eau Thermale Avène dévoile aux dermatologues du monde entier sa première expérience dermo-pédagogique dans les métavers.

À l'occasion du Congrès de l'EADV, qui s'est déroulé à Milan en septembre, les dermatologues ont pu découvrir Aveneland, un univers pédagogique dans le métavers dédié au soin de la peau, créé par la marque Eau Thermale Avène.

Disponible depuis juillet 2022, sur la plateforme Roblox, cet espace de découverte positive et de partage safe a pour objectif de sensibiliser les plus jeunes sur l'intérêt des gestes dermatologiques simples du quotidien.

Cette initiative s'inscrit parfaitement dans le thème de cette 31^{ème} édition de l'EADV : "Designing the future of Dermatology and Venereology".

"Comment sensibiliser les plus jeunes, les aider à comprendre leur peau ? La marque Eau Thermale Avène, leader des soins dermo-cosmétiques en France et mondialement reconnue, a choisi d'accompagner et soutenir les dermatologues à travers une expérience digitale unique et originale pour mieux sensibiliser les jeunes à davantage prendre soin de leur peau. À travers Aveneland, les mécanismes complexes de la peau sont abordés de manière simple et progressive afin de libérer la parole sur les problèmes de peau" écrit Ariadna Ortiz-Brugués, dermatologue, directrice médicale Eau Thermale Avène.

MISSION N°1 L'ÉDUCATION SOLAIRE

Face au soleil : alors que la récente étude SAFE (Sunscreen Assessment Family Experience) confirme que l'importance de la photoprotection n'est pas toujours bien comprise, elle révèle aussi une surprise de taille : les jeunes sont plus «sérieux» que leurs parents dans le recours à la crème solaire ! Le fait qu'un enfant sur deux exprime le souhait d'appliquer sa crème par lui-même et que 2/3 semblent avoir compris l'importance de ce geste donne espoir quant à la prise de conscience des nouvelles générations sur l'importance de se protéger du soleil. C'est donc avec ce thème fort qu'Eau Thermale Avène prend position en tant que pionnier sur le métavers dermo-éducatif.

MISSION 2 : L'ACNÉ

L'acné est le sujet clé qui a enrichi l'expérience sur Aveneland en sep-

tembre. Presque 50 % des adolescents de moins de 20 ans sont concernés et cette préoccupation impacte la qualité de vie de plus de 8 acnéiques sur 10, en induisant une gêne dans leur vie sociale. Pour se libérer de l'acné, les jeunes vont pouvoir mener une quête dans la nature sauvage de la station thermale Avène en rencontrant les experts de la marque qui leur apprendra l'importance d'observer une routine de soins simple et efficace.

«Le métavers offre de nombreuses perspectives pour tenter de mieux sensibiliser les jeunes et les aider à vivre positivement leur peau. Tout ce

qui touche à notre pédagogie dermatologique a vocation à s'incarner dans les métavers. Les bonnes pratiques déjà en usage dans les ateliers mis en place à la station thermale Avène pourront être transposées dans Aveneland et inversement, les expériences développées dans Aveneland pourront servir d'outils pédagogiques pour les adolescents en cure à la station thermale. On travaille avec beaucoup d'humilité pour créer du lien avec la Gen Z et les impliquer dans ce que la marque veut leur apporter : la confiance d'une peau saine» écrit Anne-Laure Nguyen Huy Lai, directrice générale Eau Thermale Avène.

Le succès de La Barbe de Papa

La Barbe de Papa propose une nouvelle approche de la beauté masculine. Des salons bien pensés et bien décorés, des emplacements premium, des professionnels aux petits soins, des produits français de qualité... En un mot, comme le barbier des films d'antan, mais en version colorisée

La force de La Barbe de Papa, c'est de coller au plus près des attentes des hommes modernes dont la vision de la masculinité évolue jour après jour pour être plus décomplexée, plus simple et plus chaleureuse à la fois. Parmi les services récemment créés : manucure, soins du visage, cabine de massage, etc.

LES ÉLÉMENTS CLÉS DES FRANCHISÉS

La Barbe de Papa révolutionne l'univers des centres commerciaux en créant des espaces cosy, classe et branchés. En 5 ans, la marque s'est positionnée en tant que numéro 1 en implantation dans la coiffure.

La Barbe de Papa a choisi les hommes ! Il était donc évident de créer des espaces qui leurs ressemblent. La couleur marron pour l'excellence et la douceur, le noir pour l'élégance et la simplicité. Le mobilier est réalisé sur-



mesure dans un atelier d'ébénistes du sud de la France.

- Nombre de salons : 100 partout en France
- Formation 4 jours
- Superficie minimum : 50 m²
- Investissement global : 120 000 €
- Droits d'entrée : 8 500 €
- Apport personnel : 30 000 €
- Redevance 3 %
- CA réalisable après 2 ans : 300 000 €.

M

PARIS

Madérothérapie et drainage lymphatique

Madera Paris est un institut de massage spécialiste du soin sculptant et raffermissant, dans le respect du corps et la bienveillance du geste. Fondée par une mère et ses deux filles, franco-colombiennes, cette nouvelle ad esse cosy à l'esprit boudoir propose un soin signature qui allie drainage lymphatique et madérothérapie. L'association judicieuse de ces deux techniques a pour objectif de remodeler le corps, casser les amas graisseux, éliminer les toxines et stimuler le système lymphatique.

LE DRAINAGE LYMPHATIQUE

Le drainage lymphatique est un massage qui consiste à dégorger les tissus en délogant les fluides stockés et en les dirigeant vers les ganglions lymphatiques. Ces derniers sont les citernes naturelles du corps à travers lesquelles se fait l'élimination des toxines. L'action de pompage stimule les ganglions et favorise l'expulsion des liquides.

Cette technique a de nombreux bienfaits esthétiques mais aussi pour la santé générale :

- antioxydant efficace et naturel,
- stimule le système immunitaire et le métabolisme,
- améliore la circulation sanguine,
- accélère la récupération post-op,
- réduit les ballonnements et la rétention d'eau,
- améliore la condition digestive et les déséquilibres hormonaux.



Ce massage est idéal avant la phase de madérothérapie : les cellules graisseuses étant chauffées, la deuxième partie du soin ne sera pas douloureuse.

LA MADÉROTHÉRAPIE

Originaire de Colombie, la madérothérapie est une technique de massage à l'aide de différents instruments en bois conçus pour sculpter le corps, chaque instrument ayant sa fonction. Leur utilisation permet de casser les amas graisseux, réduire la cellulite et harmoniser la silhouette.

Cette technique ancestrale et très efficace apporte de nombreux bienfaits au corps :

- anti-cellulite efficace et naturel,
- raffermissant cutané,
- réducteur de graisse localisée,
- stimule la production de collagène,
- améliore la circulation sanguine,
- rééquilibre les flux énergétiques,
- procure une détente profonde.

www.madera-paris.fr



LA CARTE DES SOINS

- **Soin signature une zone : 1h : 120 €.** Il permet de travailler la cellulite, la culotte de cheval, les jambes, et aussi ventre. Ce soin apporte légèreté et fermeté.
- **Soin signature full body : 1h45 : 220 €.** Ce soin aide à régénérer les cellules, drainer, raffermer et détoxifier le corps.
- **Soin visage - lifting relaxant : 45 min : 80 €.** Il permet de dégorger le visage des eaux et toxines, il dégonfle et affine l'ovale du visage. Raffermissant et revigorant, il offre un teint éclatant et libère le regard des signes de fatigue.
- **Gommage full body : 30 min : 55 €.** Gommage au marc de café et aux huiles essentielles.
- **Cours de Pilates privé : 50 min : 75 €.**

PARIS

Accompagnement en hypnose

Lazen est un nouveau lieu dédié à l'amincissement holistique et à l'épilation définitive sans douleur.

Lazen propose les meilleures technologies avec un accompagnement personnalisé, les séances se déroulent avec un accompagnement en hypnose

ce qui est très innovant. Parmi les sujets traités : perte de poids, périménopause + ménopause, gestion du stress...

LASER DIODE

ALPHALINE, la première et seule solution qui permet aux centres esthétiques de pratiquer l'épilation laser.

ALPHALINE c'est :

- Plus de **chiffre d'affaires**
- Un meilleur **retour sur investissement**
- Une rentabilité **plus importante**
- **Plus de sécurité** qu'une IPL
- **Plus de résultats** qu'une IPL

ALPHALINE, les chiffres de septembre :

- **10 %** des centres ALPHALINE ont vendu **moins de 10 zones**
- **75 %** des centres ALPHALINE ont vendu **entre 10 à 40 zones**
- **15 %** des centres ALPHALINE ont vendu **plus de 40 zones**

ALPHALINE, un service complet :

- **18 ans** d'expertise
- **1 formation** dans un centre agréé **QUALIOPI**
- **5 ans** d'extension de **garantie**
- **1 entretien** tous les ans
- **1 assurance RC Pro spécifique** Laser DIODE
- **6 techniciens** par région pour un **SAV réactif**
- **1 système de télé-médecine spécifique** Laser DIODE
- **21 études cliniques**
- **1 appareil 100 % made in Israël**



CE MÉDICAL 93/42/CEE



■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

*Pour en savoir plus,
scannez-moi !*



Keros
TECHNOLOGY
www.keros-technology.fr

04 74 24 83 58

TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR SUR LE DÉTATOUAGE

Il se peut qu'au cours de sa vie, votre cliente regrette un tatouage fait dans sa jeunesse ou bien un microblading raté... Aujourd'hui, les techniques de détatouage ont considérablement évolué. Du laser au détatouage aux acides, faisons le point.

PAR DORIANE FRÈRE

Explications avec le Docteur Jordan Gendre, directeur médical de Ray Studios, premier centre dédié au détatouage en France

PRINCIPES DU DÉTATOUAGE AU LASER

L'acte de détatouage au laser est un acte uniquement médical, comme l'explique le Docteur Jordan Gendre : «Nous utilisons des lasers pigmentaires, dits picolasers. Ce sont des lasers de dernière génération, uniquement dédiés au détatouage. Ceux-ci vont être différents des lasers utilisés en dépilation ou vasculaires. Par rapport au nanolaser, laser d'ancienne génération, le picolaser permet un effacement du tatouage plus rapide avec un nombre de séances moindre. Notre but, en fonction de la couleur du tatouage, est de retracer point par point l'ensemble du tatouage, tout en envoyant différents faisceaux d'ondes pour éclater les billes d'encre».

L'acte de détatouage n'abîme pas la peau, comme l'ex-

plique le Dr. Jordan Gendre : «L'intérêt de cette technique est de ne pas altérer la peau. Les lasers que l'on utilise s'attaquent uniquement à l'encre. Plusieurs séances sont nécessaires afin de pouvoir éclater 100 % des billes d'encre. À la première séance, ce sont les billes en surface qui sont éclatées et, progressivement, avec les séances suivantes, nous allons éclater les billes qui sont plus en profondeur».

LA PRISE EN CHARGE

Le Dr Jordan Gendre explique la prise en charge des patients au sein du centre Ray Studios : «La première séance est un échange avec le patient sur la vie de son tatouage. Nous allons également lui expliquer le principe du traitement, puis mesurer son tatouage afin d'évaluer le nombre de séances nécessaires et d'annoncer le prix au patient. Notre site Internet détaille bien les tarifs pour chaque type de tatouage. Le prix de base, pour une séance, pour un petit tatouage inférieur à 5 cm², est de 99€».

Définition du nombre de séances

Le phototype

Le nombre de séances nécessaires pour faire entièrement disparaître un tatouage est défini selon plusieurs critères, comme l'explique le Dr Gendre : «Le premier facteur qui influe est le phototype. Plus le phototype est clair, moins nous aurons besoin de séances. Le faisceau laser agit sur la mélanine et, plus

elle est présente en grande quantité dans la peau, plus le risque de brûlure est accru. De ce fait, les paramètres du laser doivent être plus faibles et le nombre de séances sera donc plus élevé».



Détatouage avec laser.

La localisation

Le second facteur est la localisation du tatouage. Celui-ci disparaîtra plus ou moins rapidement en fonction de la zone. Le Dr Gendre explique comment le laser agit sur le pigment : «Le laser fragmente les billes d'encre en fines particules qui vont être digérées par les macrophages contenus dans la peau. Ces derniers vont ensuite rejoindre le réseau lymphatique au niveau des ganglions pour éliminer ces particules naturellement. En fonction de la localisation du tatouage, le réseau lymphatique est plus ou moins dense. Plus le réseau lymphatique est important, mieux les particules seront évacuées. Le tatouage s'efface donc plus vite lorsqu'il est situé au niveau de la tête, du cou et du tronc. Cela part un peu moins vite plus on s'approche des extrémités».

La couleur de l'encre

Troisième paramètre et non des moindres, la couleur est à prendre en compte dans le cadre d'un détatouage. Certaines couleurs ne peuvent pas s'effacer. «Le noir est la couleur qui s'efface le plus facilement. Plus il y a de couleurs, moins ce sera facile à effacer. Certaines couleurs sont impossibles à retirer, comme les couleurs très pâles et surtout le blanc. Les longueurs d'ondes sont utilisées en fonction de la couleur du tatouage. Le blanc n'est pas une couleur, c'est le prisme de toutes les couleurs. De ce fait, le laser ne fonctionne pas» décrit le docteur.

Les couches d'encre, l'état de la peau

«Si on a plusieurs couches d'encre, que plusieurs tatouages ont été réalisés au même endroit, autrement appelé un cover, le tatouage sera plus difficile à effacer. L'état de la peau est également important. Si un tatouage a été réalisé sur une cicatrice, le détatouage sera plus long, étant donné l'état fragilisé de la peau» conclut le Dr Jordan Gendre.

LES ESTHÉTICIENNES ET LE DÉTATOUAGE

Mise en garde sur l'utilisation de l'acide lactique

Certaines esthéticiennes peuvent être amenées à utiliser de l'acide lactique pour des actes de détatouage, ce dont elles ont le droit. Néanmoins, le Dr Gendre le déconseille car cela entraîne des lésions cutanées importantes : «Nous avons un certain nombre de patients qui viennent nous voir suite à un détatouage à l'acide lactique, dont le résultat n'est pas satisfaisant. En effet, l'utilisation de l'acide lactique entraîne des

séquelles irréversibles comme des cicatrices, des malformations au niveau de la peau et des «tatouages mosaïques», tatouages partiellement effacés. Se retrouver avec des cicatrices sur des parties visibles du corps comme les avant-bras peut être difficile psychologiquement pour les patients». Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le rapport de décembre 2021 du HCSP, recommandant de ne pas utiliser cette technique : <https://www.hcsp.fr/explore.cgi/avisrapportsdomaine?clefr=970>

La pratique du laser

L'acide lactique n'étant pas la meilleure alternative pour effacer un tatouage, sachez que vous pouvez détatouer au laser, sous certaines conditions. «Les esthéticiennes peuvent pratiquer le détatouage, sous couvert d'un médecin, tout comme pour l'épilation au laser. Les assistantes esthétiques sont bien souvent des esthéticiennes qui ont suivi des formations d'assistante médicale. Il faut retenir qu'un médecin doit être présent sur place» explique le Dr Gendre.

QUI SE FAIT DÉTATOUER ET POURQUOI ?

Le détatouage est essentiellement une affaire de femme, comme l'explique le Dr Jordan Gendre. «Notre clientèle est majoritairement féminine. 20 % de nos prestations sont effectuées dans le cadre du maquillage permanent.»

Des raisons diverses

Étonnamment, la moyenne d'âge des personnes qui se font détatouer pour un tatouage à motif, chez Ray Studios, est jeune, 32 ans. Plusieurs raisons poussent les patients à sauter le pas. «On retrouve le retrait d'un tatouage qui n'a plus de sens pour le patient : une date ou un prénom. Vient également le retrait d'un tatouage démodé. En effet, de plus en plus de personnes se font tatouer sur un coup de tête et finissent par le regretter. Aussi, certains tatouages qui étaient à la mode il y a quelques années et qui ne le sont plus peuvent amener le patient à vouloir le retirer. Certains tatouages changent avec le temps. Ils peuvent s'effacer, les traits baver ou bien la couleur peut s'estomper. Le tatouage n'est plus très esthétique, le patient souhaite donc le retirer. Enfin, certains patients sont amenés à regretter leur tatouage très rapidement, ils ne le supportent pas et souhaitent le retirer» explique le Dr Jordan Gendre.



Détatouage avec laser.

QUE PEUT-ON ESPÉRER EN TERMES DE RÉSULTATS ?

Longtemps, nous avons pensé que le détatouage ne pouvait offrir que des résultats imparfaits. Aujourd'hui, le détatouage au laser se veut efficace, à condition de remplir les conditions nécessaires.

«Il est possible d'avoir un résultat parfait. Le but est de faire peau neuve. En revanche, nous prévenons toujours nos patients que cela demande du temps et un certain investissement.»

LE TATOUAGE EST-IL MAUVAIS POUR LA PEAU ?

C'est LA question que tout le monde se pose quand il s'agit de tatouage : est-ce néfaste ? Le Docteur Gendre a répondu : «La population de tatoués est grandissante. C'est un véritable effet de mode, d'autant plus que l'on sait qu'il est possible de retirer un tatouage facilement. Ce n'est plus l'acte irréversible que l'on avait avant. On ne peut pas dire que le tatouage soit mauvais pour la peau. Depuis le 1^{er} janvier 2022, une nouvelle réglementation européenne a été mise en place. Cette dernière impose aux tatoueurs et esthéticiennes en Europe d'utiliser une encre avec une composition qui est réglementée. Avant, n'importe quel type d'encre pouvait être utilisée, la composition n'était donc pas toujours bonne. Certaines pouvaient contenir des perturbateurs endocriniens, qui pouvaient provoquer des réactions allergiques. A l'heure actuelle, les recherches scientifiques n'ont pas mis en cause les encres de tatouage dans les cancers de la peau».

●●● Le cas du cover

Moins connu sous cette forme, le détatouage peut aussi être réalisé dans le cadre d'un cover, le recouvrement d'un ancien tatouage par un autre tatouage. Pour rendre ce cover plus facile, le patient peut recourir à un détatouage pour que le nouveau tatouage soit plus facilement tatoué. «Dans ce cas, on estompe l'ancien tatouage avec quelques séances de laser. Cela est très pratiqué dans l'émission Tattoo Cover, diffusée sur TFX. C'est un véritable travail de collaboration avec les tatoueurs, mais aussi les centres esthétiques. En effet, cela est valable aussi pour les patients qui veulent par la suite refaire un microblading par-dessus un ancien, par exemple» explique le docteur.

QUE PEUT-ON DÉTATOUER ?

Les raisons qui entraînent les patients à pousser la porte des centres de détatouage sont diverses selon le Docteur Gendre. «Le détatouage s'adresse aussi bien aux personnes qui portent un tatouage à motif, qu'aux personnes qui portent du maquillage permanent.»

Évidemment, la demande de détatouage est davantage formulée pour les tatouages à motifs. «Cela représente 80 % de nos prestations. C'est la partie la plus importante de notre activité. Chez Ray Studios, au niveau des prestations, 20 % sont représentées par le retrait de maquillage permanent, de dermopigmentation. Le sourcil est la partie la plus traitée en maquillage permanent, à hauteur de 15 %. On peut agir également sur les fausses taches de rousseur et la dermopigmentation du cuir chevelu» détaille Jordan Gendre.

QUELLES CONSÉQUENCES SUR LA PEAU ?

«Le détatouage permet de revenir à une peau tout à fait normale. La séance de laser, tout comme pour le tatouage, peut provoquer de petites réactions cutanées comme des petites croûtes et des petits saignements. C'est pour cette raison, qu'après chaque séance, nous demandons au patient d'appliquer une crème hydratante et cicatrisante. Aussi, nous lui demandons, pendant la durée des séances de détatouage, de limiter l'exposition au soleil ou privilégier l'utilisation régulière de crème solaire SPF50. Sinon, par manque de soin, le patient peut s'exposer à un trouble pigmentaire sur la zone comme de l'hypo ou de l'hyperpigmentation. Ces éventuelles complications restent toutefois transitoires. La peau sera comme avant» explique le Docteur Gendre.

ET CÔTÉ DOULEUR ?

La douleur est prise en compte lors des séances de détatouage. «Ce n'est pas plus douloureux qu'un tatouage. Il y a une sensation de picotement et de chaleur. On utilise une pommade anesthésiante, appliquée une à deux heures avant la séance. Pendant toute la durée de cette dernière, nous utilisons la cryothérapie. Pour ce faire, nous propulsons de l'air froid via un petit tuyau sur la zone, en continu, afin d'anesthésier les tissus. Nous utilisons également une technique d'ondes de choc acoustiques après la séance, c'est indolore, nous passons sur la zone un appareil qui permet de diminuer la réponse inflammatoire du laser» rassure le docteur. ●●●



Développez votre projet avec le leader du marché

Jacuzzi® est une marque déposée de Jacuzzi Inc. qui fabrique les meilleurs spas et spas de nage au monde. Nous dominons le marché en tant que marque reconnue. Nous rejoindre, c'est investir dans une marque emblématique. Jacuzzi incarne la qualité et la performance à tous les niveaux.

Nous vous garantissons une prise en main complète de votre projet et un accompagnement professionnel dans sa mise en œuvre. Jacuzzi propose des équipements uniques développés pour la satisfaction de votre clientèle. Contactez-nous à pro@jacuzzi.fr ou visitez jacuzzi.fr



Explications avec Anna Ferrario, esthéticienne spécialiste en pigmentation esthétique et correctrice, CEO d'Anna Dermo

LE RECOUVREMENT TRADITIONNEL

- Si votre cliente a effectué un eye-liner ou bien un microblading raté, vous pouvez opter pour le recouvrement traditionnel, comme l'explique Florence Ferrario, esthéticienne : «L'acte de recouvrement traditionnel se fait à l'aide de pigments couleur peau. Cela sous-entend que l'esthéticienne repigmente par la suite la zone. Cela peut se faire afin d'obtenir des sourcils, une bouche ou un eye-liner plus harmonieux. Cette solution nécessite que l'on repasse sur la zone. Cela fonctionne bien. Les tarifs dépendent des techniciennes et des régions. Je suis personnellement à 80-90 euros plus cher que ma technique de base».

LE DÉTATOUAGE AUX ACIDES

Les acides lactique, glycolique et alcalin sont employés dans le cadre de cette technique, couramment utilisée par les esthéticiennes, comme l'explique Florence Ferrario : «Grâce au dermographe, nous allons injecter dans le derme un produit qui s'apparente à du lait ou de l'eau. Pour ce faire, nous allons effectuer des points ou des ronds dans la zone que l'on souhaite faire disparaître. L'acide va capter le pigment comme un aimant afin de le ramener vers la sortie, contrairement au laser qui laisse du pigment dans l'organisme. Il y a une action de rejet du pigment grâce aux acides. À priori, nous pouvons utiliser les acides sur toutes les zones dont les yeux. Cette technique paraît peu adaptée pour détatouer les tatouages artistiques corporels. En effet, la peau du corps est plus épaisse que celle du visage. En termes de tarifs, nous sommes en général aux alentours des 100 euros pour une séance. Le nombre de séance dépend de la taille de la zone à détatouer».

Toutefois, la spécialiste met en garde sur l'invasivité de la technique : «C'est une technique assez agressive. J'ai moi-même été détatouée et formée à cette technique. Cela reste socialement une contrainte. Les croûtes sont assez importantes».

L'encadrement du détatouage aux acides

C'est un acte qui n'est pour l'instant pas légiféré, comme le regrette Florence Ferrario : «Aucune législation n'existe à ce jour, bien que pléthore de formations soient proposées. Beaucoup de personnes ont envie de se faire détatouer sans passer par le laser qui est assez onéreux, ce qui pousse bien du monde à proposer cette technique. L'ARS Rhône-Alpes aurait déjà statué plus ou moins, classant la prestation du détatouage aux acides comme un acte médical. Cela est donc interdit en région Rhône-Alpes. Théoriquement, les esthéticiennes qui pratiquent le détatouage aux acides, tout comme le maquillage permanent, doivent avoir suivi la formation Hygiène et Salubrité. Il y a en effet effraction cutanée puisque l'on retire le pigment. Cela se réfère à la réglementation de 2008 qui légifère le tatouage, le piercing et le maquillage permanent. Beaucoup l'ignorent et se font former au détatouage sans la formation Hygiène et Salubrité. Il faudrait que cela soit légiféré par un diplôme ou un programme d'État. Certaines personnes peuvent pratiquer un acte de détatouage aux acides sans pour autant faire du maquillage permanent comme les infirmières».

L'EFFACEUR DE STYLIDERM UTILISÉ ET RECOMMANDÉ PAR BIOTIC PHOCEA

Un produit tout à fait novateur «L'Effaceur», lancé début 2018 en partenariat avec Styliderm, est utilisé durant ce protocole de détatouage. Il s'agit d'un gel-crème, sans acide, qui efface, estompe et gomme les traces de maquillage permanent sur le visage. Il peut être appliqué sur toutes les zones du visage : sourcils, lèvres et en périphérie des yeux, sur les eye-liners diffus par exemple. Les retours sont tous très positifs pour les petites zones. Il permet ainsi d'effacer le premier tatouage et de retatouer par-dessus.



Photos Biotic Phoecea.



Détatouage avec L'Effaceur de Styliderm.

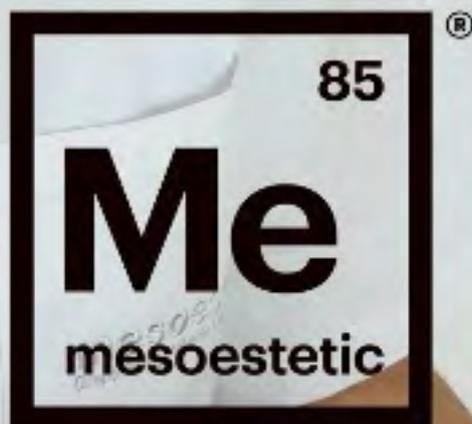
Fonctionnement

Ce gel crème est destiné, par effraction cutanée, à s'introduire dans les couches superficielles de la peau afin d'en attirer les colorants à l'aide d'un dermographe électrique. Le gel crème attire les particules de pigment afin de les attirer vers l'extérieur. Les premiers résultats sont visibles immédiatement. Une croûte se forme. Il faut la laisser sécher et tomber naturellement, compter 7 à 10 jours.

Résultats

Il faut une à plusieurs séances suivant la nature du pigment et la profondeur d'implantation. En effet, un pigment minéral disparaîtra plus rapidement et de manière plus homogène qu'un pigment organique. Le principe de «L'Effaceur» est d'attirer les oxydes de fer pour faire remonter le pigment

en surface. Or, les pigments organiques n'en contiennent pas ou peu, ce qui diminue leur capacité à s'attirer au produit. Depuis que la nouvelle réglementation REACH a interdit une quarantaine de pigments organiques dans les encres de tatouage, les encres organiques sont de moins en moins utilisées. Il est primordial d'être formé à cette technique avec ce produit, durant la formation Ultimate Correction au centre de formation Biotic Phoecea. 



mesopeel®

Gamme de peelings brevetée permettant de s'adapter à chaque type de peau et traiter diverses préoccupations.



Corpoderm
Healthcare & Beauty

6 Rue de Soyuz, ZA de Montredon
31240 L'Union

Tel. 05 62 89 16 76
contact@corpoderm.com

www.corpoderm.com



corpoderm

LA PRISE EN CHARGE DE LA MÉNOPAUSE IN ET OUT

Les symptômes sont connus mais les solutions esthétiques ne sont que rarement proposées. Et pourtant, des millions de femmes sont touchées par la ménopause sans trouver le bon interlocuteur pour les accompagner.

Vous avez donc un rôle à jouer dans cette prise en charge !

PAR **CÉCILE MICHEL**, ESTHÉTICIENNE, FORMATRICE, GAGNANTE DU CONCOURS DE L'ESTHÉTICIENNE DE DEMAIN 2018, AMBASSADRICE LES NOUVELLES ESTHÉTIQUES, PRÉSIDENTE CNAIB RHÔNE-LOIRE, PRÉSIDENTE DU MEF.

Savez-vous que cinq ans après la ménopause avérée, la production de sébum est interrompue et que celui-ci est essentiel pour limiter le PIE (Perte Insensible en Eau) et maintenir une bonne immunité à la peau ? Vous comprenez bien par cet exemple que des connaissances sont essentielles : la peau, son fonctionnement, ses carences, ses dysfonctionnements, l'accélération du vieillissement, l'affaiblissement cutané mais aussi les actifs, les techniques manuelles ou technologiques adaptés à cet état de peau/de vie.

OÙ EN ÊTES-VOUS DE VOS CONNAISSANCES ?

Pour élaborer un protocole cohérent et efficace à vos clientes, vous devez vous appuyer sur vos connaissances. Pour proposer les bonnes synergies et utiliser au mieux vos soins, cosmétiques, technologies, vous devez connaître cet état de peau. Par exemple, faire de la radiofréquence pour raffermir n'est pas la bonne solution sur une peau amincie et affaiblie par la ménopause, il faut avant tout

lui donner les moyens de répondre à la radiofréquence qui viendra en second temps. La radiofréquence chauffe le derme afin de créer une néocollagénèse, il faut donc une peau avec un pourcentage hydrique conséquent dans les différentes couches et des fibroblastes en forme ! Comment ? Pourquoi ? Avec quels outils ? Cet exemple vous permet de comprendre d'autant plus, la nécessité de connaître cet état de peau.

CLASSIFICATION DU VIEILLISSEMENT CUTANÉ

Le vieillissement cutané est le résultat de facteurs multiples dont les facteurs génétiques (intrinsèques) et les facteurs extérieurs (extrinsèques) :

- le vieillissement intrinsèque, génétique, programmé, étroitement lié aux fluctuations hormonales,
- le vieillissement extrinsèque, exogène, non génétique comme le soleil, la mauvaise alimentation, les mauvais traitements de peau, les médicaments, le stress, les maladies, le tabac, l'alcool, le sommeil perturbé, la pollution.



Photo : oneinchpunch.

Les signes visibles du vieillissement sont entre autres les rides, le relâchement, les désordres pigmentaires, vasculaires et l'atrophie. Les facteurs environnementaux représentent environ 70 % du vieillissement (et oui). Ils s'ajoutent tel un mille-feuille aux facteurs intrinsèques. Une bonne nouvelle (parce qu'il y en a), certains sont réversibles.

ET LA MÉNOPAUSE DANS TOUT ÇA ?

La ménopause est un processus biologique naturel qui se produit chez les femmes d'un certain âge et qui impacte la structure, la fonction et l'apparence de la peau dues à une diminution des hormones et des composants protecteurs synthétisés par la peau. La déficience en œstrogènes influence la peau et son épaisseur :

- l'épaisseur cutanée diminue de 1,13 % par an et la synthèse en collagène de 2 % par année ménopausée,
- le derme perd en épaisseur : 30 % de collagène en moins cinq ans après la ménopause.

La ménopause fait partie de ce processus de vieillissement, elle accélère celui-ci. Des changements surviennent plus vite lors de cette étape, la peau (mais pas que) prend un coup, «le fameux coup de vieux».

LA PEAU À LA MÉNOPAUSE

La peau prend un aspect différent en raison de la baisse des œstrogènes et de la progestérone, des sécrétions lipidiques, du collagène, de l'élastine, de l'acide hyaluronique et de l'affinement de la barrière de défense. Mais ce n'est pas que sur le plan cutané que les modifications opèrent, le plan structurel est affecté aussi par cette baisse de production.

La peau comme le ballon...

Lors de mes formations, conférences, j'aime prendre l'image d'un ballon gonflable, celui que l'on gonfle pour les anniversaires des enfants. Imaginez ce ballon chez vous, au sol depuis quelques jours. N'avez-vous pas remarqué qu'il a perdu en densité, qu'il est moins gros ? Avez-vous noté comme il paraît fripé ? L'air contenu dans le ballon est comme la structure de soutien de la peau, quand il se raréfie, l'enveloppe extérieure du ballon (la peau) n'est plus soutenue et elle ptôse, elle n'est plus «ajustée». Ces caractéristiques sont associées au processus de vieillissement de la peau ménopausée.

Les signes du vieillissement cutané pré-ménopause et ménopause

Dessèchement, perte de l'éclat, peau plus pâle, amincissement avec diminution de 5 à 6 % de l'épaisseur de la peau tous les dix ans (avec de grandes variations individuelles), perte progressive de la tonicité et de l'élasticité ; associés à des signes d'élastose solaire, des troubles de la pigmentation et vasculaires... En périménopause, on peut avoir des signes d'hyperandrogénie (acné, pilosité, chute de cheveux) suite à la perte d'équilibre androgènes, œstrogènes, progestérone.

LES CHIFFRES DE LA MÉNOPAUSE

- 11 millions de personnes en France, sans compter quelque 500 000 femmes en préménopause.
 - En France, 83 % des femmes de 50-54 ans sont ménopausées.
 - Une enquête révèle qu'une femme ménopausée sur deux a peur de vieillir.
- L'esthéticienne a donc un rôle à jouer dans cette prise en charge, pour cela il faut qu'elle en ait la compréhension.
-

LES SOLUTIONS IN

La ménopause est un véritable chamboulement dans la vie de vos clientes, tant sur le plan cutané que psychique. De nombreuses femmes vivent cette étape avec beaucoup d'appréhension. Voir son corps, sa peau changer entraînent une diminution de l'estime de soi, une perte de confiance dans son pouvoir de séduction, une souffrance qu'il faut entendre. Vous pouvez, lors de vos consultations, être cette oreille attentive, cette professionnelle bienveillante comme vous l'êtes depuis toujours, et aussi une professionnelle de la peau apte à conseiller et recommander les soins adaptés à cet état de peau, cette étape de vie. Mais les seuls soins ne seront pas suffisants pour une prise en charge en total accord avec les besoins de la peau, du corps.

Plusieurs expertises

Il faut lier judicieusement plusieurs domaines d'intervention, comme nous l'appelons à la Skin Académie le «In/Out». Nutrition et micro-nutrition, le choix de nutriments spécifiques aideront à passer le cap, une hygiène de vie équilibrée, pratiquer une activité sportive régulièrement. La Skin Académie vous propose une formation nutri et micro nutrition anti-âge pour vous permettre de donner les précieux premiers conseils. Sinon vous pouvez envoyer vos clientes vers un naturopathe pour une prise en charge in.

Les conseils

La peau ménopausée manque de calcium. L'importance des produits laitiers dans notre alimentation a été largement surestimée et une étude récente de Harvard a conclu que les humains n'ont aucun besoin nutri-●●●



FORMATION MÉNopause

Le 9 février 2023 de 9h à 18h. La prise en charge In/Out de la ménopause par l'esthéticienne.

Le matin avec Cécile Michel :

- la peau en pré et post ménopause,
- les actifs/les protocoles institut/le home care.

L'après-midi avec Jérôme Poiraud, naturopathe :

- nutrition et micro-nutrition spéciale ménopause.

Tarif : 500 euros HT au lieu de 700 euros HT pour toute inscription avant le 31 Décembre 2022.

Infos : www.mediageformations.com

Inscription : contact@mediageformations.com

- tionnel pour le lait animal ! Conseillez à votre cliente :
 - acquérir du calcium à partir d'autres sources telles que les amandes, les légumes-feuilles et le saumon,
 - s'exposer et prendre sa dose de vitamine D en bonne intelligence, toujours avec une protection adaptée,
 - proscrire le tabac et l'alcool,
 - dormir sept heures par nuit,
 - limiter les stress dans la mesure du possible (conseillez-lui le yoga, la sophrologie, la méditation...),
 - maintenir, cultiver l'optimisme et la joie, développer des activités en interactions avec les autres, sortir, s'amuser !

N'oubliez pas : la peau et le cerveau partagent récepteurs, hormones et neuromédiateurs : «Si je vais bien, ma peau aussi».

LES SOLUTIONS OUT

- L'hygiène de peau avec ces six commandements principaux est à répéter à votre cliente : Nettoyer, Hydrater, Nourrir, Stimuler, Accompagner et Protéger.
- Les cosmétiques topiques ont leur rôle à jouer même si beaucoup d'actifs restent en surface, ils sont intéressants et ils aideront dans la lutte contre la sécheresse cutanée.
- Il faut reconstituer l'équilibre de la barrière cutanée. Ceci est possible par l'apport de substances hygroscopiques et humectantes et par certains lipides et leur ratio. Saviez-vous qu'il en existe aussi proches que nos constituants de peau naturels ? Voici quelques exemples de composants cosmétiques qui sont ma référence pour la peau ménopausée :
 - un lait démaquillant sans composants tensio-actifs pour renforcer la barrière cutanée,

- de l'acide linoléique, vitamines A, B, C, D et E (attention de ne pas mélanger les vitamines A et C en même temps), des phospholipides. Les phospholipides sont les composants essentiels des membranes cellulaires, issus principalement du soja,
- une crème de jour sans huiles minérales car elles bouchent les pores et sans émulsifiants qui sont irritants et considérés comme des perturbateurs endocriniens,
- il existe des actifs naturels à privilégier comme la lécithine E322 (jaune d'œuf). Voici quelques émulsifiants nocifs, la liste est non exhaustive, vous les trouverez aussi bien en alimentation que dans les cosmétiques : E120, E210 et son dérivé E214, E220, E242, E249,
- un sérum contenant des extraits de pépins de raisin et de thé vert (par exemple) pour soutenir la protection de l'ADN.

Techniques et technologies

Je vous recommande également certaines techniques manuelles et technologies pour soutenir plus en profondeur le derme et l'épiderme et pour stimuler naturellement les EGF (Epidermal Growth Factors), les facteurs de croissance épidermiques.

Les techniques manuelles :

Fascialiste, kobido, ventouse, daishi do, dien chan, luxopuncture et tous les massages profonds du visage, du cou, du crâne (cervical et dos).

Les technologies :

(Liste non-exhaustive)

- ACS Pen (thérapie par induction au collagène) pour les facteurs de croissance,
- Led : soutient les mitochondries, accompagne la régénération cellulaire,
- RF/RJ : raffermissement, traitement des troubles pigmentaires et vasculaires,
- peelings : ils sont des alliés pour les peaux ménopausées. Les acides vont aider à rétablir l'acidité du pH de la couche cornée. Attention aux concentrations et à l'utilisation quotidienne qui pourraient être contre-productives,
- technologies d'infusion d'actifs : ultrasons, galvanique, électroporation...

L'intérêt de la technologie, ce n'est pas d'en maîtriser l'utilisation mais bien de savoir quand l'utiliser et si vous pouvez l'utiliser sur cette cliente pré/ménopausée. Et pour ça, il n'y a que vous qui pouvez mettre en place des proto-

coles intelligents et personnalisés, à l'inverse des protocoles standardisés délivrés à la va-vite. Et pour cela, pas de secret : vous former ! 📺

THALGO

LA BEAUTÉ MARINE



Nos actifs marins
revitalisent le corps
et l'esprit pour une
beauté lumineuse.



DEVENEZ PARTENAIRE THALGO,
UNE MARQUE ENGAGÉE POUR UNE BEAUTÉ SÛRE
ET UNE MER PLUS BELLE.

www.thalgo.fr

La mer
vous veut
du bien

Actualités **MARQUES**

Le soin signature Omedeto d'Iyashi Dôme

Plus qu'un soin corps et visage, le soin signature Omedeto est une expérience sensorielle touchant aux 5 sens. La main vient s'associer à la technologie pour compléter et incarner l'action profonde des infrarouges longs.



Un travail précis et intense est fait pour procurer un lâcher prise, un effet de total relaxation et un effet spectaculaire sur le visage et le décolleté.

Raffermissant, détoxifiant et rajeunissant, ce massage procure un sentiment de bonheur calme et durable : la définition même d'Omedeto en japonais.

Cette nouvelle approche permet également de prouver qu'un appareil peut être le carrefour d'une multiplicité d'approches, de soin et de techniques pour proposer une signature exclusive en termes de soin. Quand la technologie rencontre la tradition, quand la main s'associe à l'outil, les sens s'ouvrent et le bonheur se fait.

Cette nouveauté offrira aux esthéticiennes la possibilité de réinventer leur carte de soin et d'offrir à tous les bienfaits cumulés des infrarouges et du savoir-faire manuel.

Pourquoi avoir développé un soin manuel dans un appareil main libre ?



Florent Cornelis.

Florent Cornelis, Responsable de formation Iyashi Dôme, répond :

«En tant que responsable de la formation, cela peut paraître antinomique mais parce que vous nous l'avez suggéré, demandé, réclamé et que chez Iyashi Dôme nous vous écoutons, nous apprenons de vous et surtout après ces années particulières, une certaine déshumanisation des services, de la vie en général, nous voulions montrer que la technologie n'est pas contre le manuel mais au contraire avec !

Véritable alliée de l'esthéticienne, la technologie doit aider, soulager mais non pas enfermer ou asservir. Rien ne remplacera jamais le geste et la technicité du geste et toutes ces techniques que les esthéticiennes ont apprises, tous ces gestes répétés viennent servir à la création de soin. L'action profonde et efficace des IRL, agissant sur la relaxation musculaire et nerveuse, et la préparation de la peau s'associent à une série de techniques manuelles pour créer un soin unique, crée par et pour Iyashi Dôme. Ce soin Omedeto affiche clairement son ambition : vous offrir une parenthèse de bonheur et un travail complet sur le haut du corps sur un pôle qui nous est cher : l'anti-âge. Pouvoir resculpter l'ovale, atténuer les rides, redonner de l'éclat au visage de vos clientes, voici ce que ce soin vous promet !

Ce soin va très vite devenir un incontournable des cartes de soins !»

Le calendrier de l'Avent de Sothys

Sothys présente son calendrier de l'Avent 2022.

UN MAXIMUM DE SOINS

Il offre 24 produits soins visage, corps, premium, maquillage... tout pour que vos clientes prennent soin d'elles et se préparent pour les fêtes, dont 11 nouveautés, 2 formats vente et une édition limitée !

Prix : 95 €.

www.sothys.fr



Rosegold primée aux Victoires de la Beauté

Lors de l'édition 2022-2023 des Victoires de la Beauté, la marque Rosegold Paris s'est distinguée grâce à ses deux produits lauréats : le sérum de croissance pour les cils «Roselash», et le sérum de croissance pour les sourcils «Rosebrow».

Comme tous les ans, cet événement comprenant un jury de consommateurs a mis à l'épreuve de nombreux produits cosmétiques afin de les récompenser.

Pour se voir attribuer la récompense des Victoires de la Beauté 2022-2023, chaque produit doit réussir plusieurs épreuves :

- Les tests d'efficacité par un jury de 40 consommatrices à l'aveugle : l'obtention d'une Victoire de la Beauté repose sur la réussite d'un Examen Qualité qui sollicite leurs avis critiques. Les produits sont testés à domicile, en situation réelle pour un verdict final sans concession et pour une légitimité incomparable. Tous les produits en test sont conditionnés dans des contenants neutres ou présentés sans qu'aucun attribut de marque n'apparaisse. L'objectif est de supprimer les considérations marketing qui pourraient influencer le jugement des consommatrices testeuses.
- L'analyse de la composition et des ingrédients : la liste INCI (International Nomenclature of

Cosmetic Ingredients) du produit candidat est passée au crible par les experts de l'application INCI Beauty. Testés et approuvés, les deux best-sellers Rosegold Paris, «Roselash» et «Rosebrow» se sont distingués aux Victoires de la Beauté avec une moyenne honorable de 15,25/20.

ROSELASH



Le sérum pour cils «Roselash» est l'arme secrète pour des cils plus longs, plus épais et plus foncés. Contenant une combinaison d'ingrédients

naturels augmentant le volume des cils tout en les renforçant, il offre des résultats rapides.

ROSEBROW



Le sérum «Rosebrow» est la solution idéale pour dire adieu aux sourcils clairsemés. Composé d'ingrédients naturels permettant d'avoir des sourcils plus fournis sans utiliser de maquillage ni de tatouages semi-permanents, il offre des résultats rapides.

www.rosegoldparis.com

Douces Angevines primée

En reconnaissance de sa qualité et de son efficacité, le baume «Freyja» de Douces Angevines a reçu le Trophée d'Argent Natexpo 2022 dans la catégorie Innovation bio.

Fabriqué à la main, riche d'une formule 100 % végétale et active, «Freyja» associe des macérâts huileux du jardin d'herboriste, du beurre de karité africain et des huiles essentielles apaisantes. Soins d'harmonie, ce baume onctueux et bio qui nourrit intensément la peau a été pensé pour apaiser les peaux délicates et réveiller l'éclat du teint au cœur de l'hiver.

Le baume «Freyja» enveloppe la peau de douceur tout au long de l'année et plus spécifiquement en hiver, quand les températures sont fraîches, voire froides. Ce baume s'avère très salvateur quand la peau subit les agressions du vent, du froid, de la neige... qu'elle est sujette aux

rougeurs ou réclame un supplément de réconfort. Résultat : nourrie et dorlotée, la peau traverse la saison froide sans être irritée. Elle conserve toute sa souplesse et son éclat.

www.doucesangevines.com



Nourrir la matrice cellulaire

Angelo Federighi, le co-Fondateur et Directeur général de la marque française Nutri Vie Saine (NVS), s'intéresse tout particulièrement à la matrice cellulaire et à son rôle capital dans la peau.

Les signes d'effondrement cutané et la perte de densité de la matrice cellulaire cutanée traduisent un désordre profond et fonctionnel très important qui doit absolument vous alerter et vous obliger à prendre les bonnes décisions pour vos clientes et à faire le nécessaire pour freiner, éradiquer et faire stopper leurs dysfonctionnements cutanés.

Pourquoi vous devez nourrir et alimenter régulièrement de l'intérieur et en profondeur la matrice cellulaire de la peau de vos clientes avec de bons et performants micronutriments, des actifs et antioxydants puissants et hautement biodisponibles ?

La matrice cellulaire ou derme est la charpente de la peau et donc, de sa beauté.

La matrice cellulaire est l'élément majeur, essentiel et central de la beauté en général. Les actifs contenus dans les cosmétiques doivent permettre de réparer les altérations de la peau, accélérer le turn-over cellulaire, neutraliser les radicaux libres et le stress oxydatif, stimuler la synthèse du collagène et de l'élastine par les fibroblastes du derme et repulper la peau.

LE RÔLE DU TRANS-RESVÉRATROL

Pourquoi le trans-Resvératrol breveté qui est utilisé dans les formules de soins anti-âge nutri-cosmétiques à boire de Nutri Vie Saine est un actif antioxydant majeur et essentiel pour la beauté et la bonne santé de la peau ? Parce qu'il est 20 fois plus puissant que la vitamine C. C'est un accélérateur essentiel et majeur de la stimulation de la synthèse du collagène et de l'élastine par les fibroblastes qui assurent l'élasticité et la fermeté de la peau en participant de façon prépondérante à son aspect repulpé. De plus, les formules de soins anti-âge au trans-Resvératrol permettent une protection formidable contre les rayons du soleil et ses UV.



LE RÔLE DU RAISIN

Le raisin est un actif antioxydant prépondérant et majeur dans la protection solaire.

Il existe des fruits qui peuvent aider vos clientes à se protéger contre le soleil.

Ils ne remplacent pas un écran total mais, quand leur formulation scientifique est créée par des spécialistes de micronutrition, de nutraceutique et de nutri-cosmétique et, associée à des actifs puissants et performants, le résultat est un soin anti-âge vraiment innovant et efficace !

À raison de 2,5 tasses de raisin par jour pendant 14 jours, on remarque qu'il faut davantage d'UV pour que la peau ait un « coup de soleil ». L'étude publiée en 2021 à l'origine de cette découverte montre aussi, grâce à l'étude de biopsies cutanées, que cette consommation de raisin est associée à moins de dommages au niveau de l'ADN et moins de marqueurs inflammatoires. Les polyphénols du raisin seraient à l'origine de cet effet anti-UV.

CONCLUSION

C'est à la suite de tous ces éléments médicaux que les formules des soins anti-âge de Nutri Vie Saine ont été créées en collaboration avec des professeurs de micronutrition et de dermatologie.

Leurs effets, bienfaits et propriétés, sur le derme ou matrice cellulaire, sont évidents : la matrice cellulaire est nourrie de l'intérieur et en profondeur.

Les actifs et composants puissants et antioxydants qui composent les formules des soins anti-âge nutri-cosmétiques à boire de Nutri Vie Saine sont très efficaces par leurs qualités et, surtout, sont hautement biodisponibles.

La biodisponibilité d'un actif ou d'une substance résume son efficacité biologique, autrement dit, c'est la part de cette substance que l'organisme est capable de fixer par rapport à la part ingérée.

La biodisponibilité correspond à la fois à la quantité mais aussi à la vitesse nécessaire pour que le principe actif d'un complément nutritionnel puisse atteindre la circulation sanguine.

Pour une peau, hydratée, raffermie, tonique, repulpée, lisse, un teint éclatant, sans taches brunes, jeune et rayonnante, les formules de soins anti-âge de Nutri Vie Saine sont formulées avec des actifs antioxydants puissants : acide hyaluronique, hydrolysate de collagène marin naticol, trans-Resvératrol extrait de pépin de raisins 20 fois plus puissant que la vitamine C, coenzyme q10, silicium organique, zinc, vitamine c, aloe vera barbadensis, hydrolysate de kératine naturelle.

En direct des États-Unis

iS Clinical arrive aujourd'hui en France.



Amélioration visible de la dermatite séborrhéique.

Amélioration des rides et ridules, de la texture, de la douceur, de la luminosité, de l'éclat, et des rides périorbitaires.

La gamme de cosméceutiques iS Clinical repose sur des formulations de très haute qualité, scientifiquement avancées - issues notamment des dernières recherches sur l'épigénétique en cosmétique - et cliniquement validées, intégrant jusqu'à 98 % d'actifs botaniques de classe pharmaceutique, pour des améliorations physiologiques spectaculaires de la santé et de l'apparence de la peau.

iS Clinical s'engage à offrir des produits de qualité supérieure, dotés de la technologie la plus avancée et utilisant les ingrédients de la meilleure qualité possible. Tous ses cosméceutiques sont multifonctions : chaque produit cible en même temps plusieurs besoins de la peau.

Parce que la nature recèle d'ingrédients aux effets incroyables sur la peau, iS Clinical utilise essentiellement des actifs d'origine botanique, de 95 à 98 % selon les formules, ne choisit que des ingrédients de grade pharmaceutique, reconnus pour leur pureté et leur puissance maximale. Toutes ses formulations sont axées sur les résultats, par l'utilisation d'ingrédients actifs à des doses thérapeutiques. Les performances des

produits permettent de garantir des résultats immédiats et à long terme.

LES 4 ÉTAPES D'UNE PEAU PARFAITE

Pour des résultats optimisés, iS Clinical recommande une routine de soin en 4 étapes :

1. Nettoyer

La première étape de la routine de soin, Nettoyer, est essentielle pour conserver un teint propre, clair et éclatant. Ses nettoyants conviennent à tous les types de peau, tous les âges. Des agents resurfaçants doux mais efficaces, équilibrés par de puissants antioxydants, éliminent l'excès de sébum, le maquillage et les peaux mortes sans provoquer d'irritation ou de sécheresse.

2. Traiter

La deuxième étape de la routine de soin, Traiter, permet de cibler les problèmes de peau et des conditions spécifiques grâce à des ingrédients botaniques actifs et puissants. Non irritants, les produits de la catégorie Traiter sont cliniquement validés pour améliorer l'apparence de la peau vieillissante, des imperfections, du teint inégal, des rougeurs, de l'aspect terne, des pores dilatés et bien plus encore.

lissante, des imperfections, du teint inégal, des rougeurs, de l'aspect terne, des pores dilatés et bien plus encore.

3. Hydrater

La troisième étape de la routine de soin, Hydrater, reconstitue et équilibre l'hydratation de la peau afin de maintenir la sensation d'une peau plus lisse, plus ferme et plus résistante. Les produits de la catégorie Hydrater améliorent considérablement l'hydratation et la texture de la peau, sans obstruer les pores ni donner une sensation de lourdeur.

4. Protéger

Vitale pour tous les types et conditions de peau, la quatrième étape de la routine de soin iS Clinical est la protection contre les rayons nocifs du soleil. Ses écrans solaires UVA/UVB à large spectre sont formulés non seulement pour aider à protéger contre les effets visibles des coups de soleil et du photovieilissement, mais aussi pour apporter à la peau une hydratation puissante.

La beauté, le génie en plus !

Biogénie est une marque française qui partage avec sa communauté son expertise beauté grâce à ses esthéticiennes-partenaires, sa technologie, ses produits et une réelle complicité.

Sa vision : fédérer une communauté d'esthéticiennes et de clients qui ont les mêmes valeurs de transmission (de solutions beauté pro/amateur, intergénérationnelle), d'accessibilité (prix des soins, géographique, lien humain) et de justesse («tout-en-un personnalisé», efficacité, résultat ponctuel et durable).

Grâce à sa mission d'expert du soin

et pionnier de l'électro-cosmétique française, Biogénie apporte des solutions beauté avec ses produits de qualité, et ses machines d'électro-cosmétique.

LES VALEURS DE BIOGÉNIE

- agilité, plaisir, partage, proximité, humanité, authenticité,

- transmission (conseils, solutions beauté pro/amateur, intergénérationnelle),
- accessibilité (prix des soins, proximité géographique, lien humain),
- justesse («tout-en-un personnalisé», efficacité, résultat ponctuel et durable).

www.biogenie-cosmetique.fr

50

Les 50 ans de Phyt's

C'était une très belle soirée très conviviale. Le 30 août, Thierry Logre recevait à Caillac ses collaborateurs, la presse et des personnalités locales.



Tous les collaborateurs en forme de 50.

Marie-Hélène et Thierry Logre, fondateurs du groupe Jérodià qui détient de nombreuses marques, dont Phyt's.



De g. à d., l'équipe dirigeante et partenaires export du Groupe Jérodià : Lie Geir, Diane Logre, Marie-Hélène Logre et Thierry Logre, Valérie Llacher, Pascal Lebret, Aleksandra Nikiforova et Jérôme Logre.



De g. à d., Thierry Logre, le chanteur Doustou, l'artiste peintre sculpteur George, la chanteuse Noem et ses 2 musiciens qui ont fait de la soirée un succès notamment en interprétant le titre phare de la marque : Pour moi, c'est Phyt's



Diagnostic de peau nouvelle génération

Le «VisioDerm Pro Connect» de Phyt's est un outil connecté qui permet de profiter, en quelques minutes seulement, d'une analyse de peau d'une extrême précision.

9 MARQUEURS CUTANÉS ANALYSÉS

Lorsque la technique la plus moderne s'associe à l'expertise d'une esthéticienne qui, au simple toucher, peut déterminer l'état de la peau de sa cliente, c'est l'assurance de se tourner ensuite vers le protocole de soin ou l'ordonnance produits les mieux adaptés à ses besoins.

Cette innovation prend la forme d'un petit pistolet (léger, parfaitement ergonomique et fonctionnant sans fil pour pouvoir être intuitivement utilisé par la praticienne) dont la tête est équipée d'une caméra numérique grossissant 50 fois la peau et permettant de la scanner de manière ultra-zoomée. Doté de quatre différents systèmes de lumières, «VisioDerm Pro Connect» met ainsi en évidence ses moindres secrets en s'appuyant sur 8 prises de vues complémentaires :

- la lumière directe en détecte les irrégularités de texture (rides, stries, microkystes...),
- la lumière polarisée permet une analyse du derme,
- la lumière diffuse détermine quant à elle le phototype et l'uniformité de la pigmentation,
- enfin, la luminosité ultraviolette met en évidence le taux de développement des bactéries au niveau des pores.

Une fois combinées entre elles, toutes ces données permettent d'établir, en quelques secondes à peine, un diagnostic cutané d'une grande précision. Ces informations extrêmement précieuses permettent de sélectionner les produits qui amélioreront les déséquilibres mis en évidence dans l'analyse faite par le «VisioDerm».

- Hydratation
- Sébum
- Grain de peau
- Pores
- Teint
- Rides
- Rougeurs
- Taches du derme
- Tache de l'épiderme

Avec «VisioDerm Pro Connect», Phyt's démontre une fois de plus sa capacité à se renouveler et à innover pour proposer une expérience de la beauté au naturel et à la pointe des dernières avancées.



La franchise Skinneo

Un nouveau concept de franchise est né :
Skinneo, The Innovative Beauty !



L'ambition de Skinneo est d'être leader en France dans l'esthétique technologique sous 3 ans. Son expertise est très clairement liée aux propositions anti-âge complétées par une orientation silhouette particulièrement personnalisée. Du diagnostic avec IA aux technolo-

gies sélectionnées pour leur efficacité et leur innovation, l'expérience client a été soignée, et la rentabilité du modèle économique optimisée... Pour ceci, Skinneo s'est entouré d'experts du monde de la communication, du marketing, mais aussi de l'anti-âge, avec des scientifiques de renom, et des conférenciers reconnus dans le monde entier.

Le flagship de la marque se trouve au cœur des Galeries Lafayette dans la prestigieuse Wellness Galerie à Paris. Il s'agit du premier espace d'Europe intégralement dédié au wellness, déployé sur 3000 m². Ce lieu est en passe de devenir la destination incontournable du bien-être dans la capitale. Une autre jolie adresse pour ce



concept unique : le Centre Skinneo de Lamorlaye, au cœur de la forêt de Chantilly à 35 kilomètres de Paris. Le fait de pouvoir faire partie des premiers dans cette aventure est une opportunité exceptionnelle.

www.skinneo.com

Formation Ultimate Correction de Biotic Phoceia

Parfois, une correction de couleur ou de forme n'est pas indiquée pour un maquillage permanent raté, ou simplement la cliente change d'avis et souhaite retirer purement et simplement sa pigmentation.



Grâce à cette formation, vous apprendrez à effacer une pigmentation avec l'Effaceur. Implanté dans la peau à l'aide d'un dermographe, ce gel aimante les particules de pigments présentes dans la peau afin de les en extraire. À la différence des autres produits du marché, cet Effaceur n'est ni acide, ni basique, afin de ne pas aggraver la peau et offrir une meilleure cicatrisation. De fait, les suites sont les mêmes que celles d'un maquillage permanent. Cette technique peut être utilisée sur toutes les zones du visage et peut même être appliquée aux petits tatouages artistiques.

Objectif du module :

- Comprendre le fonctionnement de l'Effaceur, ses indications et contre-indications
- Maîtriser les protocoles de préparation du matériel
- Maîtriser la technique de correction par effacement
- Maîtriser les soins post-effacement

À la fin de cette formation, vous saurez :

- Déterminer si l'Ultimate Correction est la bonne indication
- Retirer un maquillage permanent à l'aide de l'Effaceur.

DATES DE FORMATION

22 novembre 2022
20 janvier 2023
20 mars 2023.

L'IMPORTANCE DE MINIMISER LES DÉCHETS

J'ai le réflexe de penser aux poubelles de nos instituts, aux déchets que peuvent engendrer les cosmétiques pour notre planète. Qui n'est pas sensibilisé au sujet du gaspillage ?

PAR MARINA SIMON, CRÉATRICE DE BEAUTÉ SIMPLE



Personnellement, je le suis depuis ma plus tendre enfance. Ma grand-mère (98 ans aujourd'hui) a fait la guerre... Impossible pour elle de jeter un tube de dentifrice où je pouvais encore me laver les dents trois jours de plus lorsqu'elle le ressortait de la poubelle ou encore les feuilles de papier toilette à utiliser avec parcimonie sans compter les restes alimentaires qui ne finissaient jamais à la poubelle. Gaspillage... certes, écologie aussi... En 2022, nous prenons enfin conscience de l'importance des déchets sur notre planète, les forêts, la vie sous-marine. Quel type de planète allons-nous laisser à nos enfants, à nos petits-enfants ?

OUI AUX RÉSULTATS VISIBLES !

Lorsque j'ai créé Beauté Simple, c'était avant tout mon parcours professionnel qui m'a permis de faire des choix pour mon institut avec :

- l'envie de résultats visibles autant en cabine qu'avec la routine beauté proposée à mes clientes,
- l'envie aussi de ne plus subir la pression des marques en devant acheter de trop grandes quantités de cosmétiques qui finissaient soit en promotion soit à la poubelle arrivés à la date de péremption.

BEAUTÉ SIMPLE... 10 ANS PLUS TARD

10 ans plus tard, Beauté Simple est devenue une marque professionnelle et 700 esthéticiennes ont rejoint mes valeurs et celles du moins de déchets possible !

- Les étuis indispensables pour pouvoir y apposer toutes les mentions légales et les traductions se transforment en découpages et coloriages pour enfants.
- Les boîtes cadeaux sont une maison où les enfants peuvent jouer avec les personnages des étuis.
- Les échantillons sont de petits pots vides que les esthéticiennes remplissent avec leurs produits cabine, les clientes les re-nettoient et les ramènent ensuite de façon à ne rien jeter

UNE MARQUE QUI S'ADAPTE À L'ESTHÉTICIENNE

Il n'y a pas d'ouverture de compte ni de minimum de commande de façon à s'adapter à la taille de l'entreprise de chacune et à son mode de fonctionnement. Ainsi l'esthéticienne n'achète que ses besoins vente et cabine, c'est autant de cosmétiques qui ne «dorment» pas sur leurs étagères et finissent ensuite à la poubelle à la date de péremption.

La vente

Pourquoi avoir choisi de ne vendre qu'en milieu professionnel ? Pour le conseil, car combien de cosmétiques mal choisis ou mal conseillés finissent eux aussi à la poubelle ?

La fabrication

Pourquoi passer de petites commandes régulières aux labos qui fabriquent Beauté Simple ? Pour vous offrir des cosmétiques toujours frais, la plante est en effet plus efficace mais cela vous laisse également plus de temps pour utiliser vos produits qui ont encore deux à trois ans de vie après votre achat.

UNE MARQUE DE VALEURS

Vous l'aurez compris, Beauté Simple, c'est avant tout des valeurs, du respect, de la logique. Aujourd'hui, j'ai toujours ce réflexe de ne rien jeter, de ne pas acheter de choses inutiles, de faire attention aux gaspillages dans tous les domaines de ma vie et ça je le dois à l'éducation de ma grand-mère ! 

Beauté Simple

la beauté made in France

FAIRE DE L'ESSENTIEL UN RITUEL

“**Beauté Simple** c'est une marque avec une gamme complète pour vos clientes Bio et Slow, du sur-mesure en cabine sans ouverture de compte pour s'adapter à l'activité de chacune.

Le plus de la marque : une formation en continu sous forme de visio conférences et un groupe Facebook où la communauté Beauté Simple se retrouve afin de confier leurs astuces : vous ne vous serez jamais autant sentie accompagnée par une marque !

N'hésitez pas à m'appeler,
c'est toujours une joie d'échanger !



*Marina,
créatrice de Beauté Simple*



FABRICATION
FRANÇAISE



CERTIFIÉE
COSMÉBIO



MEMBRE DE
LA SLOW
COSMÉTIQUE



www.beautesimple.fr



Photo : vladimirfloyd.

COMMENT GÉRER VOS ÉMOTIONS ?

Tout changement fait peur et crée des angoisses et des incertitudes.
Peur de faire des mauvais choix, peur de ne pas être à la hauteur...
Voici les astuces pour faire de vos émotions des alliées.

CONFÉRENCE PRÉSENTÉE PAR **SYLWIA DE BONA**, FORMATRICE, COACH CERTIFIÉE, FONDATRICE D'ASTUCES BEAUTÉ, CENTRE DE BIEN-ÊTRE HOLISTIQUE, LORS DU 51^{ÈME} CONGRÈS INTERNATIONAL ESTHÉTIQUE & SPA (PARIS, MAI 2022).

L'ouverture de mon institut

J'ai ouvert mon institut en 2012 et quand j'ai commencé à penser à ce projet, mon entourage ne cessait de me ques-

LES SCHÉMAS DE PENSÉE

Nous avons de nombreux de schémas de pensées, des peurs qui surviennent et des émotions. Tout ceci est naturel. Lorsque nous ne sommes pas conscients et que l'on ne les connaît pas, nous ne pouvons pas les changer.

Moi, sur la scène du Congrès...

Suite à un désistement, j'ai appris que je devais donner cette conférence cinq jours avant le jour J ! Au départ, j'étais tout excitée, toute contente d'avoir un nouveau défi à relever. Et puis, quelques instants après, j'ai eu peur. Peur de ne pas être capable, peur de perdre mes moyens, peur de ne pas être à la hauteur, peur d'être jugée. Après est venu le syndrome de l'imposteur : je me suis dit que je n'étais pas capable car je n'avais jamais présenté de conférence devant un public. Ce schéma de pensées est tout à fait naturel. C'est notre cerveau reptilien qui a le rôle de nous défendre et qui nous met en garde contre le danger, peu importe que ce danger soit réel ou imagé. Bien que je connaisse ce schéma de pensées, je l'ai quand même subi...

Le syndrome de l'imposteur

C'est le sentiment de ne pas être à la hauteur, de ne pas mériter sa place, de ne pas être capable, que c'est un coup de chance si on en est arrivé là, on manque de confiance, etc. J'ai vécu ces ressentis lorsque l'on m'a contactée pour cette conférence. Je me suis demandé : « Pourquoi moi ? Il y a plein de conférenciers ! ». Alors, il faut se remettre en question. Regardez tous les points qui ont fait votre réussite. Notez également tout ce que vous avez réussi dans votre vie, puis revenez à votre point de départ. Faites-le petit à petit car parfois voir trop loin peut effrayer.

Les autres

Qui dit nouveau projet, dit émotions désagréables (peur, stress, incertitudes, regrets), schémas de pensées (et si... je devrais..., il faut...), et dialogues internes (comparaison aux autres).

CES PERSONNES
ME JUGEAIENT
PAR RAPPORT
À LEURS PEURS
À ELLES

tionner : « Mais toi tu veux t'installer ! Tu viens d'avoir deux enfants, ton dernier a un an ! Veux-tu vraiment t'installer dans cette ville-là ? Penses-tu que tu auras des clientes ? Es-tu sûre que cela va fonctionner ? Tu veux déjà avoir quatre cabines alors que tu es toute seule... ». Toutes ces personnes voulaient m'aider. Tout le monde a toujours de bons conseils. Mais finalement, toutes ces personnes m'ont transmis leurs peurs qui n'étaient pas les miennes. Elles voyaient juste mes idées, mais ignoraient ce que j'avais fait avant, mon expérience, mon expertise. Elles me jugeaient par rapport à leurs peurs à elles.

La formation en développement personnel

Ensuite, quand j'ai ouvert mon institut, j'ai eu envie de me former en développement personnel. Et là, c'était pareil. On me disait : « Mais c'est un autre métier ! Tu veux changer de métier ? Tu ne vas pas fermer ton institut ? ». J'ai décidé d'inclure le développement personnel dans mon institut. Et là, je me rappelle que mes proches me disaient : « Mais ton truc là, ça fonctionne ? ». Encore une fois, les autres m'ont jugée.

La prise de parole en public et la vente

Si vous vous souvenez d'avoir parlé en public à l'école devant vos camarades de classe et que cela vous a stressée, vous allez craindre de parler en public. Il en est de même pour la vente. Je me souviens de la vente à l'école. Lorsqu'il s'agissait de parler de vente, j'avais une boule

au ventre. Aujourd'hui, je ne parle plus de vente, j'ai redéfini ce terme par l'accompagnement, le conseil, l'adaptation, le parcours client, le résultat.

LE FONCTIONNEMENT DU CERVEAU

Un événement survient, réel ou inconscient, ensuite les émotions vont arriver, ce qui va entraîner une pensée, puis une action, un comportement. Par rapport à cela, nous sommes tous différents. Tout dépend de nos expériences, de ce que l'on a déjà vécu dans notre vie. La première réaction que l'on va avoir se fait grâce à notre cerveau reptilien. C'est notre cerveau le plus archaïque, la partie qui s'est développée la première. C'est en premier lieu le danger. Ensuite, le cerveau ●●●

APPRIVOISER SES ÉMOTIONS

L'idée est d'identifier l'émotion lorsqu'elle arrive, il faut se questionner sur ce que l'on ressent : de la colère, de la tristesse, de la peur ? Y a-t-il un réel danger ?

Ensuite, il faut accepter l'émotion et lui faire une place. Par

- limbique va agir à son tour. On va alors se demander s'il y a réellement un danger ou si nous avons déjà vécu une situation de ce type. Enfin, c'est le néocortex qui va agir sur la réflexion.

exemple, lorsque l'on est triste, il faut accepter de pleurer. Parfois, on ne veut pas pleurer afin de ne pas se sentir faible. Mais le fait de pleurer permet de libérer les hormones du stress contenues dans les larmes. On ne peut pas libérer ces hormones autrement. Souvent après avoir pleuré, on a une sensation de soulagement. On se sent mieux après.

Il faut extérioriser vos émotions mais peut-être n'avons-nous pas eu l'habitude, alors l'écriture peut être une bonne idée. Cela va permettre de faire comprendre à votre corps que vous avez accepté l'émotion et que vous avez compris le message envoyé.

Au début de la conférence, je vous ai dit que j'avais le trac. Le fait de vous l'avoir dit m'a permis de me sentir mieux. Toutes les émotions sont normales.

LES ÉMOTIONS

Lorsque l'on vient au monde, nous sommes dotés des six émotions : la joie, la tristesse, la peur, la colère, la surprise et le dégoût. Les enfants réagissent de façon très spontanée face à leurs émotions et pourtant, dans notre éducation, on nous apprend à ne pas écouter nos émotions. Enfants, quand nous sommes joyeux, on nous dit : «Bon... Calme-toi, arrête d'en faire trop». Quand nous sommes triste, on nous dit : «Ce n'est rien, arrête de pleurer». Il en est de même pour toutes les autres émotions. On ne nous apprend pas à nous écouter, mais plutôt à nier nos émotions. De ce fait, lorsque l'on est adulte et que ces émotions arrivent, on ne sait pas comment réagir. Pourtant, les émotions sont notre boussole et cela nous aide à faire des choix et à comprendre ce qui ne va pas. Cela nous aide également à répondre à des besoins.

COMPRENDRE LE MESSAGE

Par exemple, lorsque l'on a peur, nous ressentons des choses dans notre corps et nous avons besoin d'être rassurées, nous avons besoin de nous sentir en sécurité. Les émotions sont là pour nous apporter un message. Lorsque l'on craint quelque chose, il s'agit d'une peur d'anticipation.

ÉMOTIONS VS SENTIMENTS

Il ne faut pas confondre les émotions avec les sentiments. Les émotions peuvent être mimées. Au contraire, nous ne pouvons pas mimer les sentiments. Les sentiments sont des émotions que l'on n'a pas exprimées. On peut ainsi avoir une émotion de peur, ce qui va déclencher un sentiment d'insécurité. Si ce n'est pas réglé par un travail en profondeur, cela peut durer. Ceci va provoquer du doute, de la honte ou encore de l'angoisse.

| | EMOTIONS | SENSATIONS | BESOINS IMMÉDIATS | BESOINS PROFONDS |
|---|------------------|--|---|--|
|  | JOIE | Sourire Envie de rire Légèreté | Rire, chanter, danser Partager sa joie Serrer quelqu'un dans ses bras | Partager Célébrer avec les autres Être en lien avec les autres |
|  | PEUR | Cœur qui bat vite Ventre noué Respiration bloqué Envie de fuir | Pleurer Crier Fuir Trembler | Être rassuré Se sentir en sécurité |
|  | TRISTESSE | Larmes dans les yeux Respiration difficile Gorge serrée Mâchoire qui tremble Impossibilité de parler | Pleurer Trouver du réconfort Se replier sur soi | Être écouté Être consolé Être pris dans les bras |
|  | COLÈRE | Mâchoire crispée Sourcils qui se froncent Poings qui se serrent Envie d'attaquer | Attaquer, se débattre Libérer l'énergie (sauter, courir, crier...) | Être écouté et compris Être respecté |
|  | SURPRISE | Souffle coupé, yeux qui s'ouvrent en grand, bouche qui s'ouvre, immobilisation | Crier Reprendre ses esprits Respirer | Pouvoir agir en conséquence Faire face à l'imprévu |
|  | DÉGOUT | Estomac serré, nausées, haut de cœur, nez qui se retrousse, mouvement de recul | Vomir S'éloigner, fuir Crier | Repousser ce qui est dangereux pour soi |



bio sphere

REMODELAGE 100% NATUREL.

RÉSULTATS VISIBLES DÈS LA
1ÈRE SÉANCE .

— **de cellulite**
Lisse la peau d'orange

+ **de détox**
Facilite l'élimination
des toxines

+ **silhouette
redessinée**
Affine les contours
du corps

+ **de tonicité**
Raffermit la peau et
les muscles

Technology by

novasonix

Plus d'informations :

Tel : 03 20 30 60 88 - contact@luxomed.com

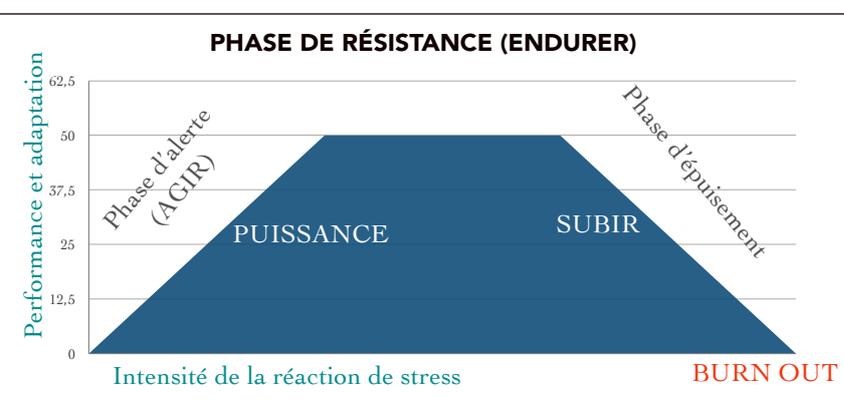
LUXOMED

Distributeur exclusif France

LE STRESS

- Le stress est un sentiment. Les facteurs de stress sont les événements. Cela peut être un événement nouveau comme une préparation de mariage ou une création d'entreprise. Il existe également différents niveaux de stress. Nous ne sommes pas tous égaux face au stress. Par exemple, un adolescent ou un jeune qui doit déménager va avoir un niveau de stress différent qu'une maman avec des enfants. Le jeune va être content, dans l'excitation, contrairement à la maman qui va être un peu stressée. Ensuite, vient la réaction face au stress et les conséquences de celui-ci sur nos actions.

LA COURBE DU STRESS



Le stress intervient en différentes étapes. En premier lieu, vous allez avoir un petit coup de stress qui va vous aider à vous préparer à un événement, cela est donc plutôt bénéfique. Si vous n'aviez pas d'émotion, vous iriez à votre rendez-vous sans préparation et cela pourrait ne pas bien se dérouler. En revanche, si votre stress est subi, vous entrez dans une phase d'épuisement qui mène au burn-out.

LE CORTISOL

Le stress amène du cortisol qui va puiser dans vos réserves pour vous donner de l'énergie. Mais à mesure que le cortisol puise de l'énergie, vous n'en avez plus. De plus, le cortisol est néfaste pour l'organisme. Lorsque le taux de cortisol augmente dans l'organisme, à cause du stress, cela prend cinq heures à l'organisme pour l'éliminer. Et pour l'éliminer, il faut pratiquer du sport ou se détendre. Aussi, lorsque le taux de cortisol augmente, le taux de magnésium baisse, ce qui provoque de la fatigue. Et lorsque vous êtes fatiguée, vous buvez du café, ce qui a pour conséquence de faire baisser encore davantage le taux de cortisol. Et le cortisol impacte également les connexions du cerveau et cela empêche de réfléchir.

temps que je compte avant d'expirer. Lorsque vous comptez, vous ne pensez pas à autre chose. De plus, la cohérence cardiaque augmente le taux de DHEA, l'hormone de jeunesse, antagonisme du cortisol.

LES INDICATEURS DU STRESS

Les indicateurs de stress sont triples : mental, émotionnel et comportemental.

- **Mental** : indécision, étourderie, problème de mémoire, problème de concentration, moins de créativité, perte d'humour, blocage sur les détails, etc.

- **Émotionnel** : méfiance, irritabilité, peur, colère, jalousie, perte d'intérêt, peur des autres, pleurs, etc.

- **Comportemental** : gorge nouée, douleurs gastriques, constipations, troubles du sommeil, fatigue, allergies, problèmes de peau, tension, douleurs musculaires, respiration saccadée, etc.

Si certains éléments vous parlent, vous êtes peut-être en stress successif et cela peut impacter votre vie en vous amenant à prendre de mauvaises décisions.

COMMENT GÉRER VOTRE STRESS ?

Faites des pauses !

Il faut faire des pauses. Vous avez du stress car vous aimeriez tout de suite prendre les bonnes décisions, que tout aille bien. Vous ne faites pas de pauses et vous pensez travail matin, midi et soir. Tout vous fait penser au travail ! Faire des pauses est bénéfique. Il ne faut pas que vous preniez des décisions lorsque vous êtes dans l'émotion car vous ne pouvez pas réfléchir en même temps. Lorsque l'on dit que la nuit porte conseil, c'est bien parce que les pauses portent conseil. Faire une pause peut être une sieste, aller marcher, cela fait du bien et change les idées. Vous trouvez ainsi naturellement les solutions à vos problèmes. Aussi, pratiquer la gratitude est bénéfique dans la gestion du stress. Il s'agit de vous dire que vous êtes très heureuse de vivre cette journée et de remercier pour cela. En étant dans la gratitude, vous allez attirer le positif.

La cohérence cardiaque

Voici la base de la cohérence cardiaque : trois fois par jour, faites six respirations par minute pendant cinq minutes. Personnellement, je le fais après mes micro-siestes, après le déjeuner. C'est très bénéfique lorsque je me sens fatiguée et que j'ai une longue journée. Je prends une inspiration sur cinq

LA PEUR

La peur est une émotion d'anticipation qui vous informe d'un danger réel ou imagé et qui vous invite à vous protéger.

Quand quelqu'un temporise et remet les choses au lendemain, il y a toujours une peur derrière.

Il existe différentes peurs :

- peur de l'imperfection,
- peur de l'inconnu,
- peur d'être jugé,
- peur de commettre des erreurs,
- peur du succès,
- peur des responsabilités,
- peur d'éprouver des émotions désagréables,
- peur de terminer ce que vous avez commencé,
- peur du rejet,
- peur de prendre de mauvaises décisions,
- etc.

La peur n'évite certes pas le danger mais vous avez peur car c'est l'inconnu. Vous n'êtes pas dans l'instant présent, vous vous projetez dans le futur, ce qui provoque la peur. La peur est bénéfique car elle permet d'anticiper. Elle permet de voir ce qui pourrait arriver de pire et comment vous pourriez le gérer.

L'ÉCHEC N'EXISTE PAS !

Les peurs vous empêchent de passer à l'action. 92 % des choses dont vous avez peur n'arrivent jamais !

Quand j'ai ouvert mon institut, je craignais de faire des choix. J'avais l'impression qu'il y avait un piège... Pour moi, faire des choix, c'était renoncer à quelque chose. Or, il n'y a pas de bon ou de mauvais choix, car les choix que vous faites à un moment donné sont pris avec les connaissances et les expériences que vous avez à ce jour. Si c'était un mauvais choix, vous pourriez vous dire que vous avez fait une erreur mais dites-vous que l'échec n'existe pas, car soit vous réussissez, soit vous apprenez et cela vous mène à autre chose. Quand la peur de vous tromper surgit, voici ce que je vous conseille :

- Notez de quoi vous avez le plus peur.
- Pensez à ce qu'il pourrait vous arriver de pire (notez toutes les possibilités).



Peur.

- Pour chaque possibilité, notez les solutions possibles que vous pourriez mettre en place pour pallier à cela.
 - Notez ensuite pour chaque possibilité ce que vous pouvez faire pour éviter cela.
 - Quand vous avez fini, posez-vous la question : « Ces peurs, ces possibilités pourraient-elles vraiment arriver ? Car, comme je vous le disais, 92 % de vos peurs n'arrivent jamais).
- Le fait de faire cet exercice d'imagination vous permettra de calmer votre mental et de le rassurer pour que vous puissiez prendre calmement votre décision.

VIVRE DANS LE PRÉSENT

Lao Tseu a écrit : « Si tu as tendance à faire de l'anxiété, c'est que tu as tendance à vivre dans le futur. Si tu as tendance à être dépressif, c'est que tu as tendance à vivre dans le passé. Si tu as tendance à être en paix, c'est que tu as tendance à vivre dans le présent ». Vivre dans le présent ne signifie pas de vivre uniquement dans l'instant présent, sans penser à ce qui arrivera dans le futur, c'est anticiper le futur, tout en vivant l'instant présent. La meilleure manière de se débarrasser d'une peur qui vous empêche de poser des actions importantes pour vous dans votre vie, c'est de la regarder en face et de l'identifier par son nom.

92 % DE VOS PEURS
N'ARRIVENT JAMAIS

LES INJONCTIONS

DÉPÊCHE-TOI !

Le «dépêche-toi» est quelque chose que l'on dit souvent aussi à ses enfants. «Il faut se dépêcher, je devrais déjà avoir fini, je ne peux pas attendre,

je suis plus efficace dans l'urgence, je ne supporte pas les personnes lentes.» Les conséquences de ce message contraignant, c'est que vous ne vivez pas l'instant présent mais que vous vivez constamment dans l'anticipation «et si... et si...». Cela va générer du stress et de la peur, et va plus vous freiner que vous faire gagner du temps. Dans votre métier, cela peut avoir des conséquences sur la qualité de votre travail, à vouloir aller vite (plus de quantité que de qualité). Et si vous gérez une équipe, cela entraîne un gros manque de patience, avec par exemple une collaboratrice qui aurait besoin de plus de temps pour assimiler les choses.

- Les injonctions sont les messages contraignants. Il en existe cinq : sois parfait, fais plaisir, dépêche-toi, sois fort, fournis des efforts.

Les injonctions sont des croyances/petites voix/des messages que vous avez reçus, qu'on vous a inculqués et des expériences que vous avez vécues durant votre enfance. Connaître ces croyances permet de les identifier afin de leur accorder moins de crédit. C'est-à-dire que quand vous connaissez le message qui vous empêche de passer à l'action, d'être qui vous voudriez, vous pouvez le changer. N'oubliez pas, vous ne pouvez changer ce dont vous n'avez pas conscience.

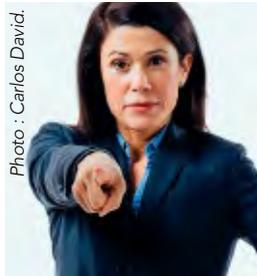


Photo : Carlos David.

Injonctions.

FAIS PLAISIR À TA CLIENTE !

Nous les esthéticiennes, nous nous disons souvent «Fais plaisir à ta cliente». Le fait de faire plaisir n'est pas une mauvaise chose, ce qui est négatif c'est quand vous voulez absolument faire plaisir, à vos dépens... Vous allez alors dire «oui» à tout (à la cliente qui veut venir absolument tel jour alors qu'il n'y a plus de place, vous la prenez sur la pause déjeuner, ou le soir tard, ou la cliente qui demande une remise, vous ne savez pas refuser, l'employée qui demande un samedi alors qu'il y a foule...), par peur de ne plus «faire plaisir» et de ce fait de ne plus être «aimée» «acceptée»...

SOIS PARFAITE !

«Je dois être parfaite, si ce n'est pas parfait ça ne sert à rien, ce n'est pas assez parfait, je peux mieux faire, si ce n'est pas bien fait autant ne rien faire.» C'est encore une fois, en général pendant votre enfance que ce message s'installe. On vous dit : «Tu n'as eu que 18 ? Ce n'est pas assez, tu n'as pas assez travaillé». La conséquence est que vous allez vous mettre toute seule la pression sur tout, et la mettre aussi aux autres ! Vous n'allez pas savoir déléguer, car vous pensez que cela ne sera pas aussi parfait que vous. Et cela va impacter votre organisation, votre évolution, votre fatigue... car vous vous croyez indispensable et irremplaçable.

FAIS PLAISIR !

«Je dois être gentille pour être appréciée, il faut faire plaisir aux autres, c'est égoïste de penser à soi, si je refuse de lui donner son week-end elle va démissionner.» Vous vous sentez finalement contrainte à faire plaisir. Votre éducation y est encore pour quelque chose : «Fais plaisir à maman, encore une cuillère de soupe». On ne vous demande pas ce dont vous avez envie. On va vous dire de faire plaisir sans connaître votre réelle envie. Le fait de penser que vous êtes obligée de faire plaisir va faire que vous ne vous écoutez pas, que vous n'êtes pas en contact avec vos propres sensations, émotions, envies, mais uniquement celles des autres. En esthétique c'est pareil, le fait de vouloir toujours faire plaisir aux autres sans penser à vos besoins, envies va créer des frustrations, des sentiments d'insatisfactions.

FAIS DES EFFORTS !

«Il faut gagner sa vie à la sueur de son front, la vie n'est jamais facile, on n'a rien sans rien, il faut fournir des efforts pour y arriver.» Il faut que cela soit difficile sinon cela ne sert à rien de faire quoique ce soit. Pourtant, cela est bien plus agréable lorsque c'est facile ! Le fait de penser qu'il faut qu'une tâche soit difficile, pour être fière du travail accompli va générer une insatisfaction permanente. C'est une exigence continue et insatiable, qui peut générer un manque de confiance en soi et un acharnement inapproprié et improductif au travail (perte de temps en rendant une tâche plus difficile qu'elle ne l'est en réalité).

SOIS FORTE !

«Il faut se débrouiller toute seule dans la vie, exprimer ses émotions est une faiblesse, arrête de chipoter, un adulte ne pleure pas.» Croire que vous devez vous débrouiller seule, que vous n'avez besoin de personne implique que vous n'allez jamais déléguer. Penser que montrer vos émotions est une faiblesse signifie ne jamais exprimer vos émotions, ni écouter celles des autres. Ignorer vos propres émotions, c'est ne pas écouter les messages envoyés et de ce fait ignorer vos réels besoins : fatigue, surmenage, insatisfaction, frustration... À long terme, ce comportement peut emmener au burn-out.

Ces messages vous ont aidée dans votre vie. Parfois, cela vous a desservi. Il faut réussir à faire le point et vous demander ce qu'il faut que vous gardiez et ce qu'il faut que vous abandonniez. ●●●

VOUS NE POUVEZ PAS
CHANGER CE DONT VOUS
N'AVEZ PAS CONSCIENCE

Nuremberg, Allemagne

14.-17/02/2023

VIVANESS 2023

into natural beauty

Le Salon International des Produits
Cosmétiques Naturels

VIVANESS Paving the path

Tous les chemins mènent à... Nuremberg - au salon VIVANESS 2023. Découvrez la beauté, la santé et le naturel, trouvez des idées et profitez de rencontres personnelles avec la communauté des cosmétiques naturels. Laissons ensemble notre empreinte et empruntons de nouvelles voies. Serez-vous de la partie ?

#intonaturalbeauty



LES ASSOCIATIONS D'ÉMOTIONS



Photo : R. Gino Santa Maria.

Associations d'émotions.

- Vous faites des associations avec toutes vos expériences de vie qui sont liées à vos émotions. Chaque expérience est classée et associée à une émotion et des VAKOGE (Visuel, Auditif, Kinesthésique, Olfactif, Gustatif et Émotionnel). Cela est lié à des émotions. Lorsque vous étiez enceinte, vous aviez l'impression de voir des femmes enceintes partout. En fait, c'est votre inconscient qui va aller vers ce qui vous intéresse réellement. Si vous voyez du négatif partout, votre inconscient ne va vous mener que vers du négatif. En revanche, si vous voyez du positif partout, et que vous vous dites que ce n'est pas grave, que ce n'est rien, votre inconscient vous guidera vers du positif. Cela fonctionne de la même façon avec des événements. Si vous avez associé la vente à quelque chose que vous n'aimez pas, il va falloir la dissocier en vous disant que vous avez eu peur et qu'il faut essayer autrement. Interrogez-vous pour savoir comment changer cette expérience : vous former, choisir une marque que vous adorez, etc. Vous ne ferez plus de vente mais du conseil et cela va tout changer.

SI VOUS VOYEZ DU
NÉGATIF PARTOUT,
VOTRE INCONSCIENT
VA VOUS MENER
VERS DU NÉGATIF

- Elle a aimé le résultat sur sa peau, elle aimerait que ça dure.
- Elle m'a demandé de traiter ses ridules, je sais bien que ce n'est pas en venant une fois qu'elle aura le résultat qu'elle recherche, ni si elle ne fait rien à la maison...
- Je ne lui «vends» pas des produits, le conseil fait partie de mon parcours client et du résultat recherché.
- La cliente est satisfaite et elle me fait confiance en tant que professionnelle.

FAIRE LE POINT

Faites le point avec les mots qui vous font peur : d'où viennent ces pensées, ces peurs ? Est-ce que ces pensées sont réalistes ? Noter les conséquences quand vous pensez cela. Changez leur signification en plus réaliste, juste et positif pour vous. Par exemple, le mot «vente».

La pensée

Vous pensez : «J'ai une mauvaise expérience de la vente, je ressens une boule au ventre quand j'y pense, j'ai l'impression de faire du «forcing», j'ai peur que la cliente ne revienne plus, qu'elle ne m'apprécie plus, que je l'embête avec mes conseils, qu'elle n'ait pas le temps, qu'elle n'ait pas les moyens d'acheter...».

Les conséquences

- Quand je pense cela, que se passe-t-il ?
- Je ne propose pas de produits.
- Je me sens frustrée.
- J'ai des produits qui dorment sur les rayons.
- La cliente risque d'aller acheter ailleurs (et peut-être ne plus revenir).
-

La réalité

Voici ce qu'il est plus juste de penser :

- La cliente a profité d'un soin professionnel, elle est contente de ma prestation.

LES CROYANCES LIMITANTES

Une croyance, c'est une pensée que vous considérez comme la vérité. Il existe trois types de croyances :

- **La neutre** : elle n'aura aucun impact sur votre vie et dans vos choix : «Je pense qu'il faut porter une blouse blanche dans mon métier».
- **La ressource** : elle aura un impact positif sur votre vie et dans vos choix : «Je pense que je peux apprendre et me perfectionner pour être une bonne praticienne».
- **La limitante** : elle aura un impact négatif dans votre vie et dans vos choix : «Je pense qu'une esthéticienne ne gagne jamais bien sa vie».

CHANGER VOS CROYANCES

Il faut vous poser la question suivante : «Cette croyance vous appartient-elle ou est-ce quelque chose que l'on vous a dit ? Est-ce toujours cette vérité qui se produit ?». Il est question d'avoir l'esprit ouvert, d'essayer de nouvelles choses et tenter. Ce n'est pas parce que cela fonctionnait ainsi avant, que cela va toujours fonctionner.

À RETENIR

- **Demandez de l'aide à des professionnels par rapport à ce qu'il vous manque en compétences, connaissances, aptitudes...**
- **Connaissances des techniques** : si vous voulez vous spécialiser dans un domaine en particulier (soin corps, visage, minceur...).
- **Nouvelles aptitudes** : s'il vous manque des connaissances en écoute active, gestion des émotions, savoir équilibrer vie personnelle et professionnelle...
- **Nouvelles compétences** : si vous avez besoin d'apprendre ou de vous perfectionner (vente, management, leadership, gestion, rentabilité...).
- **Apprenez à déléguer, développez de nouvelles compétences.**
- **Accordez-vous le droit à l'imperfection car vous avez le droit d'échouer, c'est ainsi que vous apprenez. Il est vrai que ce n'est pas toujours évident de vous le dire lorsque vous le vivez quotidiennement... Certaines en viennent même jusqu'à fermer leur institut.**
- **Ayez un état d'esprit positif, cela permet d'avancer.**
- **Définissez vos limites et faites-vous confiance.**
- **En tant que chef d'entreprise, prenez soin de vous : dormez suffisamment, soignez votre alimentation, pratiquez une activité sportive, recherchez et mettez en mode automatique les choses qui vous procurent des émotions positives et qui vous font du bien.**
- **Et n'oubliez pas, la vie c'est comme le yin et le yang, elle est fait de haut et de bas, s'il n'y avait pas de yin il n'y aurait pas de yang.**



Croyances.

ARRÊTEZ DE VOUS COMPARER !

La comparaison, c'est humain et tout est comparable. En revanche, le jugement est limitant, notamment lorsqu'il s'agit de vous comparer aux autres. Dites-vous que la personne à qui vous vous comparez a ses schémas de vie, ses expériences. Peut-être a-t-elle eu ses échecs, ce qui fait qu'elle a essayé autrement et qu'elle a maintenant réussi. Aussi, dites-vous que vous ne voyez que l'avant-scène. Vous ne connaissez pas la personne. Vous ne voyez pas ce qu'il y a derrière, ce qui s'y passe. Le jugement est limitant car il vous empêche d'avancer, alors soyez vous-même !

SOYEZ VOUS-MÊME !

Les gens ne viennent plus pour une marque, ils viennent pour vous, pour vivre des émotions. Prenons l'exemple de la marque Nike. Dans leur publicité, on n'entend pas parler de la marque, on nous parle d'émotion. On voit une femme courir, réussir, et c'est ça que vos clientes viennent chercher chez vous : l'émotion. Il est inutile de vous comparer, puisque vous ne ferez jamais comme les autres. Vous pouvez avoir les marques, proposer les mêmes prestations, cela ne sera jamais pareil. Vous avez votre main, votre expérience et vos mots. Revenez à votre «Pourquoi je fais ce que je fais ?» et rappelez-vous ce qui vous fait vibrer. 

C'EST LA TECHNOLOGIE QUE J'AI CHOISIE

En institut ou à domicile, ces esthéticiennes ont fait le choix «Led Light IR 2.0» de KBS Distribution. Un appareil Led pliable, transportable et qui offre d'excellents résultats. La preuve...

LUCIE DEMENGEON,

Esthéticienne à domicile, Charmes (88130)

Quand les clientes testent la ledthérapie, elles tombent sous le charme des super résultats. J'ai gagné en C.A. J'ai rentabilisé la machine en quatre mois ! La ledthérapie m'apporte une complémentarité à mes soins visage et corps. Je recommande KBS Distribution : Leslie ne compte pas son temps et elle est toujours à l'écoute, de très bon conseil, c'est une super équipe !

ALICE POUGARY, Gérante d'Ali-Ka Possession Coiffure-Esthétique, Ile de La Réunion

Les clientes adorent la ledthérapie car c'est non-invasif, indolore et elle peut s'utiliser sur tout type de peau. Nous avons mis en place des cures de six séances, ce qui a permis une nette évolution du chiffre d'affaires. Nous sommes très satisfaites de notre investissement qui a été rentabilisé en trois mois ! Nous recommandons KBS Distribution pour son professionnalisme, KBS est une référence dans les appareils de soins innovants.

MÉLANIE MALLET, Gérante Calypso, Sézanne (51120)

Je possédais déjà depuis plus de huit ans un appareil de Led, j'avais besoin d'en avoir un second mais portatif celui-là. J'ai donc investi chez KBS Distribution et j'en suis vraiment ravie car cet appareil est plus performant que mon ancien. J'ai pu proposer une nouvelle prestation grâce aux masques que l'on applique.

CÉLINE ROSSI, Esthéticienne à domicile, Omessa, Corse

Je suis contente d'avoir investi dans cette nouvelle technologie qui a été très vite rentabilisée. Sans oublier Aurélie pour son professionnalisme, toujours présente si on a besoin d'elle, un grand merci à elle, cela ne m'étonne pas qu'elle ait autant de succès. Je recommande KBS à toutes les esthéticiennes qui veulent proposer une nouvelle prestation efficace et sans trop d'investissement. N'hésitez plus... Foncez !

ANNE VOLAT, Gérante Anne Sélène Spa Bora Bora, Polynésie

Dès le premier mois, j'ai doublé mon chiffre d'affaires ! KBS Distribution m'apporte une vraie complémentarité dans mes soins et une qualité au niveau des soins. J'ai déjà recommandé KBS Distribution à d'autres esthéticiennes.

ALINE NAMOTTE, Gérante L'instant pour Soi, Belgique

La ledthérapie est un soin ultra-performant à un prix très abordable et très vite rentabilisé. Je l'associe à mon soin de dermabrasion et les résultats sont déjà visibles après une seule séance. KBS avec Leslie font tout pour vous aider et vous former correctement.

LOUISA BENZAADI, Gérante LBM Paris, Drancy (93700)

Depuis l'acquisition de mon appareil de ledthérapie, j'ai touché une nouvelle clientèle. Les clientes sont complètement fans de ce nouveau soin. Le fait d'avoir un soin mains libres me permet d'avoir deux rendez-vous quasi en même temps...

MYLÈNE PENA, Gérante Salon L & Lui, Coiffure et Esthétique, Pointe Noire, Congo

Notre collaboration avec KBS nous a permis de développer un nouveau protocole de soin, ainsi qu'une technologie inédite et professionnelle avec des résultats plus que satisfaisants, mais également d'attirer une nouvelle clientèle en recherche de bien-être.

MAGALI DA SILVA, Gérante de l'Eden Institut, Viarmes (95270)

J'utilise le «Led Light IR 2.0» depuis cet été et je suis très contente pour plusieurs raisons :

- j'ai attiré une nouvelle clientèle grâce à cette technologie, ce qui a augmenté mon C.A en plus de fidéliser mes clientes qui étaient en demande de soins plus spécifiques,
- les résultats sont bluffants dès la première séance,
- cet appareil vient en complément de mes soins que je pratique et a élargi mon domaine d'expertise,
- je reste dans le bien-être qui est mon domaine de prédilection, puisque les clientes se reposent pendant la séance, encore plus si on l'associe à un massage,
- les clientes ont le choix de le faire en séance seule ou en cure. Face aux résultats après un soin Led, la cure se vend très bien,
- le «Led Light IR 2.0» est mains libres, je peux donc m'occuper d'une autre cliente pendant une séance de Led,
- avec les cures proposées, l'appareil est rentabilisé en quelques mois seulement.

MARION VOLAYRE, Kératothérapeute, Gérante L'Ecrin du Soins, Saint Jean Saint Nicolas (05260)

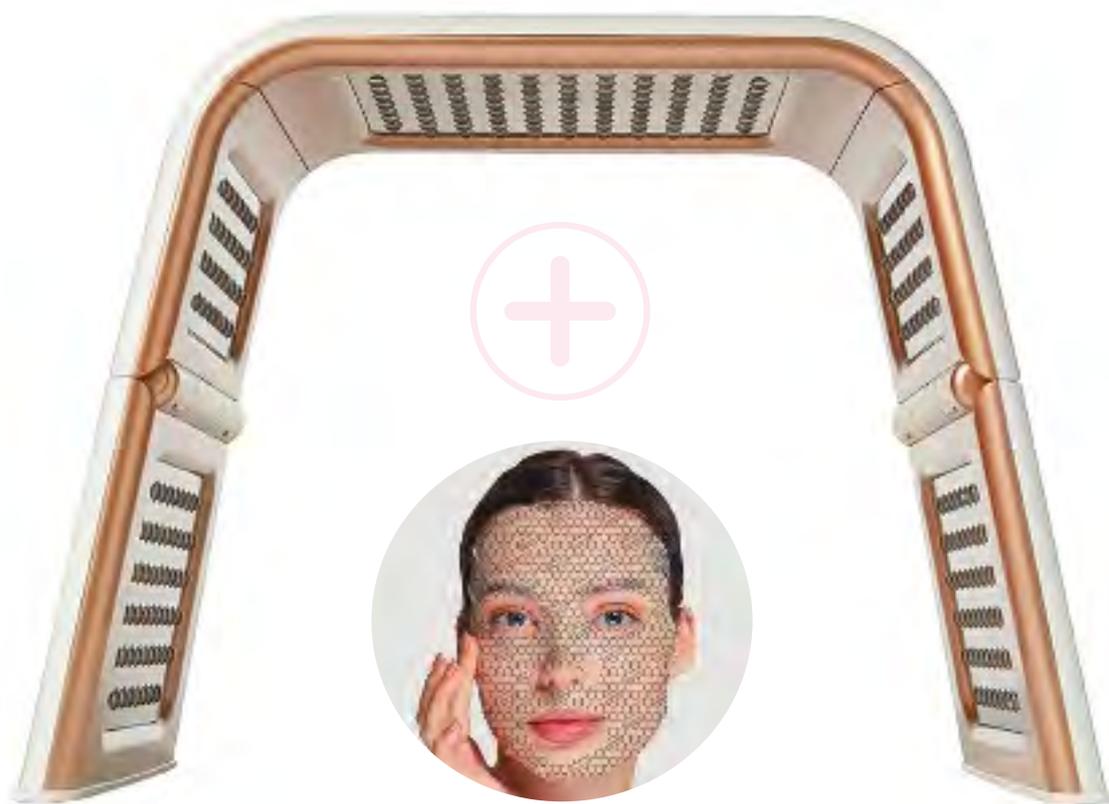
Après seulement quatre mois d'utilisation, mes clientes en sont déjà fans et convaincues ! Seul ou en

complément de soin, les résultats sont là avec une parfaite innocuité. De plus, la ledthérapie est une technologie mains libres, cela me libère du temps. Cette prestation me permet de réaliser des soins de grande qualité, de fidéliser mes clientes et d'en accompagner de nouvelles tout en augmentant mon C.A et en me libérant du temps. La vie est belle ! Merci Aurélie... 



Découvrez la technologie
LED LIGHT IR 2.0[®]
associée à l'innovation cosmétique Coréenne

anti-âge anti-tâches anti-acné



Masque **PRIX NOBEL**

*« Le Jardin de votre Jeunesse révélé
par les Secrets de la Beauté Coréenne »*

A. Foucart



UNE TABLE DE MASSAGE À LA BONNE HAUTEUR : un enjeu de posture

Pour éviter les tensions, douleurs et contractions chroniques, la bonne hauteur de votre table de massage est l'un des facteurs déterminants. Encore faut-il savoir choisir la bonne hauteur et ce n'est pas aussi simple que cela en a l'air. Alors à vos mesures ! Prête, Partez !

PAR **CAROLE BERGER**, FORMATRICE EN MESSAGES, SOINS CORPORELS ET POSTUROLOGIE,
AUTEURE DU LIVRE «POSTUROLOGIE DU MASSAGE» AUX ÉDITIONS DANGLES.

De nombreuses esthéticiennes hésitent encore sur la hauteur idéale de leur table pour travailler. Elles ont souvent pris des habitudes qui n'aident pas leur dos ou leurs épaules à se sentir bien. Elles entendent des informations contradictoires : il faut la positionner au niveau de la «taille», elle doit être le plus bas possible, elle doit être haute pour protéger le dos.... Trop haute, les épaules remontent et créent des tensions. Trop basse, les lombaires peuvent «tirer» et les muscles des jambes deviennent douloureux. Un vrai casse-tête ! Allons faire un petit tour du côté de l'ergonomie posturale pour trouver des réponses. Trois règles incontournables vont vous permettre d'ajuster votre table pour un confort bienvenu du corps et notamment du dos, des épaules et de la nuque.

TOUT DÉPEND DE VOS BRAS...

Vous avez déjà probablement entendu qu'une table bien réglée devait être à la hauteur de la taille. Et c'est peut-être d'ailleurs le repère que vous avez choisi pour masser. Ce n'est peut-être pas le bon choix... Nous avons toutes et tous des morphologies différentes. Certaines ont un tronc petit et de longues jambes, pour d'autres, les proportions sont inversées. La hauteur de table n'est pas déterminée par la ligne de votre taille (communément appelée les hanches). Le critère est la longueur de vos bras. Nous avons des bras plus ou moins longs

et c'est bien cette donnée qu'il faut prendre en compte. Prenons donc la longueur des bras comme repère et adoptons une bonne posture de départ : les genoux sont

TOUT DÉPEND DU MASSAGE PROPOSÉ

Le plus souvent, l'esthéticienne propose à ses clientes un éventail de techniques qui vont du massage relaxant au massage sportif, shiatsu ou deep tissu. Elle a donc besoin de plus ou moins de poids de corps et de puissance pour donner le meilleur. Étonnamment même, il n'est pas rare de voir une cliente demander de la pression sur un massage relaxant, a priori doux et superficiel. L'esthéticienne doit donc être prête à répondre au mieux à la demande et à engager la puissance nécessaire pour la satisfaire.

déverrouillés et les épaules en rotation basse et bien détendues (ouvrez les pectoraux et ne laissez pas vos épaules partir vers l'avant).

LE POING DOIT FRÔLER LA TABLE

L'exigence minimum pour une bonne hauteur de table : votre paume ou votre poing frôle la table.



Beaucoup de mes élèves s'écrient que c'est trop bas, qu'il est impossible de travailler ainsi, qu'ils vont se faire mal au dos. La raison principale : ils ne fléchissent pas assez sur leurs jambes. Tant que le dos est dans son alignement, qu'il garde sa verticalité, c'est aux jambes de faire le «boulot». Les muscles des cuisses sont très puissants et donnent toute la force et l'engagement nécessaire pour mettre en place le bon geste tout en protégeant le rachis (colonne vertébrale). Même dans un massage relaxant à faible pression, le dos peut souffrir si la table est trop haute. Il ne doit pas s'arrondir. Les épaules ne doivent pas remonter. C'est malheureusement ce que l'on voit beaucoup en techniques relaxantes, notamment sur des glissers de dos avec le masseur à la tête de la cliente.



Plus le massage est profond et plus la table doit être basse

Plus vous travaillez en profondeur en utilisant votre poids de corps, plus la table doit être basse. Les muscles de vos cuisses travailleront davantage en plié (pour la bonne cause et sans danger pour le corps) mais vous pourrez aussi placer correctement votre tronc au-dessus de la zone de pression pour un poids de corps maximum. Pour les techniques profondes, la mesure a minima conseillée est d'un ou deux poings d'espace entre la table et votre main.



Vous pouvez toujours travailler encore plus bas si votre corps se sent bien avec un centre de gravité plus près du sol. Si c'est le cas, pensez à bien gagner vos transverses (abdominaux profonds) et votre périnée. ●●●

LE DOS DOIT
GARDER SA
VERTICALITÉ ET
C'EST AUX JAMBES
DE FAIRE LE
«BOULOT»

cliente menue. Si vous avez une table électrique, il est facile d'adapter très vite en fonction de la cliente qui se présente.

Pour les tables manuelles, c'est une autre histoire... Dans l'idéal, lorsque vos deux poings ou paumes sont sur le dos de votre cliente, vos épaules doivent rester basses sans aucune élévation. Prenez la mesure avec les genoux toujours déverrouillés !

IL EST PRÉFÉRABLE QUE VOTRE TABLE SOIT TROP BASSE PLUTÔT QUE TROP HAUTE

FAITES DES TESTS ET ÉCOUTEZ VOTRE CORPS

- Observez/écoutez votre corps pendant le massage et vérifiez que :
 - vos épaules ne sont pas remontées pendant les manœuvres, elles doivent rester au maximum relâchées,
 - vos vertèbres dorsales ne sont pas entrées en cyphose (forme convexe, le dos arrondi),Retenez la ou les manœuvres qui vous ont posé le plus de «problème» à cause de la hauteur de table. Notez-les dès que vous avez une minute pour y revenir tranquillement avec une collègue et en refaisant des essais avec une table plus basse/plus haute. Votre corps sera toujours là pour vous dire si vous avez fait ou pas le bon choix. Prenez conscience de ce qui «tire» à la fin de la journée. Repérez les zones de tension. Prenez une petite dose d'arnica au passage et refaites un essai le lendemain avec une nouvelle hauteur de table. C'est avec l'expérimentation que vous trouverez votre juste mesure.

TOUT DÉPEND DU «VOLUME» DE VOTRE CLIENTE

Comme si cela ne suffisait pas, ajoutons quelques précisions. Idéalement, la table est à une hauteur différente pour une cliente voluptueuse ou au contraire pour une



Oui.

Non.

Comment sera votre prochaine cliente ?

Comment connaître la morphologie de votre prochaine cliente que vous n'avez jamais vue ? Il va falloir faire avec...

Une règle est de mise : plutôt «moins» que «plus», c'est-à-dire plutôt plus bas que trop haut. Afin de ne pas être surprise, présumez que votre cliente est voluptueuse ou très musclée. Si vous avez fait la bonne pioche, vous êtes tranquille. Si vous vous retrouvez face à une personne fine, vous avez deux choix :

- Demander à votre cliente de patienter quelques secondes à l'extérieur de la cabine pour prendre le temps de faire le bon réglage.

- Profitez-en pour tester votre puissance de jambes et renforcer ces muscles en travaillant avec une flexion plus importante des articulations coxo-fémorales. Attention toutefois à ne pas jouer avec des flexions du rachis dorsal (dos en rond). Si à la fin de la journée, vous avez des courbatures au niveau des muscles des cuisses, ce n'est pas un signe de mauvaise posture, ces «douleurs» sont juste là pour vous dire que les muscles ont bien travaillé et qu'ils gagnent en force. Étirez-les bien en fin de journée pour drainer les toxines et apaiser les fibres. Plus vous travaillerez en utilisant la force de vos jambes, plus vous gagnerez en stabilité et en puissance.



MUSIC SOURCE

LA PLATEFORME MUSICALE

POUR LES PROFESSIONNELS DU BIEN-ÊTRE,

DE LA SANTE ET DE LA NATURE

LANCE SON APPLICATION !

SEPT UNIVERS

MUSICAUX

DE LA MUSIQUE

EN CONTINU

GRATUITEMENT

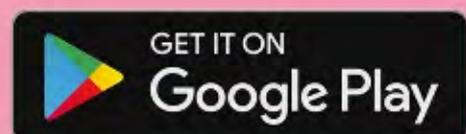
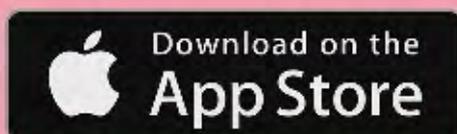
SANS PUBLICITÉ



SCANNEZ,
TÉLÉCHARGEZ,
ÉCOUTEZ.



DISPONIBLE SUR



www.musicsource.fr

ORIGINS

contact@musicsource.fr

PLUS VOUS UTILISEREZ LA FORCE DE VOS JAMBES ET PLUS VOUS GAGNEREZ EN PUISSANCE

●●● Et pour les tables non réglables, comment faire ?

Il existe encore des tables fixes, qui ne peuvent pas être ajustées en hauteur. Quel que soit votre gabarit, vous devez faire avec, vous n'avez pas le choix... Avec un peu de chance, cela vous convient et vous pouvez garder une bonne posture. C'est malheureusement rarement le cas. La situation peut être très pénible, voire douloureuse. Si vos épaules sont en permanence élevées, contractées, mises en tension, si vous ne pouvez pas faire autrement que de plier le dos, si vous êtes sur la pointe des pieds pour certains gestes, votre corps risque de développer des TMS.

Il n'y a pas de solution miracle à part changer de table. Si vous êtes dans cette situation, la seule solution concrète est de mettre en place des contre-mesures :

- Adaptez vos gestes en sortant du protocole standard, si cela est possible. Préférez le travail sur des petites zones du corps de votre cliente, le travail par hémicorps, des techniques où vous travaillez en homolatéral et non en contralatéral...

- Appliquez moins de pression pour moins forcer.

- Montez sur la table en techniques thaï ou shiatsu pour les mouvements en pression ou de faible amplitude.

- Développez une routine de fin de journée en étirements, automassages pendant au moins 20 minutes.

- Faites appel à l'arnica et aux compresses froides sur les zones douloureuses, allez voir du côté de la naturopathie pour trouver les plantes qui soulagent.

*

Une bonne hauteur de table est celle qui s'adapte à la technique et à la cliente. Les règles a minima sont là pour donner quelques repères afin de protéger au mieux vos lombaires, votre nuque et vos épaules. La bonne nouvelle



est qu'avec l'expérience, vous n'aurez plus à vous poser de questions car la bonne habitude d'une posture qui préserve votre corps vous fera adapter la hauteur à la technique choisie et au premier coup d'œil sur la cliente. Encore faut-il penser aussi à vous lorsque vous massez et à écouter votre corps. Une épaule qui se lève doit être détectée très vite pour aussitôt être corrigée. Penser à protéger votre corps est aussi important que de donner le meilleur à votre cliente. L'un ne va pas sans l'autre. 🇫🇷

GROUPE SILVYA TERRADE

WWW.GROUPE-TERRADE.COM

BEAUTÉ
BIEN-ÊTRE
SANTÉ

DES FORMATIONS
DU CAP AU BAC+5
DU DIPLÔME À LA CERTIFICATION
DU E-LEARNING

PRÉSENTS
DANS TOUTE LA FRANCE
EN SUISSE ET EN ANGLETERRE



Groupe
Silvya Terrade



@silvya_terrade



@silvya.terrade



@silvyaterrade



Groupe
Silvya Terrade

Centre de Formation
d'Apprentis



Qualiopi
processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes :

- Actions de formations
- Actions permettant de faire valider les acquis de l'expérience dans les conditions prévues au livre IV - articles L6411-1 à L6423-2
- Actions de formation par apprentissage, au sens de l'article L6211-2

EDUQUA

Actualités **SPORT**

Par Alizée BOSCHIN

V Punch

L'organisme de coaching et de formation V Punch met la boxe au service de la santé mentale.



Cinq activités complémentaires sont proposées et assurées par des professionnels du milieu thérapeutique, médical et sportif :

- des séances de boxe thérapie individuelles ou en groupe au sein de centres de santé spécialisés,
- des formations spécialisées en boxe thérapie,
- du coaching boxe thérapie pour les particuliers,
- des séminaires d'entreprises,
- des cours de boxe grand public.

Les prestations de V Punch s'adressent à tous.

PRATIQUER LA BOXE ET LA BOXE THÉRAPIE

- Le coaching se déroule en individuel ou en groupe. L'équipe élabore pour chaque client un programme personnalisé permettant de répondre aux besoins de chacun (préparation mentale et physique, analyse fonctionnelle, cadrage, transfert de poids, etc.).
- Les séances de boxe thérapie : se déroulent dans des centres spécialisés pour répondre aux besoins des personnes souffrant de troubles psychiques et physiques.
- Le team building : V Punch organise des événements à destination des entreprises qui souhaitent renforcer la qualité de vie au travail et la cohésion de leurs équipes grâce au sport. Trois activités sont proposées : l'initiation, pour découvrir la boxe, les jeux d'équipes et d'oppositions, et un temps convivial.
- Les cours de boxe anglaise sont proposés en cours collectifs et individuels.

 [@boxe_therapie](#)

www.boxetherapie.com

La crise sanitaire a attisé l'appétit des Français pour le sport. Dès le premier confinement, ils se sont tournés en masse vers diverses disciplines : running, yoga et fitness.

La boxe a profité de ce regain d'intérêt pour le sport. Cette discipline agit sur le développement physique et sur le développement personnel. D'un côté, elle améliore l'endurance, renforce la musculature et développe la coordination. De l'autre, elle permet de mieux gérer ses émotions, favorise la concentration, et a un réel pouvoir sur la confiance et l'estime de soi.

Mais V Punch va bien au-delà de la pratique sportive.

SPECIALISTE DE LA BOXE THÉRAPIE

La boxe thérapie est un outil thérapeutique innovant. Cette méthode associe la pratique de la boxe à des techniques de préparation mentale, de psychologie et de relaxation.

4 Nouvelles disciplines

Le Klay présente ses quatre nouvelles disciplines sportives :

YOGA LAB

Un espace d'expérimentation yogique. Une synthèse de différents styles, de traditions, et d'écoles du yoga en lien avec la biomécanique du corps, la respiration et la méditation.

BOOTY FUNCTIONS

Un travail de renforcement autour des fessiers pour réactiver leurs fonctions principales. Objectifs : amélioration des performances, prévention des tensions du dos et des genoux et perfectionnement de la mobilité.

PUSHCAMP

Un entraînement fondé sur la mobilité. Technique, cette discipline s'axe sur un travail raisonné d'amplitude articulaire et de renforcement musculaire afin de gagner en souplesse et en liberté corporelle.

COMFORT ZONE

Un cours de méditation conçu pour découvrir et expérimenter sa zone de confort. Un voyage hors du temps accompagné d'étirements avec la Swissball.

 [@klayparis - www.klay.fr](#)



R Rocky Spirit

C'est le nouveau cours de la rentrée de L'Usine : pour suivre les pas de Rocky Balboa !

HIIT cardio, cycling, renforcement musculaire, corde à sauter, boxing shadow... Rocky Spirit est le cours inédit de la rentrée.

Ce cours de 1h est très complet, et propose des enchaînements de cardio intensif, mouvements fonctionnels et entraînement de boxe, répartis comme suit :

- Cycling : échauffement et challenge/10 mn,
- Récupération active/3 mn,
- Cardio HIIT : battle rope + kettlebell/10 mn avec pause,
- Récupération active/3 mn,
- Corde à sauter/5 mn,
- Circuit boxe : enchaînements de plusieurs exercices de boxe (sacs de frappe uniquement poings, pieds et poings, shadow boxing...) /25 mn avec pause,
- Retour au calme/4 mn.

«Le cours Rocky Spirit permet d'améliorer très rapidement sa résistance et son endurance grâce à un travail foncier intensif en interval training. La

combinaison des différents exercices proposés permet de travailler tous les muscles en full body. En outre, la partie boxing développe le haut du corps, la sangle abdominale et le travail des appuis», précise Yoann, le coach.

Le mental est également mis à rude épreuve car à chaque cours le coach fixe des objectifs à atteindre.

 @lusine_sport

www.usinesportsclub.com



Photo : @veeren

J'AI TESTÉ

Préparez-vous à transpirer ! Cardio intense, boxe et renforcement musculaire, sacré programme. On commence par l'échauffement puis le cardio HIIT, s'en suit d'un sprint de 5 minutes de cycling puis direction le ring pour la partie boxe (squats, crochets, coups droit, sac de frappe, etc.), et on termine par un peu de gainage. 1h intense, mais satisfaisante, on se sent tellement bien après. J'ai apprécié le challenge, se dépasser, aller plus loin et plus fort (le mental est très important), un vrai défoulement ! Petit conseil : soyez déjà en bonne condition physique et apportez vos gants. Les bienfaits : cet entraînement dessine la silhouette, muscle et fortifie les abdos. Foncez !

Entraînements vidéo pour se surpasser

Dernière nouveauté, les FP Studios proposent des entraînements en vidéo sur-mesure et exclusifs, pensés par Fitness Park et pour ses adhérents.



Ces cours viennent en complément des espaces traditionnels de cardio training, musculation ou cross training.

Avec quatre nouveaux studios, l'enseigne propose des trainings coachés en libre-service, de 6h à 23h. Ces sessions inédites viennent dépoussiérer les traditionnels cours en vidéo grâce à des entraînements répondant aux dernières tendances sport.

Les studios 100 % FP offrent une grande variété de trainings :

- Studio Athletic : trainings courts et intenses sous forme de circuit, intégrant différents mouvements pour améliorer l'endurance, les capacités cardiovasculaires et l'explosivité (6 programmes : HIIT, Bootcamp, Core, Relax & Tone, Build et Flash).
- Studio Bench : améliore la puissance, booste le métabolisme tout en optimisant la technique d'entraî-

nement avec des sessions de renforcement musculaire (2 programmes : Power et Extrême).

- Studio Bike : des sessions d'indoor cycling pour améliorer les performances cardio et force (2 programmes : Ride et Power & Run).
- Studio Suspension : des entraînements avec sangles en suspension pour renforcer le gainage et la musculation (2 programmes : Fiit et Strong).

Ces cours permettent aux néophytes d'être accompagnés par un coach pour se dépasser et se surpasser dans une ambiance explosive.

 @fitnessparkofficiel

www.fitnesspark.fr

HYGIÈNE INTIME : parlez-en à vos clientes !

Parfois tabou, souvent mal connu et pratiquement toujours associé à des soucis gynécologiques, le sujet mérite d'être mieux connu. Grâce à cet article de PuresSENTIEL, vous pourrez en parler à vos clientes et échanger librement afin de faire tomber les idées reçues.



Photo : New Africa.

DIVERSES AGRESSIONS

Selon les activités, les habitudes, les moments de vie, etc., la région génitale externe de chacune est exposée à diverses agressions : lavages (trop) répétitifs et/ou inappropriés (agents lavants agressifs), port de vêtements serrés (jeans skinny par exemple), mauvais choix de lingerie (en matière synthétique notamment), papier toilette rêche, coloré ou parfumé, traces de transpiration ou d'urine, épilations fréquentes (ou intégrales) – parfois avec des produits inadaptés, utilisation de serviettes hygiéniques et/ou de protège-slips, maillot mouillé porté trop longtemps, contact avec le chlore, le sable, le sel... Il est important également de changer tous les jours de sous-vêtements et tous les deux jours de bas de pyjama, ainsi que de faire attention au choix de sa lessive car certaines formules sont irritantes.

Conséquences

Des rougeurs, des démangeaisons, des gonflements, une sensibilité exacerbée...

AUTRES FACTEURS

Des facteurs internes peuvent aussi intervenir dans l'apparition de troubles ou de désagréments. Cela peut apparaître

juste avant les règles, durant la grossesse, lors de la prise de certains médicaments (antibiotiques, contraceptifs oraux, corticoïdes...), s'il y a une utilisation prolongée de tampons hygiéniques, au moment de la périménopause (avant, pendant et après), en cas de fatigue, de stress, de rapports sexuels alors que la muqueuse n'est pas assez lubrifiée, d'allergie aux préservatifs...

Conséquences

Une sécheresse vulvaire et/ou vaginale, des douleurs, une inflammation interne, des tiraillements, parfois même une infection... Quoi qu'il en soit, il faut toujours en parler à un spécialiste (médecin traitant ou gynécologue).

LES SOLUTIONS

Procéder à une toilette intime une à deux fois par jour (maxi) avec un produit au pH physiologique proche de celui de la vulve. Compris entre 4,8 et 5,5, ce dernier est plus acide que celui de la peau (généralement de 6,5), car il a pour fonction de combattre naturellement les germes et d'assurer un équilibre optimal de la flore vaginale.

Utiliser un nettoyant classique avec un pH neutre ou basique n'aurait donc pas la même efficacité. C'est pourquoi un gel douche pour le visage ou le corps n'est pas adapté à cette zone.

Il faut toujours se laver à la main, d'avant vers l'arrière – un gant de toilette ou une fleur de douche peuvent être porteurs au fil des jours de germes et de bactéries. Par ailleurs, il est important de se rincer soigneusement à l'eau claire et de se sécher à l'aide d'une serviette propre en effectuant de légers tapotements.

Enfin, il est préférable d'employer un produit naturel car, contrairement à une formule classique, celui-ci ne comporte pas d'antiseptiques chimiques et d'agents lavants irri-

tants, susceptibles d'agresser les muqueuses, de détruire la barrière protectrice de la glaire cervicale (dont la fonction est à la fois naturellement nettoyante et lubrifiante) et de déséquilibrer la flore vaginale. Car, en cas de fragilisation de la sphère intime, il y a un risque accru d'infections gynécologiques, de cystites, etc. D'autre part, la finesse de la peau – essentiellement au niveau des petites lèvres qui sont très vascularisées – favorise la pénétration de certains composants toxiques dans l'organisme.

SAVOIR PRENDRE SOIN DE SON INTIMITÉ

Le Dr Bérengère Arnal, gynécologue, obstétricienne, répond à trois questions.

Pourquoi utiliser des produits spécifiques pour la toilette intime ?

Car ils sont formulés pour ne pas altérer les divers microbiotes (ensemble des micro-organismes vivant dans un écosystème donné) qui constituent la zone génitale. Ils assurent également l'hydratation des muqueuses et de la peau et évitent ainsi les inflammations, les irritations et les risques d'infections vulvaires et/ou vaginales. Et comme le microbiote d'une femme est constitué de 100 millions à 1 milliard de micro-organismes par millilitre de sécrétions vaginales et qu'il est amené à se modifier au cours de la vie, mais aussi en fonction des habitudes de chacune, il est fragile. D'où l'importance de protéger son équilibre avec des soins adaptés et naturels comme le «Gel Lavant Douceur Bio» ou la «Mousse Lavante Douceur Bio» de Puresentiel. En cas de sécheresse vaginale, il est conseillé de privilégier les formules hydratantes comme l'«Huile Micellaire Nettoyante Bio» qui, en plus d'assurer une hygiène parfaite, préserve et renforce le film hydrolipidique et ainsi protège et répare la zone génitale.

Quels sont les gestes appropriés à une intimité en bonne santé ?

La toilette intime n'est ni une désinfection, ni un décapage ! Elle répond à plusieurs impératifs : nettoyer une muqueuse (fine donc souvent délicate), en respecter l'hydratation naturelle, et protéger les microbiotes vaginal et vulvaire qui la caractérisent.

DES CHIFFRES QUI PARLENT

- 75 % des femmes utilisent des produits de soin spécifiques et adaptés au moment de leurs règles, de la grossesse, lorsqu'elles font du sport ou qu'elles voyagent...
- 62 % des femmes aux US, âgées entre 25 et 34 ans, pensent que les produits d'hygiène naturels/bio sont plus sécuritaires que des produits classiques.
- 88 % des Françaises préfèrent utiliser des produits naturels pour la toilette intime.
- Pour les Français, l'hygiène intime est le 4^{ème} segment le plus important en matière de produits naturels.
- 47 % des adultes aux US déclarent être intéressées par des produits de santé naturels en matière d'hygiène intime.
- 36 % des femmes déclarent avoir rencontré au moins un trouble intime.
- 9 femmes sur 10 ont consulté un professionnel de santé à ce sujet.
- 67 % des consommateurs ont effectué des recherches sur les troubles intimes.
- 85 % ont une bonne connaissance des différentes problématiques liées à l'intimité.
- 19 % des femmes ont eu des problèmes de sécheresse ou d'irritation vaginale.
- 17 % ont connu un inconfort urinaire ou une cystite.
- 13 % une mycose vaginale ou vulvaire.
- 7 % un déséquilibre de la flore vaginale.
- 2 % une vaginose bactérienne.
- 85 % des consommateurs connaissent l'existence des produits sans ordonnance pour traiter les troubles intimes.

Elle doit être suivie d'un rinçage et d'un séchage soigneux. À faire matin et soir, toujours en externe. Plus souvent si besoin pendant les règles. Une gestuelle simple à apprendre aux petites filles le plus tôt possible. Ne pas hésiter par ailleurs à employer les «Lingettes Intimes Bio» après une activité sportive, une séance à la piscine ou pour un nettoyage d'appoint en cas de déplacement par exemple.

Quels sont les mauvais réflexes ?

Se laver au gant, véritable nid à microbes ! Il ne faut pas non plus procéder à une toilette interne. Les douches vaginales risquent en effet de modifier l'acidité du pH, d'altérer le film protecteur et de perturber la flore. Quant au simple lavage à l'eau claire, il est à éviter également. Car le pH de l'eau, trop alcalin, sensibilise la vulve et n'a aucun effet antimicrobien. Quant aux savons classiques, ils sont trop agressifs : ils irritent la peau et les muqueuses et modifient le microbiote local. Même chose pour les antiseptiques (sauf sur indication médicale) : ils sont trop décapants et peuvent détruire les lactobacilles, protecteurs naturels de la région génitale. Enfin, les gels-douche pour le visage et le corps ne sont pas adaptés à la zone intime. Souvent formulés avec des parfums, des colorants et autres composants issus de la pétrochimie, ils risquent de provoquer des irritations ou des allergies. 

SPORTS D'HIVER : peau sous haute protection

Les vacances d'hiver approchent. Proposez à vos clientes de partir aux sports d'hiver sous haute protection avec les conseils de Cosmétique Active (La Roche-Posay, Vichy, SkinCeuticals).



Entre le soleil, le froid, l'air sec, l'altitude et la réverbération... la peau a besoin d'attentions particulières pour affronter les pistes, car à la montagne, le risque d'attraper un coup de soleil est bien plus important qu'en bord de mer. Agissant comme un miroir, la neige réfléchit les UV sur les zones découvertes. Il est donc vivement conseillé d'utiliser des filtres photostables à large spectre avec une très haute protection UVA et UVB, comme le fait un SPF 50+, dans des textures hydratantes et de renouveler l'application toutes les deux heures au cours de la journée.

Le vent, le froid mordant, la neige, les écarts thermiques entre l'intérieur et l'extérieur entraînent une diminution de la température cutanée qui fragilise le film hydrolipidique dont le rôle est de protéger la peau et de diminuer ses pertes en eau. Fragilisée par moins de sébum et un taux d'hydratation en chute libre, la peau tiraille, desquame et rougit.

Si le visage est mis à rude épreuve, les lèvres sont particulièrement touchées. Pauvres en glandes sébacées, elles s'assèchent, se gercent et finissent par former des petites peaux qui ont la mauvaise idée de durcir avec le froid. Inesthétiques et douloureuses, on tente de les éliminer coûte que coûte, en les arrachant ou en les humectant. Effet boule de neige... ce vilain réflexe augmente les gerçures, les tiraillements, les inconforts. Des symptômes qui peuvent évoluer en crevasses.

PRENDRE SOIN DE SA PEAU AUX SPORTS D'HIVER

Le Dr Philippe Deshayes, dermatologue, répond à plusieurs questions.

Soleil, froid, vent, réverbération, chaud/froid... Quelles conséquences pour la peau ?

Le point commun de ces agressions est l'assèchement de la peau par accentuation de la perte en eau. S'y ajoutent les effets délétères spécifiques aux UV, à court et long terme. Le froid favorise l'évaporation de l'eau et donc une déshydratation de la peau. Les variations de température agissent sur les vaisseaux superficiels qui jouent un rôle thermorégulateur : quand la peau est exposée au froid, le flux sanguin diminue jusqu'à perturber la vascularisation normale de la peau qui en souffre avec l'apparition de gerçures, gelures... Le rayonnement solaire, accru par la réverbération de la neige, agresse aussi bien les yeux que la peau.

Quels sont donc les soins indispensables pour protéger la peau à la montagne ?

Tout d'abord, une bonne protection vestimentaire avec des vêtements adaptés autant aux conditions climatiques qu'aux activités envisagées. Pour les zones de peau exposées directement au froid (visage, lèvres, extrémités), conseillez à vos clientes de penser à bien s'hydrater avec des soins suffisamment protecteurs. Le stick labial est à renouveler régulièrement, tout comme la protection solaire.

La crème solaire est indispensable, mais quel SPF choisir ?

Altitude et réverbération sont deux facteurs qui majorent les effets néfastes du soleil sur la peau. Protection UVA UVB maximale (50+) sur le visage, et stick protecteur sur les lèvres dans toutes les situations météorologiques : dites à vos clientes de se méfier d'un ciel un peu nuageux ou d'une légère brume qui n'affectent pas le passage des UV. Un petit vent frais annule la sensation de chaleur des infra-rouges qui pourraient les alerter d'un coup de soleil imminent... c'est après qu'elles le ressentent !

Que faire si les lèvres sont gerçées ?

Conseillez à vos clientes de ne pas prendre la mauvaise habitude de lécher leurs lèvres. Cette humidité n'est que transitoire. Elle accentue la

déshydratation de l'épiderme et provoque une irritation inconfortable, même chose pour le pourtour de la bouche. Seul un stick hydratant et protecteur solaire, régulièrement appliqué, peut les protéger. Si elles sont abîmées, très irritées, l'utilisation d'un baume réparateur cicatrisant est indispensable. **TE**

Actualités MÉDECINE ESTHÉTIQUE

Traitement anti-cellulite

Skincare Agency propose une nouvelle procédure cosmétique pour lutter contre la cellulite.

DÉROULEMENT DU PROTOCOLE SCULPTRA

Une consultation préalable avec le médecin permet de poser le diagnostic et de relever d'éventuelle contre-indication au traitement. Le médecin délimite au crayon blanc les zones à traiter afin de bien positionner les injections et s'assurer que ce sont les résultats recherchés. Le processus d'injection lui-même ne prend que quelques instants et est réalisé à l'aide de canules d'injection, spécifiques au produit Sculptra afin de bien diffuser le produit, de limiter au maximum la douleur (le produit est mélangé à un anesthésiant) et les éventuels effets post-interventions.

Une séance de luminothérapie de 20 minutes complète le protocole pour apaiser la peau et limiter les éventuels effets secondaires. Le résultat n'est pas définitif mais, dans le cadre du traitement de la cellulite, il dure entre deux et trois ans. Ce traitement est idéalement complété par des séances Accent Prime d'ultrasons combinés à de la radio-fréquence.

par l'organisme), à base d'acide poly-L-lactique dérivé des acides de fruits. Ce traitement est destiné à restaurer la production de collagène et à rétablir les volumes localisés qui avec l'âge diminuent.

Près de 80 % des femmes souffrent de cellulite sur différentes parties de leur corps. La technologie Sculptra est l'un des principaux traitements pour en venir à bout.

Son action de comblement cutané va permettre de lisser la cellulite tout en stimulant naturellement la production de collagène dans le corps.

Grâce à sa stimulation de production de collagène, Sculptra est une solution efficace pour lifter les fesses et les cuisses de façon non invasive. Cette procédure cosmétique améliore la courbe des fesses en lui donnant un léger rebondi et qui agit sur la cellulite apparente effet «peau d'orange», sur les fesses et les cuisses.



Pour lifter et réduire l'effet peau d'orange sur l'arrière et l'intérieur des cuisses, le dessus des genoux, les fesses et les bras, Skincare Agency propose son traitement Sculptra, un injectable biocompatible (non rejeté



Avant



Après



Avant



Après

Les inducteurs de collagène : la nouvelle tendance anti-âge !

Skincare Agency propose une solution beauté efficace avec un rendu naturel grâce aux injections d'inducteur de son propre collagène.



Avant

Après



Avant

Après

Au Brésil, très en avance dans ce secteur, 85 % des injections aujourd'hui concernent exclusivement les inducteurs de collagène et 15 % la toxine botulique ou l'acide hyaluronique, alors qu'en France ces dernières injections représentent encore 95 % !

En matière de rajeunissement complet du visage et du corps, la nouvelle tendance est aux injections de booster de collagène. Le collagène est une protéine qui confère à la peau sa tenue et son élasticité. À partir de 25 ans, la peau perd 1 % de collagène par an, la peau se relâche et perd de sa densité.

Grâce aux produits injectés de façon complètement indolore à la canule, la peau va fabriquer du collagène de type 3 le premier mois, puis de type 1 les mois suivants aux endroits sélectionnés par le médecin. Le collagène de type 1 étant le plus fort et le plus structurant pour la peau, véritable allié anti-âge, il lutte directement contre le relâchement cutané et l'apparition des ridules. La précision des injections apporte une solution sur les zones structurantes du visage que sont la zone péri-orbitaire, les mandibules, les pommettes, les bas-joues et les joues, pour une durée de 2 ans environ.

«Ainsi nous avons la certitude que le collagène va être produit au service du derme à un endroit où la peau est relâchée ou ridée et non réparti dans le corps de façon aléatoire» selon le Pr Ines Carpinteiro.

Le Pr Ines Carpinteiro et le Dr Eric Menouillard, confortés par les différentes parutions scientifiques internationales de ces dernières années, soulèvent le grand intérêt d'avoir recours à ces inducteurs collagéniques à base d'hydroxyapatite de calcium ou de d'acide poly-L-lactique



Avant

Après

pour corriger les effets de l'âge tout en conservant des volumes naturels. Depuis 15 ans, ces types de produits sont utilisés et très sécurisés. Ils peuvent être utilisés seuls pour un effet de rajeunissement naturel mais aussi mélangés avec de l'acide hyaluronique s'il y a besoin de restaurer de façon subtile des volumes disparus. L'inducteur de collagène utilisé en première intention permet aussi d'optimiser les futures injections d'acide hyaluronique en proposant une surface plane et dense de fibres, sur laquelle les médecins poseront ensuite les fillers avec un rendu plus naturel.

Les médecins esthétiques de Skincare Agency certifient qu'aujourd'hui les inducteurs de collagène sont les réponses les plus adéquates aux demandes des patientes d'avoir une réponse anti-âge qui reste naturelle et imperceptible.



SERVICE AUX ABONNÉS

Abonnement
Renouvellement
Changement d'adresse
Autres questions

isabelle@nouvelles-esthetiques.com

Tél. 01 43 80 06 47

www.nouvelles-esthetiques.com

TONS CHAUDS : TENDANCES DE L'AUTOMNE/HIVER 2022

Qu'ils soient cuivrés,
caramels ou encore vénitiens,
les tons chauds
sont LA tendance capillaire
à adopter en cette
fin d'année !





Doc. L'Atelier Intermède.



Doc Chiaroscuro.



Doc. Jean Louis David.



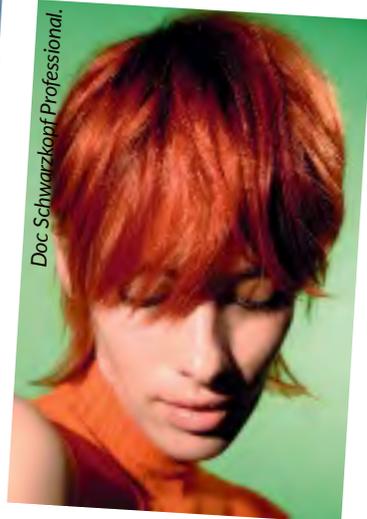
Doc. Claude Tarantino.



Doc. Elise Antoine.



Doc. Camille Albane.



Doc Schwarzkopf Professional.



Doc. Makeover.



Doc. Dessange.



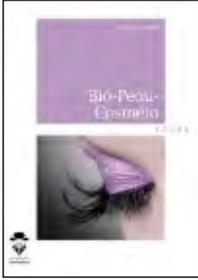
Doc. Franck Provost.



Doc. Intercosiffure PACA - Pascal Latil.

boutique scolaire

CAP - BP - BAC PRO



RÉF. BPC
272 pages
Prix : 30 €

CAP



RÉF. PRECCAP
212 pages
Prix : 35 €

BP - BAC PRO



RÉF. PRECBAC
272 pages
Prix : 34 €

BAC PRO



RÉF. METIERS
208 pages
Prix : 21 €

BP



RÉF. VIE1
224 pages
Prix : 20 €

BP



RÉF. VIE2
240 pages
Prix : 20 €

CAP



RÉF. RELATION
224 pages
Prix : 28 €

CAP



RÉF. PHANERES
160 pages
Prix : 24 €

CAP



RÉF. ESTHCOSME3
424 pages
Prix : 38,50 €

BTS



RÉF. PRODUIT
144 pages
Prix : 27 €

BTS



RÉF. PRECBTS
272 pages
Prix : 35 €



RÉF. BTSSONG
30 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSSOUTENANCE
41 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSSANGLAIS1
254 pages
Prix : 25 €

BTS



RÉF. BTSAPP1
75 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSAPP2
75 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSARTS1
176 pages
Prix : 35 €

BTS



RÉF. BTSARTS2
92 pages
Prix : 35 €

BTS



RÉF. BTSSBIO
364 pages
Prix : 40 €

BTS



RÉF. BTSCADRE1
42 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSCADRE2
100 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSSCHI
261 pages
Prix : 35 €

BTS



RÉF. BTSCO
118 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSCOSMETO
170 pages
Prix : 35 €

BTS



RÉF. BTSCONCEPT1
77 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSCONCEPT2
208 pages
Prix : 25 €

BTS



RÉF. BTSENVIRON
294 pages
Prix : 25 €

BTS



RÉF. BTSENVIRON2
153 pages
Prix : 25 €

BTS



RÉF. BTIFORM
59 pages
Prix : 17 €

BTS



RÉF. BTSGESTIONCO
180 pages
Prix : 25 €

Pour toute commande :



RÉF. BTSIMAGE
 102 pages
 Prix : 35 €



RÉF. BTSMANAG
 50 pages
 Prix : 17 €



RÉF. BTSMANAG2
 28 pages
 Prix : 25 €



RÉF. BTSMEMOIRE
 40 pages
 Prix : 17 €



RÉF. BTSNEGO
 286 pages
 Prix : 35 €



RÉF. BTPSPHY
 310 pages
 Prix : 35 €



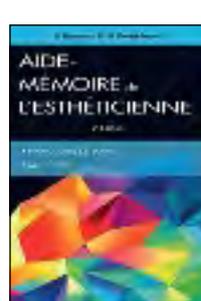
RÉF. BTRSRELATION
 72 pages
 Prix : 17 €



RÉF. BTSTECHCO
 220 pages
 Prix : 25 €



RÉF. QR
 112 pages
 Prix : 30 €



RÉF. AIDE
 72 pages
 Prix : 16 €



RÉF. MANAGINST2
 224 pages
 Prix : 15 €



RÉF. CMV2015
 224 pages
 Prix : 28 €



RÉF. TECHESTH
 192 pages
 Prix : 25 €



RÉF. SAVOIRS
 400 pages
 Prix : 30 €



RÉF. ESTH1
 224 pages
 Prix : 34 €



RÉF. ESTH2
 336 pages
 Prix : 37 €



RÉF. ESTH3
 340 pages
 Prix : 37 €



RÉF. BDCBTS
 520 pages
 Prix : 39,90 €



RÉF. VOLUM
 360 pages
 Prix : 19,90 €



RÉF. COSMETIC2
 383 pages
 Prix : 45 €



RÉF. REUSSIR3
 160 pages
 Prix : 27 €



RÉF. REUSSIR32
 152 pages
 Prix : 27 €



RÉF. GESTPROF
 186 fiches
 Prix : 22,60 €



RÉF. MANAGPROF
 172 fiches
 Prix : 22,40 €



RÉF. GESTINST
 326 pages
 Prix : 18 €



RÉF. MANAGINST
 352 pages
 Prix : 17 €



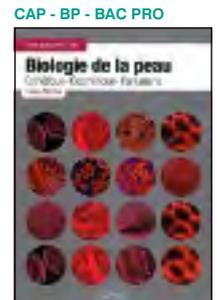
RÉF. GESTCOMPTA
 264 pages
 Prix : 15 €



RÉF. TECHESTH2
 320 pages
 Prix : 36,50 €



RÉF. FICHES
 160 pages
 Prix : 18 €



RÉF. BIOLOGIE2
 216 pages
 Prix : 26 €

Actualités **PARFUM**

L'actualité de la parfumerie sélective et des marques de parfums.

Abonnement à la carte

L'abonnement Clarins Unlimited est une nouvelle façon simple et ingénieuse de faire son shopping beauté tous les 2 mois.



2 ans après son lancement en France, cet abonnement évolue vers plus de choix, plus de clarté dans l'offre, et plus d'expertise beauté partagée.

LE CHOIX DANS TOUTE SA GÉNÉROSITÉ

Les clientes l'ont dit, le choix, c'est ce qu'elles aiment le plus : elles veulent plus de produits et de catégories au choix. Clarins Unlimited propose donc de choisir parmi 3 formules généreuses qui offrent du soin visage, du soin corps, mais aussi du maquillage et de l'anti-âge dans toutes ses formules.

On y retrouve tous les produits qui font le succès de Clarins, des essentiels beauté à l'iconique «Double Serum», sans oublier leurs chouchous make-up. Plus de 250 références disponibles ! L'abonnée choisit sa formule puis ses 4 produits et compose elle-même sa routine en toute liberté, en fonction de ses besoins, de ses envies ou des conseils personnalisés prodigués par les expertes de Clarins.

LES FORMULES

3 formules flexibles, modulables selon leurs envies, leur budget, le moment (sans engagement).

- Curieuse : pour celles qui ont envie de découvrir le soin et le maquillage (4 produits au format week-end (jusqu'à 50ml).
- Initiée : pour celles qui veulent avoir les essentiels pour leur routine beauté (un produit taille vente parmi une large sélection + 3 produits au format week-end (jusqu'à 50ml).
- Experte : pour celles qui ne jurent que par Clarins : un accès à tous les produits y compris les crèmes et sérums anti-âge (un produit taille vente + 3 produits au format week-end (jusqu'à 50ml).

LE BON CHOIX, C'EST UN CHOIX GUIDÉ

Plus il y a de choix, plus il est possible de faire SON choix, celui qui convient exactement à leurs besoins, à leur budget, au moment.

Pour accompagner leurs abonnées et les aider à faire le bon choix de produits, Clarins Unlimited a décidé de partager plus de conseils :

- En offrant des Consultations Beauté pour mieux comprendre la peau au fil des saisons, les problématiques ou les aider dans leur choix. C'est simple, il suffit de prendre rendez-vous pour une consultation beauté en ligne.
- En repositionnant totalement la Gazette sur des contenus pédagogiques (les bons gestes, les méthodes d'application, les produits essentiels...).

CONSOMMER JUSTE

Se faire plaisir, consommer sans surconsommer, c'est possible et c'est ce qui est proposé.

- un abonnement éco-responsable,
- un abonnement sans engagement,
- un abonnement raisonné.

www.clarins-unlimited.fr

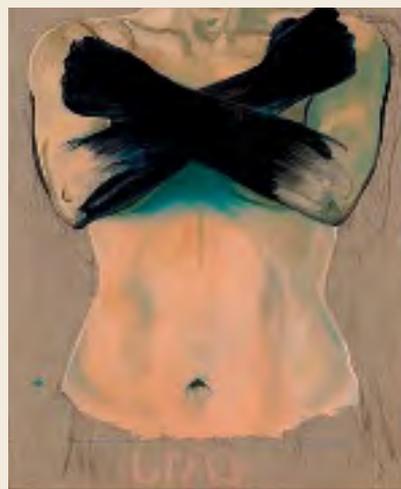
«Les Militantes»

Pour cette 15^{ème} édition, la Maison Guerlain ouvre ses portes à une exposition inédite consacrée à l'engagement au féminin.

«Les Militantes», ce sont 21 artistes internationales qui incarnent et portent leurs idées à leurs œuvres d'art pour faire vivre des thématiques esthétiques et politiques autrement.

Jusqu'au 14 Novembre 2022, pendant la semaine de l'art contemporain, l'exposition «Les Militantes» est à découvrir au 68 avenue des Champs-Élysées.

www.guerlain.fr





Water Lovers

Aujourd'hui, l'urgence écologique est au cœur des préoccupations. La cosmétique fait partie d'un des plus gros facteurs d'émission de CO2 qui contribue à la dégradation environnementale.

Plus de 150 millions de tonnes de plastique sont retrouvées dans les océans, dont des produits toxiques qui affectent la faune marine.

Certaines marques repensent donc en ce sens leurs produits (de la formule au packaging). C'est le cas de Biotherm, qui, grâce à son programme Water Lovers, tend à devenir «Océan positif» d'ici 2030. Water Lovers représente son engagement durable en faveur d'un avenir meilleur pour les océans, depuis 2012.

Water Lovers englobe tous les aspects

de la chaîne de valeur de Biotherm, visant à améliorer les formules et les emballages de la marque, à inventer de nouvelles technologies de recyclage, et à minimiser leur empreinte écologique sur l'eau et la vie aquatique grâce à une technologie de pointe en bioscience. S'appuyant sur l'ambition de devenir Océan positif, Biotherm envisage de passer de 60 % à 100 % de plastiques recyclés tout en proposant des produits avec une formulation 100 % respectueuse de l'environnement durable.

www.biotherm.fr

La Quintessence des Glaciers

L'Elixir des Glaciers a créé un soin prodigieux dans la magnificence d'une œuvre d'art.



La Quintessence des Glaciers est la consécration de l'Elixir des Glaciers pour le prestige de ses formules et pour son expression artistique sans cesse renouvelée.

D'un luxe extrême, La Quintessence des Glaciers porte à son apogée les trois fondements de l'Elixir des Glaciers en un point de rencontre unique :

- l'harmonie de la nature,
- la précision de la science,
- la beauté de l'art.

L'EXCELLENCE D'UNE CONCENTRATION EXTRÊME D'INGRÉDIENTS

De manière inchangée, les ingrédients nobles et puissants de l'Elixir des Glaciers sont sublimés sous une forme pure et concentrée. C'est l'essence même de l'Elixir des Glaciers, conçue comme un rituel prodigieux réunissant les trois collections en un trio de soins d'exception :

1. La Source des Glaciers,
2. La Sève des Glaciers,
3. Le Nectar des Glaciers.

Les trois forces premières de la nature, la terre, l'air et l'eau fusionnent harmonieusement : l'extrait de plantes poly-actives suisses, le complexe Essence of Bees et l'ADN d'esturgeon. Enfin, l'eau des glaciers apporte sa pureté, et marque le rythme de la nature. Ce rituel s'appuie sur le principe de la chronobiologie pour transformer la peau jour après jour, nuit après nuit.

www.lamaisonvalmont.com

Le grand numéro de Chanel

Du 15 décembre 2022 au 9 janvier 2023, Chanel célèbre ses parfums dans un tourbillon festif et olfactif, à l'occasion d'une exposition exceptionnelle.

Le grand numéro de Chanel est une expérience inédite, un parcours immersif qui invite à saisir sa chance ou encore entrer dans la légende.

Du classique à l'iconique, de l'épure à la plus grande sophistication, de l'objet du quotidien à l'objet d'art - certaines œuvres seront réunies pour la première fois - c'est toute la singularité des parfums de Chanel qui s'exprime à travers une visite riche d'expériences, de découvertes et d'émotions. S'aventurer à leur rencontre, c'est aller au-devant d'un destin, d'une force vitale et d'une seule ambition : celle de transformer la vie et de rendre l'ordinaire extraordinaire.

www.grand-numero.chanel.com



Nouveautés PARFUMS

Haute Parfumerie

Alien Goddess Intense DE MUGLER

Définition : Mugler célèbre son parfum désormais iconique avec sa nouvelle eau de parfum intense.

Fragrance : floral ambré boisé.

- Tête : une révélation éclatante. La noix de coco crémeuse et intensément addictive est illuminée par la bergamote de Calabre acidulée et fruitée, récoltée à la main en Italie et cultivée de manière durable pour Mugler.

- Cœur : une révélation glorieuse. La superinfusion de jasmin grandiflorum est associée à une nouvelle note captivante de thé au jasmin.

- Fond : une révélation hypnotique. L'infusion premium de vanille de Madagascar cultivée de manière durable est réchauffée par des notes élégantes et sensuelles de benjoin et de cashmeran, pour une expérience olfactive addictive et boisée.

Présentation : flacon talisman en verre ultra facetté aux reflets d'or éblouissants.

Originalité :

- Mugler célèbre son parfum désormais iconique avec sa nouvelle eau de parfum intense, un parfum d'or aux pouvoirs encore plus extraordinaires.
- Encore plus généreuse et chaleureuse, aux notes ambrées, la signature d'«Alien Goddess» est amplifiée.
- Sa signature olfactive est amplifiée, enveloppante et généreuse, emmenant «Alien Goddess» encore plus loin.
- «Alien Goddess Intense» eau de parfum amplifie les notes magnétiques du parfum d'origine dans une version plus audacieuse et sensuelle.
- Il se distingue par ses nuances plus chaudes.
- Il se compose d'ingrédients nobles, à l'approvisionnement durable et au sillage olfactif profond et persistant.

- Ultime incarnation de l'expertise Mugler, les notes florales, ambrées et boisées du parfum mettent en lumière les ingrédients les plus fascinants de la palette de parfumeur.

Prix : 81,50 € (30 ml), 115 € (60 ml).



Rose Naturelle Intense DE CHLOÉ

Définition : le premier parfum de Chloé, conçu pour que son impact sur la planète soit réduit, «Rose Naturelle», se complète d'une version plus puissante.

Fragrance : rose boisée addictive. Une bergamote douce et fraîche introduit la composition ; elle amène, dans son sillage, un néroli pur et léger, aux accents pétalés. Apparaît alors une essence de rose bio noble et raffinée ; une note distinctive, qui se laisse patiner par un bois de chêne légèrement fumé et vanillé. En fond, un santal crémeux apporte toute sa rondeur, tandis qu'une touche de cèdre confère au jus une élégance intemporelle.

Présentation : des lignes architecturales, un nœud féminin en gros-grain, des reliefs rappelant le plissé soleil iconique Chloé... c'est dans le flacon emblématique de la ligne «Chloé Signature» que se présente cette nouvelle eau de parfum. Elle affiche néanmoins un signe distinctif : un vert feuillage inédit, symbole de naturalité, que l'on retrouve du ruban jusqu'à l'étui du flacon.

Originalité :

- «Rose Naturelle Intense» est une eau de parfum où la rose, fleur emblématique de la ligne, est plus que jamais magnifiée.
- Née de la quête de naturalité de la maison, «Rose Naturelle Intense» est formulée avec un parfum 100 % d'origine naturelle, de l'alcool et de l'eau. Rien d'autre.
- Elle ne contient pas de colorants artificiels et est végétale.
- La rose est issue de l'agriculture biologique et l'essence de chêne est extraite de bois recyclé.

Prix : 71 € (30 ml), 103 € (50 ml), 151 € (100 ml).

L'Heure Vagabonde DE CARON

Définition : «L'Heure Vagabonde» rappelle une balade poétique sur les quais de la Seine une nuit d'été.

Fragrance : après un départ rafraîchissant créé par un mélange de citron vert, de bergamote et de gingembre, un vent de chaleur texturée grâce à l'absolue de tabac est apporté. Ingrédient précieux et merveilleusement faceté, le tabac des Balkans est sublimé par les essences de bois de gaïac, de patchouli d'Indonésie et de vétiver d'Haïti. Des notes de miel et de cuir viennent enfin souligner sa profondeur addictive.

Originalité :

- «L'Heure Vagabonde» est une Cologne puissante où la fraîcheur pétillante des agrumes rencontre la facette cuirée et élégante du tabac.
- Alliant la fraîcheur éclatante d'un accord citron vert revigorant et la richesse cuirée de l'absolue de tabac des Balkans, à l'odeur boisée, miellée, «L'Heure Vagabonde» est la rencontre de deux ingrédients aux univers bien distincts.
- C'est une association vibrante, à l'élégance intemporelle.
- Son sillage est puissant, entre fraîcheur et raffinement.

Prix : 90 € (vapo 30 ml), 160 € (100 ml), 105 € (recharge 100 ml).

L'Invitation au Voyage DE CARON

Définition : un parfum qui nous conduit sur l'île de Ceylan, en fin de journée, au-dessus des plantations de cannelle.

Fragrance :

- Tête : les essences de mandarine et de bergamote, pétillantes et juteuses, se mêlent aux notes vertes et aqueuses de la feuille de violette. Un soupçon de cardamome épice le tout pour une fraîcheur absolue.

- Cœur : progressivement, le cœur floral d'absolue de fleur d'oranger et d'essence de géranium se réchauffe au contact de l'essence de cannelle.

- Fond : soutenu par l'élégance du cèdre et du bois de gaïac, il devient sensuel dans les volutes ambrées de la résine de labdanum.

Originalité :

- «L'Invitation au Voyage» est une Cologne contrastée entre la fraîcheur désaltérante de la feuille de violette et la sensualité de la cannelle.
- Pour «L'Invitation au Voyage», une alliance pleine d'audace a été imaginée.
- La feuille de violette aux notes fraîches et herbacées, délicieusement végétales, se marie à une fabuleuse essence de cannelle certifiée For Life, qui restitue toute la chaleur de sa senteur épicée, un peu poivrée.
- «L'Invitation au Voyage» est un accord en chaud-froid qui éveille les sens.
- Ce parfum allie fraîcheur et sensualité.

Prix : 90 € (vapo 30 ml), 160 € (100 ml), 105 € (recharge 100 ml).

Ivre de Liberté DE CARON

Définition : un parfum qui promet un moment de farniente au large du Pacifique.

Fragrance : associé à la bergamote et au citron, le gingembre agit comme une bouffée d'oxygène aux effets vivifiants. Le cœur floral et aromatique formé par la fleur d'oranger, le lavandin et la verveine exotique annoncent une évolution toute en douceur. Utilisés en proportion démesurée, les muscs blancs composent un sillage ouaté ultra confortable.

Originalité :

- «Ivre de Liberté» est une Cologne réconfortante où le piquant intense et zesté du gingembre s'adoucit au contact des muscs modernes.



L'Invisible qui Luit DE CARON

Définition : un parfum qui rappelle un voyage au cœur de l'arrière pays méditerranéen aux premières lueurs de l'aube.

Fragrance :

- Tête : au premier abord, «L'Invisible qui Luit» est une Cologne familière. On y retrouve la fraîcheur vivifiante des essences de bergamote et de citron, l'amertume légère du petit grain, la douceur du néroli et la délicatesse de l'essence de lavande française.

- Cœur : progressivement, ces notes de tête laissent place à un accord beaucoup plus surprenant, un accord «platine» aux effluves métalliques qui leur apporte un twist résolument contemporain et sublime l'éclat d'un bouquet floral puissant. Essence de rose, absolue de jasmin et violette accentuent la richesse suave de l'absolue de fleur d'oranger.

- Fond : note finale, l'essence de vétiver d'Haïti offre une touche d'élégance et une tenue sur peau irréprochable.

Originalité :

- «L'Invisible qui Luit» est une Cologne futuriste où un accord métal platine côtoie une fleur d'oranger solaire.
- L'absolue de fleur d'oranger aux notes solaires et charnelles est associée à un accord «platine» à l'odeur vibrante et éclatante.
- Cette alliance inattendue forme un sillage éclatant à la construction intemporelle.

Prix : 90 € (vapo 30 ml), 160 € (100 ml), 105 € (recharge 100 ml).

Byzance Gold DE ROCHAS

Définition : la fragrance mythique de Rochas s'offre une nouvelle définition, clin d'œil au faste et à la féerie des mille et une nuit.

Fragrance : chypre floral fruité flamboyant. La fragrance s'ouvre sur un accord joyeux et acidulé de framboises, de litchis et de cassis. Une envolée pimpante qui contraste avec un cœur éclatant de rose et de jasmin, enlacés d'un patchouli majestueux et puissant. Sublime et chaleureuse, la fève de tonka tisse un fond lumineux, où la force du cèdre et la douceur du musc se mêlent avec grâce pour sublimer cette essence.

Présentation : flacon précieux.

Reconnaissables entre toutes, les courbes voluptueuses du flacon original se parent d'un raffinement extrême, écho à cette fragrance rayonnante, siglées du bleu mythique et mystérieux. Désormais opaque, le flacon «Byzance Gold» s'habille d'or lumineux et se fait talisman, le dotant d'une aura magique et fabuleuse. Rehaussé d'un capot gravé, son col est serti d'un élégant lien noir, détail couture et sophistiqué. Miroir de ces nuits divines, l'étui a revêtu lui aussi une parure d'or, ceint du bandeau bleu Rochas.

Originalité :

- Nouvelle création de la maison Rochas, «Byzance Gold» diffuse sa splendeur au cœur des nuits de fête, où la magie dicte les rêves et les regards et les étoiles guident les voyageurs.
- Des moments précieux, illuminés par un sillage inédit et étincelant, qui participe à l'enchantement.
- C'est un parfum d'or et de lumière.
- Il est un parfum grisant et envoûtant.
- Ses notes radieuses joliment structurées se révèlent charnelles et élégantes sur la peau.
- La signature d'une femme rayonnante et sûre d'elle.

Prix : 115 € (eau de parfum 90 ml), 85 € (60 ml).

Tabac Blanc DE CARON

Définition : un parfum qui révèle la facette la plus éclatante de la feuille de tabac.

Fragrance : «Tabac Blanc» révèle la facette la plus éclatante de la feuille de tabac, sans aucune goutte d'absolue tabac. Pour cela, deux matières d'une qualité exceptionnelle ont été conviées : un maté NHS (Natural Head Space) du Brésil surdosé à plus de 4 % dans la formule, dont la senteur herbacée est au croisement entre le foin, le thé, et le tabac ; et une absolue cacao d'Afrique de l'Ouest, aux notes de tabac frais, qui diffuse sensualité et réconfort.

Originalité :

- Immersion dans les paysages luxuriants d'Amérique du Sud, «Tabac



Blanc» est un tabac à la fraîcheur lumineuse et au confort enveloppant.

- Subtilement équilibré, «Tabac Blanc» est profondément réconfortant et régénérant.

- Véritable illusion olfactive, c'est un jeu d'équilibre entre la fraîcheur du maté et l'intensité du cacao.

Nouvelles Recharges DE MUGLER

Pionnier dans la parfumerie éco-responsable avec le lancement simultané de l'eau de parfum «Angel» et la création de «La Fontaine Mugler» en 1992, la Maison de Parfum poursuit la tendance avec un nouveau format de recharges pour sept de ses grands classiques : les eaux de parfums «Angel», «Angel Nova», «Alien», «Alien Goddess», «Womanity», «Aura» et l'eau de

toilette «A Men».

Ce luxe plus durable permet aux adeptes de ces fragrances addictives de participer à la démarche éco-responsable de la marque en faisant des économies.

Prix : 64 € («A Men»), 83 € («Womanity»), 105 € («Angel Nova»), 115 € («Alien», «Alien Goddess», «Aura»), 133 € («Angel»).



15 AU 17
AVRIL 2023

PARIS EXPO - PORTE DE VERSAILLES

5^e CONGRÈS

INTERNATIONAL
ESTHÉTIQUE & SPA

les nouvelles
esthétiques spa.
BEAUTÉ

NOUVEAUTÉS

GINGER de Senteales

Définition : une bougie en cire végétale naturelle.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

- «Ginger» incarne un désir d'évasion et d'ailleurs : une escale lointaine, un comptoir indien.
- Les notes impertinentes et optimistes du gingembre confit et de la cardamome se mêlent avec les épices aux senteurs enveloppantes et vanillées.

www.senteales.fr



Sophistication ultime

• Cet automne, **CHANEL** pousse son expertise couleur encore plus loin en imaginant une collection de rouges à lèvres et de vernis en parfait accord avec les nuances de son fond de teint «Ultra Le Teint Fluide». Ainsi, dans cette nouvelle collection «**Les Accords de Chanel**», chacune des nuances a été travaillée avec un sous-ton doré ou rosé, afin d'apporter un fini incomparable qui donne éclat et relief au maquillage : les nuances dorées réchauffent et enveloppent les lèvres et les ongles de reflets lumineux, tandis que les teintes dorées apportent de la fraîcheur. Avec une collection de douze nouvelles teintes pour «Rouge Allure» et «Le Vernis», les possibilités sont infinies, la peau, les lèvres et les ongles offrent harmonies et contrastes dans une palette versatile invitant à construire un look autour du teint.



Une peau bien hydratée

• **IOMA** présente son nouveau soin essentiel désaltérant et hydratant, le «**Gel Fraîcheur Hydratant**». Celui-ci contient des actifs multifonctions et complémentaires qui agissent sur trois mécanismes clés de l'hydratation pour rééquilibrer le niveau hydrique de la peau et renforcer la barrière cutanée protectrice. L'hydratation est ainsi maintenue dans les différentes couches de l'épiderme, jour après jour le grain de peau est affiné, la peau est plus lisse et plus lumineuse. De plus, sa texture gel-crème, qui fond au contact de la peau en un fluide aqueux, désaltère et rafraîchit intensément la peau, en lui apportant une sensation de légèreté et volupté.



Une huile pleine de vertus

• **L'OFFINE DU MONDE** a fait de la nigelle, appelée aussi cumin noir, et des plantes immémoriales, sa spécialité et a décidé d'innover autour du plus ancien booster d'immunité. La nigelle, utilisée depuis près de 3000 ans comme épice et remède naturel en Orient, est obtenue par première pression à froid et sa composition est notamment riche en acides gras. L'«**Huile de Nigelle**» fortifiante et très aromatique est un excellent support pour confectionner des huiles de massage apaisantes, purifiantes, elle est aussi utilisée dans la composition de soins pour les peaux à tendance acnéique. Apaisante, elle fait merveille dans les soins des peaux irritées ou dans les huiles de massage, elle répare et assainit la peau. Antioxydante, elle lutte contre les dommages liés aux radicaux libres et lutte ainsi contre les signes du vieillissement cutané. Nourrissante et régénérante, elle redonne souplesse et douceur à la peau, elle revitalise, assouplit et tonifie le cuir chevelu et prévient la chute des cheveux.

COFFRETS DE BEAUTÉ de Physiodermie

Pour célébrer les fêtes de fin d'année, Physiodermie lance 3 coffrets de beauté en édition limitée.

3 véritables écrans qui renferment des routines de soin complètes pour faire

plaisir à coup sûr, avec pour chacun, une sélection pointue de produits.

- «Le Corps», avec le «Coffret Rituel Corps Relaxant», offre une parenthèse de détente, sérénité et relaxation intense. Il comprend : le «Bio-Gommage Corps» 100 ml, le «Physiobain» 100 ml et une bougie.
- «L'Hydratation» comprend : le «Lipid Restore Mask Bio» 75 ml et un pinceau.
- «Night Expertise», le «Coffret Nuit» renferme : l'huile éclat visage «Revit (a) Oil Bio» 29 ml, le «Bi-Molecular Hyaluronic Acid Bio» 29 ml et le «Masque de Nuit Récupérateur» 50 ml.

Prix : 149 € («Le Corps»), 80 € («L'Hydratation»), 166 € («Night Expertise»).

www.physiodermie.com



Trouver la bonne cure

• **LASHILE Beauty** présente sa nouvelle gamme de gummies vitaminés, «**Les Essentiels**». Ces gummies faciles à prendre et à digérer libèrent leurs composants dès que l'on commence à mâcher permettant ainsi une meilleure assimilation. «Les Essentiels» répondent à tous les besoins avec de nouveaux goûts : «Vitamine B9», «Zinc», «Acide Hyaluronique», «Vitamine E» et «Vitamine D3».

Santé et beauté des pieds

• Les **Laboratoires MERCUROCHROME** interviennent non seulement sur la santé des pieds mais aussi sur leur bien-être au quotidien. Ils proposent donc aujourd'hui des produits pour avoir de beaux pieds en bonne santé toute l'année :

- pour éliminer les callosités, la «**Pierre Ponce**» permet d'en finir avec les peaux mortes et élimine les rugosités. Débarassée de ses rugosités, la peau retrouve douceur et souplesse,

- pour hydrater et masser, la «**Crème Hydratante**» nourrit, adoucit et apaise la peau des

pieds secs, protège les pieds du dessèchement et embellit les ongles,

- pour limer les ongles de pieds, la «**Lime à Ongles Double Face**» offre un limage précis grâce à sa face à grain épais pour redessiner la courbure de l'ongle, et à sa face plus douce pour parfaire la pédicure en douceur,

- pour soulager lors de l'apparition d'ampoules, les «**Pansements Ampoules Talons**» permettent de créer un effet seconde peau pour soulager la douleur et favoriser la cicatrisation.



Au cœur de la Provence

• **SOURCE DE PROVENCE** propose des soins et parfums haut de gamme au plus près du naturel. Source de Provence a élaboré une gamme de 56 produits différents composée de soins du visage, des lèvres et des mains, de crèmes, de laits, de savons solides et liquides, de gels pour la douche et le bain, ainsi que de soins capillaires ou encore d'eaux de toilette. Toute cette gamme d'une qualité unique, réalisée avec 99% d'ingrédients d'origine naturelle, s'articule autour d'une véritable eau de source provençale, l'«**Eau de source de Beaupré**». Cette eau pure, naturellement riche en magnésium, connue pour aider à purifier, adoucir, protéger des signes du vieillissement prématuré et stimuler le processus de défense et de réparation naturels de la peau, respecte l'équilibre cutané des peaux, même les plus sensibles.

Philosophie clean + clinique

• **ODACITE** propose «**Clean-Ical**» avec des formulations qui offrent le meilleur en fusionnant des formules dermo-compatibles à des actifs cliniques les plus reconnus, tels que le rétinol, l'acide salicylique et les vitamines C+E. Ces actifs encapsulés stables se mélangent avec la squalane réparatrice avant d'entrer en fusion avec le meilleur des actifs hydratants, l'acide hyaluronique, pour faire naître trois sérums. Chaque sérum est boosté avec un complexe de vitamines A+B+D+E qui créent une synergie réparatrice et revitalisante :

- le «**Sérum Rénovant**» au rétinol et à l'acide hyaluronique pour booster le collagène et offrir un teint sans défaut,

- le «**Sérum Eclaircissant**» aux vitamines C+E et à l'acide hyaluronique pour obtenir un teint uni-



forme et lumineux tout en minimisant les signes visibles du vieillissement,

- le «**Sérum Clarifiant**» à l'acide salicylique et à l'acide hyaluronique pour offrir une peau et des pores d'apparence fraîche, nette et saine.

Une peau régénérée

• **SKIN MINUTE** a infusé tout le prestige d'une formule suisse dans sa «**Crème Metabolic Collagen Pro**», une nouvelle crème qui aide tous les types de peaux à se repulper en boostant la production de collagène. Elle prévient et atténue les premières rides et apporte une réponse efficace pour renforcer la barrière protectrice de la peau contre les premiers signes de l'âge grâce à un trio d'ingrédients qui permet d'agir en synergie en réduisant en profondeur les rides, en hydratant la peau et en la repulpant.



RITUEL DE BEAUTÉ SUPRÊME de Fleur's

Définition : deux formules florales hydratantes d'exception pour révéler la beauté naturelle de la peau.

Présentation : coffret élégant, au design fleuri contenant la «**Crème Hydratante Suprême**» 50 ml et le «**Masque Hydratant Onctueux**» 50ml.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

• La «**Crème Hydratante**

Suprême» est un véritable nectar de sensorialité offrant une hydratation intense, durable et visible.

• Le «**Masque Hydratant Onctueux**» est un véritable bain d'hydratation pour une peau douce et souple.

Prix : 45,75 € (coffret).

www.fleur-s.com

MUD-MASK JEUNESSE de Bernard Cassière

Définition : un masque expert à l'argile.

Présentation : pot 75 ml.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

• Le «**Mud-Mask Jeunesse**» est un soin extrêmement efficace : en seulement une application par semaine, il atténue l'apparence des rides et ridules pour une peau plus lisse, d'aspect rebondi et des traits parfaitement détendus.

• Bernard Cassière a eu la bonne idée d'associer de l'argile blanche reconnue pour ses propriétés apaisantes à de l'argile verte du Puy-en-Velay au pouvoir matifiant, régénérant, revitalisant et reminéralisant.

• Le «**Mud-Mask**» contient 94 % d'ingrédients d'origine naturelle.

• Il contient des éléments indispensables à la jeunesse de la peau : provitamine A, vitamine E, chlorophylle, acides gras essentiels, oligo-éléments, oméga 3, 6 et 9.

• Le «**Mud-Mask Jeunesse**» est aussi un soin plaisir dont chaque application est la promesse d'un moment de bien-être absolu.

Prix : 29,90 €.

www.bcparis.com



COFFRETS de RoyeR



Les coffrets RoyeR, remplis d'hydratation et de douceur, contiennent 2 gammes bio :

- le pochon réutilisable avec une crème mains et un baume à lèvres,
- la trousse avec une crème au choix, un soin contour des yeux et 2 cotons lavables.

Ces coffrets de la gamme institut, enrichie en prébiotiques,

proposent des soins spécialement adaptés pour rééquilibrer le microbiome et stimuler les défenses cutanées. Ainsi, la peau sera hydratée et protégée contre les agressions du quotidien. L'occasion de faire plaisir à ses proches en prenant soin d'eux.

Prix : 24,95 € (pochon), 69,95 € (trousse).

www.royecosmetique.fr



Un glow éclatant

● **LAURA MERCIER** étend sa collection iconique «**RoseGlow Caviar Stick**» avec le «**Blush RoseGlow Color Infusion**», la «**Poudre Illuminatrice RoseGlow**» et le «**Rouge à Lèvres RoseGlow Transparent**» s'inspirant de la teinte «Rosegold» culte des ombres à paupières «Caviar Stick». Cette collection composée de tons neutres rosés s'adapte à toutes les carnations grâce à une déclinaison de teintes nudes universelles. Le mélange nacré contient des perles réfléchissantes finement moulues qui apportent une fraîcheur naturelle et ravive l'éclat, le mica semi-transparent se fond à merveille sur la peau pour l'équilibrer et l'illuminer.



Atout bien-être au naturel

● **AROMA-ZONE** étoffe son offre dans le domaine des huiles végétales avec une nouvelle huile CBD, l'«**Huile 12% CBD sur Huile de Chanvre Bio**». Cette huile de qualité premium, grâce à sa teneur optimale en CBD, sans ajout d'isolat, est idéale pour découvrir les propriétés du cannabidiol en toute sérénité. Elle présente de nombreux atouts car le CBD est reconnu pour être relaxant et anti-stress, dépourvu de toxicité et ne générant pas d'accoutumance. Cette huile constitue une solution naturelle pour préserver le bien-être et la santé au quotidien.



COLLECTION DE NOËL BASTIDE SPA de Thalgo

Nichées sur la French Riviera, les bastides provençales, scintillantes de mille feux, incarnent la féerie au cœur du village mythique de Saint-Tropez.

La Bastide Spa Thalgo ouvre chaleureusement ses portes sur la nouvelle collection de Noël, pour une mise en beauté au moment des fêtes. Tel un spa, ce lieu emblématique révèle, dans chaque pièce, des rituels de beauté sur-mesure, pour des instants spa visage et corps quotidien :

- Au pied du sapin :

Ouvrant leurs portes sur des routines découvertes et des rituels

de beauté, les 2 «Box Beauté Découverte» et les 10 «Coffrets Bastide Spa», éco-conçus, incarnent le cadeau idéal pour offrir une véritable prise en charge spa beauté et bien-être à domicile.

- Dans la cheminée :

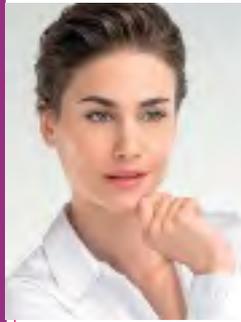
Accrochées au foyer chaleureux et crépitant, les 3 «Bottes Beauté» invitent, chaque convive, à des mises en beauté express sur-mesure.

- Dans la salle de bain :

Pour retrouver tous les bienfaits vivifiants et reminéralisants d'un bain de mer, la «Collection Spa Marin» offre une véritable immersion marine au cœur de toutes les salles de bain citadines.

La collection «Bastide Spa» est pensée pour satisfaire tous les budgets et toutes les envies, pour rayonner de beauté avant, pendant et après les fêtes de fin d'année !

www.thalgo.fr



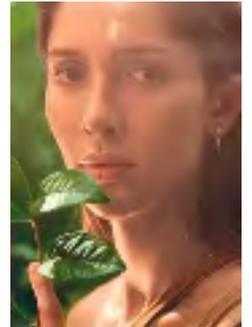
Un bol d'air frais

● Pour mieux lutter contre le teint «brouillé» et réoxygéner la peau, **GUINOT** a créé le «**Masque Bioxygène**», un masque éclat dépolluant qui grâce à un actif biotechnologique contribue à libérer instantanément la peau exposée à la pollution. Et grâce à ses molécules actives, le pro-oxygène augmente la consommation d'oxygène des cellules permettant de stimuler le métabolisme et la croissance cellulaire pour une amélioration de l'éclat. La texture fouettée

aérienne de ce masque dépollue la peau sans l'irriter ni la dessécher, la laissant immédiatement plus nette. Visiblement, le teint est plus lumineux et homogène.

Les bienfaits du thé sur la peau

● **FRESH**, après avoir découvert une variété de thé adaptogène, qui pousse en milieu hostile sur l'île Maurice, a extrait le pouvoir de ce thé pour l'appliquer sur la peau à travers son nouveau sérum, «**Tea Elixir Resilience Activating Sérum**». Le pouvoir de cette plante dans une formule à la texture soyeuse permet d'améliorer la résilience de la peau et combattre les signes de l'âge liés au stress. Le grain de peau est lissé, les rides sont réduites, la peau est visiblement plus éclatante.



Démarrer la journée en beauté

● **LEBON** s'invite dans la salle de bains avec sa collection de dentifrices «**Flavorcare**», dont les trois nouvelles senteurs mettent du soleil dans le brossage des dents :

- «**Lebon Back to Pamplemousse**» : une pause fruitée et tropicale à la saveur multivitaminée qui apporte un sourire pétillant,
- «**Lebon Piscine à Antibes**» : procure un léger frisson grâce à la combinaison originale de la menthe fraîche et de la réglisse, et laisse une sensation rafraîchissante et intense,
- «**Lebon Cap Ferrat**» : gorgé de menthe fraîche revigorante pour une bouche saine et fraîche, ce dentifrice offre une expérience énergisante.





LANCEMENT DU MOIS

JEWEL BE BOLD

d'O.P.I



Définition : une collection de vernis pour briller et scintiller pour les fêtes. 12 nuances et 3 coloris à paillettes.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

- O.P.I donne le coup d'envoi des fêtes de fin d'année 2022 avec sa collection «Jewel Be Bold». C'est une palette éclatante !
- Le nouveau look tendance mêle des couleurs aux allures de métaux dorés et des tonalités glacées.
- Les ongles sont sublimes avec des verts futuristes aux finitions métalliques et rutilantes qui se marient joyeusement avec des teintes de cerise foncée et de rouge carmin.
- La teinte la plus tendance de l'année, le violet, a reçu une touche glamour grâce à de chatoyantes nuances de nacre et de crème d'orchidée.



«Jewel Be Bold» comporte également trois coloris de vernis à paillettes : doré avec des éclats argentés, rose vif et noir anthracite, tous conçus pour conférer aux ongles une touche festive.

- Vos clientes vont adopter ces manucures scintillantes qui ont le pouvoir de changer leur look et leur état d'esprit.
- «Jewel Be Bold» se retrouve dans les 3 formules d'O.P.I : «Nail Lacquer» (7 jours de tenue), «Infinite Shine» (11 jours de tenue), «Gel Color» semi-permanent (14 jours de tenue, ou 21 jours avec la base «Stay Strong»).

Prix : 14,90 € («Nail Lacquer»), 16,90 € («Infinite Shine»), 36 € («Gel Color»).

www.opi.com

Seconde jeunesse de la peau



● **CENTIFOLIA** lance «**Lys Active**», une gamme reposant sur une connaissance pointue des végétaux et de leurs secrets pour répondre aux besoins des peaux matures les plus exigeantes. La gamme «Lys Active» est composée de 6 soins visage anti-âge et anti-taches destinés aux femmes de 40 à 65 ans :

- la «**Crème Nettoyante Micro-Perlée**» élimine les impuretés, les traces de pollution et les cellules mortes, favorisant ainsi le renouvellement cellulaire,

- le «**Soin Jour Multi-Actif**» hydrate, nourrit et tonifie la peau et lui assure un effet lissant immédiat,

- le «**Soin Nuit Multi-Actif**» facilite la régénération durant le sommeil pour une peau redensifiée, repulpée et tonifiée,

- le «**Contour des Yeux & Lèvres**» offre une action localisée pour réduire les signes de l'âge les plus visibles,

- le «**Sérum Concentré Anti-Taches**» permet une réduction visible des taches pour un teint plus uniforme et lumineux,

- le «**Soin Mains Anti-Taches**» hydrate durablement et laisse les mains douces et protégées.

Tisanes version «out»

● La marque slow cosmétique **PAÏMA** a lancé quatre «**Bains Vapeur aux Plantes**» pour le visage. Ces quatre bains vapeur se présentent sous forme de mélanges de plantes biologiques aux vertus antiseptiques, cicatrisantes et purifiantes spécialement sélectionnées pour répondre aux besoins des différents types de peaux. Ce véritable sauna facial ouvre les pores et aide la peau à éliminer les impuretés qui l'encombrent et ternissent son éclat :

- le «Bain Vapeur» des peaux acnéiques pour lutter contre les imperfections en purifiant la peau et en éliminant les points noirs et toxiques,

- le «Bain Vapeur» des peaux grasses pour lutter contre la peau qui brille en régulant le sébum,

- le «Bain Vapeur» des peaux matures pour booster la jeunesse de la peau et la régénérer en hydratant et en revitalisant la peau,

- le «Bain Vapeur» des peaux sensibles pour les apaiser en purifiant, réparant et régénérant les peaux sujettes aux rougeurs.



PANACÉE LA CRÈME RICHE de Phyt's

Définition : une crème prestige bio anti-âge.

Présentation : ingénieux format recharge. La capsule, composée de 95 % de matières recyclées, contenant le soin, se remplace une fois vide puisque le pot en verre et le capot en plastique recyclé et recyclable sont pour leur part conçus pour être conservés indéfiniment. Élégant coffret en carton écologique comportant au minimum 50 % de fibres végétales de chanvre, certifié FSC® et Imprim'Vert.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

● Véritable quintessence du savoir-faire de Phyt's en matière de cosmétique de pointe certifiée biologique, «Panacée La Crème Riche» est un soin très généreux dont la vertu n'a d'égale que sa sensorialité. Sa formule gorgée d'actifs d'origine naturelle a prouvé leur efficacité.

● Elle s'appuie notamment sur la puissance de l'edelweiss certifié bio, une fleur se distinguant par sa capacité à conserver sa beauté malgré des conditions de vie extrêmes, faisant d'elle un actif essentiel au cœur de cette nouvelle «Crème Riche».

● La richesse en acide léontopodique de cette fleur majestueuse lui confère une puissante action anti-radicalaire, d'autant plus remarquable qu'elle est notamment associée aux extraits de romarin certifié bio et de tomate d'origine naturelle, reconnus pour leurs propriétés hautement antioxydantes.

● Ensemble, ils offrent une protection imparable contre le stress oxydatif responsable du vieillissement prématuré de la peau.



● À leurs côtés, on retrouve l'acmella, algue riche en spilanthol dont l'action myo-relaxante permet de limiter les micro-contractions cutanées à l'origine de la formation et de l'aggravation des rides.

● L'extrait de seigle agit sur leur longévité tout en boostant l'activité des fibroblastes, cellules assurant la fonction soutien de la peau.

● Incarnation parfaite de l'anti-âge global agissant en simultané sur l'ensemble des marqueurs cutanés, ce soin intègre aussi de l'algue brune d'origine naturelle pour stimuler la synthèse de collagène et redonner à la peau fermeté et souplesse.

● Un extrait de plante ayurvédique

(punarnava) régule la synthèse de mélanine pour une action probante sur les taches pigmentaires.

● La sécheresse cutanée étant un processus inéluctable du vieillissement, ce nouveau soin est également gorgé d'ingrédients au haut pouvoir nutritif comme les huiles végétales certifiées bio de noisette et de prune, visant à renforcer la barrière cutanée, protéger la peau de la déshydratation et lui rendre toute sa douceur, son confort et son éclat.

Prix : 90 € (pot 50 ml), 73,90 € (capsule 50 ml).

www.phyts.com

L'appareil beauté connecté

● **NU SKIN** innove en lançant «**age-LOC LumiSpa iO**», l'appareil de nettoyage de peau capable de dialoguer en continu avec une application dédiée. Doté de Bluetooth, cet appareil véritablement intelligent est en relation constante avec l'application développée par Nu Skin grâce à chacune de ses têtes en silicone qui intègrent un capteur capable de communiquer avec l'application. Ensemble, ils s'échangent des données captées au fil des utilisations. Pendant celles-ci, des tutoriels vidéos guident les mouvements à effectuer. Par la suite, l'application permet également de créer une routine personnalisée en fonction des besoins personnels de chacun. «ageLOC LumiSpa iO» offre ainsi quatre fonctionnalités inédites :

- le coaching intelligent afin de suivre au mieux le protocole de nettoyage de peau,
- les routines personnalisées permettant de créer sa propre routine qui correspond aux besoins de sa peau,
- le suivi de l'utilisation apportant les preuves concrètes d'évolution en visualisant les résultats concrets,
- la recommandation des soins à utiliser afin d'optimiser sa routine beauté grâce à la connaissance précise de l'état de la peau.



Un coup d'éclat bluffant !

● **OLE HENRIKSEN** présente «**Banana Bright + Eye Crème**», une nouvelle version de son produit phare, enrichi d'ingrédients encore plus efficaces pour offrir un contour de l'œil plus lumineux grâce à de nouvelles avancées technologiques à base de vitamine C pour obtenir une peau plus éclatante. La nouvelle formule de crème pour les yeux est ainsi composée de trois formes puissantes de vitamine C, dont un complexe de vitamine C ultra-stable avec de l'or véritable pour une luminosité et une élasticité accrues.

L'hygiène des mains

● Parce que le lavage régulier des mains doit un être un réflexe en institut, **BACCIDE** lance son «**Savon Anti-Viral**». Tout comme ses gels hydro-alcooliques, ce savon sans parfum élimine près de 100% des virus et bactéries présents sur les mains tout en laissant la peau propre et nette. Spécialement conçu pour les peaux sensibles, le «Savon Anti-Viral Baccide» nettoie et désinfecte la peau sans l'agresser, et sa formule moussante offre une sensation de fraîcheur et laisse la peau douce et apaisée.

COFFRETS DE NOËL d'estime&sens

estime&sens a imaginé un magnifique décor «flocons» tout en délicatesse pour ses offres de Noël :

- Le «Pochon Bio» : un élégant pochon bleu nuit en coton bio contenant le «Gel Bonjour Bonsoir» et le «Sorbet Hydra-Eclat» ainsi que 2 cotons lavables bio.
- Le «Cracker» : il contient 3 incontournables, gommage éclat, masque hydratant, crème fondante.
- Le «Coffret Prestige» : il offre 2 soins visage bio, le «Serum Resurfaçant Jeunesse» et la «Crème Sublime Légère», ainsi qu'une «Essence Infinie Plénitude».

Prix : 37 € (pochon), 13 € (cracker), 124 € (coffret).

www.estimate-et-sens.fr



Un concentré d'efficacité

● **CHANEL** pousse l'innovation «**Sublimage**» encore plus loin et dévoile une toute nouvelle génération de la formule de «**Sublimage l'Extrait**». Ce sérum désormais enrichi en extrait de swertia, une plante native des montagnes himalayennes aux vertus réparatrices, offre une formule puissamment dosée. «Sublimage l'Extrait» bénéficie des dernières avancées scientifiques sur la sénescence, et concentre pour la première fois des actifs capables de cibler de manière simultanée les trois étapes de la sénescence cutanée pour un bénéfice global de régénération et de réparation. Sa texture miellée singulière se transforme sous les doigts et fusionne avec l'épiderme afin de lui offrir un toucher velours et une sensation de confort ultime. Une seule goutte massée délicatement sur l'ensemble du visage se substitue à une crème et devient la meilleure des huiles réparatrices.

Rien que pour les yeux

● Après sa gamme de maquillage, **L'ATELIER DU SOURCIL** a créé une gamme d'accessoires avec deux nouveautés :
- le «**Taille Crayon Universel**» : sa double lame permet de tailler tous les formats de crayons de maquillage, standard et jumbo, pour un affutage précis. Les lames acérées en acier inoxydable résistent à la rouille, et permettent d'utiliser les crayons jusqu'au bout, sans jamais altérer la mine,
- le «**Recourbe-Cils Mécanique**» : cet accessoire en acier inoxydable est recouvert de bandes de silicone pour préserver la santé des cils. Il est indispensable pour recourber les cils naturellement sans les abîmer. Grâce à une légère pression, il permet d'imprimer la courbure.

D'une légèreté indétectable

● **KVD Beauty** dévoile son nouveau rouge à lèvres liquide, «**Everlasting Hyperlight Liquid Lipstick**», décliné en 21 teintes mates résistantes. Pour l'évolution de ce rouge à lèvres emblématique, KVD Beauty est reparti de sa formule originale avec sa tenue légendaire qui résiste aux transferts, et l'a fait évoluer en apportant un confort parfait et une super sensation de légèreté. Sa formule riche en pigments, ultra-confortable et ultra-fine, glisse facilement sur les lèvres pour éviter la formation de couches et éviter qu'il s'effrite ou laisse une sensation sèche sur les lèvres, tout en offrant un résultat incroyablement coloré.

COFFRET RITUEL TOLÉRANCE de Guérande



Le «Coffret Rituel Tolérance» bio est idéal pour une peau apaisée, protégée et un teint unifié. Il contient un «Baume Nettoyant Démaquillant» bio apaisant (100 ml), un «Sérum Anti-Rougeurs» bio apaisant (30 ml) et une «Crème Apaisante» bio protectrice, hydratante (50 ml).

Prix : 91,70 €.

www.guerande-cosmetics.com



Réduction des rides profondes

● L'icône «**Crème Anti-Rides Comblante**» du **Dr PIERRE RICAUD** se réinvente avec une formule unique associant de l'acide hyaluronique pur et des flavonoïdes de galanga bio, plante médicinale capable de booster la production d'acide hyaluronique. Cette nouvelle crème multiplie ainsi par deux la synthèse d'acide hyaluronique et présente une action ultra-performante sur les rides les plus marquées. La gamme «Anti-rides» du Dr Pierre Ricaud s'enrichit également du «**Sérum Activateur Anti-Rides**» qui comble et lisse les rides, et double la pénétration des ac-



tifs, ainsi que du «**Contour Yeux Anti-Rides Comblant**» qui comble et lisse les rides du contour des yeux pour ouvrir le regard.

Double efficacité

● **Institut ESTHEDERM** enrichit sa collection «**Intensive**» avec un nouveau sérum, le «**Double Concentré Vitamine C²**». Ce sérum associe deux formes de vitamine C pour une action immédiate et continue sur les taches et le manque d'éclat et les irrégularités du teint : la vitamine C pure agit instantanément pour lisser la peau et lutter efficacement contre les hyperpigmentations et le teint terne, et la pro-vitamine C se diffuse de manière prolongée dans l'épiderme pour une action durable, grâce à sa formule 100% fraîche sous forme de poudre par l'acide ascorbique et sous forme d'émulsion par l'ascorbyl glucoside. Celles-ci se mélangent pour créer une texture très légère qui pénètre rapidement et reste stable pendant 14 jours.

ULTRA CALMING de Dermalogica

Définition : une gamme pour peaux sensibles qui réunit 5 essentiels d'une routine visage.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

- Tous les produits «Ultra Calming» sont conçus à partir du complexe «Ultra Calming» : une expertise dédiée aux soins des peaux sensibles.
- Ils bénéficient de formules douces et apaisantes adaptées aux besoins des épidermes fragilisés.
- Le complexe «Ultra Calming» enrichi en avoine et actifs botaniques agit immédiatement sous la surface de la peau pour interrompre les déclencheurs inflammatoires qui mènent à la sensibilisation, il permet de minimiser la sensibilité, les rougeurs, l'irritation et l'inflammation.
- Le «Nettoyant Gel Crème» nettoie, rafraîchit et apaise intensément la peau tout en protégeant sa barrière protectrice cutanée.



- La «Brume Apaisante» agit comme un soin ultraconcentré en actifs afin de calmer les rougeurs, l'inflammation et la sensibilité.
- Le «Sérum Apaisant» permet d'apaiser, de régénérer et de protéger durablement les peaux sensibilisées.
- Le gel crème «Hydratation par Gel» procure un soulagement immédiat et une hydratation longue durée.
- Le «Soin Réparateur SOS» agit comme un bouclier pour apaiser et protéger la peau contre les facteurs environnementaux nocifs en un instant.

Prix : 43 € (nettoyant), 42 € (brume), 68 € (sérum), 56 € (gel hydratant), 51 € (soin réparateur).

www.dermalogica.fr

COFFRETS NOËL CORPS ET DÉTENTE de Baija

Les 3 «Coffrets Corps» contiennent tous les produits indispensables : gommage 60 ml, gel douche 100 ml, crème corps 75 ml... ainsi qu'une belle éponge visage et corps à l'extrait de bardane et à l'huile essentielle de sauge.

Prix : 35,90 € (chaque coffret)

www.baija.com

Les coffrets féériques de Baija attirent instantanément l'oeil grâce à leurs pétillantes couleurs, un véritable shoot de bonne humeur, du vert, du bleu, du rose... une explosion de joyeuses nuances dessinant des jardins oniriques avec des plantes et fleurs tropicales. Les «Coffrets Détente», parfaits pour une pause cocooning, contiennent une bougie 75 g, un gommage 60 ml, un gel douche 100 ml, une crème mains 30 ml.



Mini et mythique...

- **INNOXA**, spécialiste des vernis pour ongles sensibles et créateur des mini-verniss, propose douze nouveaux coloris dans sa collection de «**Mini-Vernis Haute Tolérance**» pour réveiller les manucures et pédicures cet hiver. Une collection toujours développée pour protéger et renforcer les ongles sensibles, mais avec des couleurs d'automne joyeuses avec une haute brillance et une couleur longue tenue. Du plus discret au plus extravagant ! Dans la continuité des «Faux Cils Magnétiques», **ARDELL** a lancé les «**Touffes Faux-Cils Individuelles Magnétiques**», parfaites pour personnaliser de manière rapide et efficace tous les looks. Ces «Touffes Faux-Cils» conçues en cheveux naturels sont confortables, légères et agréables à porter. Leur pose se fait en quelques secondes seulement et elles ont une tenue irréprochable pendant 24 heures. Elles existent en quatre références : courtes, moyennes et longues ou en assortiment des trois longueurs.

L'acné de l'adulte

• Pour répondre aux différents besoins des peaux adultes avec de l'acné, le **Laboratoire Dermatologique ACM** a mis au point «**Boréade SL Soin Lissant**», un soin double action, issu de la gamme «Boréade» dédiée aux peaux à tendance acnéique, pour traiter les imperfections persistantes et lisser les premières rides. Il diminue les imperfections, comme les boutons et comédons qui perdurent après l'adolescence, en combinant des AHA à libération prolongée. Pour compléter son action sur les peaux adultes, ce soin permet également de lisser les rides. Résultat : les pores dilatés sont resserrés, les points noirs diminuent, le grain de peau s'affine et le teint est unifié.



Un moment de bien-être

• **WELEDA** agrandit sa gamme «**Maternité & Bébé**» avec trois nouveaux soins toujours élaborés avec plus de 80% d'extraits végétaux certifiés culture biologique, et des ingrédients 100% d'origine végétale :

- le «**Baume Intense Universel**» : ce baume au calendula permet de créer un bouclier protecteur naturel instantané contre le dessèchement de la peau tout en aidant à restaurer la fonction barrière cutanée,
- le «**Baume de Massage Vergetures**» : ce baume nourrissant prévient l'apparition des vergetures tout en augmentant l'élasticité et la douceur de la peau,
- le «**Baume pour Mamelons**» : ce baume protège tout en douceur les mamelons douloureux, la peau craquelée et les irritations lors de l'allaitement.



STYLO EYELINER de puroBIO

Définition : un eyeliner bio facile à utiliser.

Présentation : format stylo noir, muni d'une pointe pinceau innovante, douce et souple.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

- La texture fine du «Stylo Eyeliner» glisse sur la paupière.
- Grâce à lui, il est facile de créer différents look, du simple œil de chat au trait de liner graphique.
- Composée de poudre de charbon végétal, sa couleur noire sublime le regard.
- Sa formulation bio est enrichie en eau de bleuet aux propriétés apaisantes et délicates pour les yeux sensibles.

www.purobiocosmetics.fr



Inspiré de la nature...

• **EISSENSA**, une jeune marque installée en plein cœur de la Provence, conçoit des produits cosmétiques d'hygiène et de soins solides, naturels et bio avec des parfums d'origine 100% naturelle et des formules concentrées en actifs soigneusement choisis pour leurs bienfaits. Eissensa propose deux gammes adoucies de notes poudrées, et d'arômes naturels :

- «**Jardin Secret**» : une collection autour des fleurs méditerranéennes offrant un assemblage autour de la rose, du jasmin et de la fleur d'orange, et composée d'un baume solide et d'un déodorant naturel,
- «**Alchimie des Sens**» : une collection autour de plantes aromatiques offrant un assemblage autour de la lavande et du romarin, et composée d'un shampooing solide et d'un déodorant naturel.

LIPS & MATCH de Baija

Définition : la gamme de gommages lèvres et de baumes lèvres «Lips & Match» s'agrandit avec 4 nouvelles références.

Présentation : élégants tubes 15 ml avec embout biseauté facilitant l'application mais aussi, et comme toujours chez Baija, des patrons empreints de bonne humeur et d'optimisme.

VOS MEILLEURS ARGUMENTS VENTE :

- Les 2 nouveaux «Gommages Lèvres» («Menthe» et «Pêche») et les 2 nouveaux «Baumes Lèvres» («Mojito» et «Coco») nourrissants se distinguent par leur recette 100 % plaisir et surtout 100 % d'origine naturelle.
- Côté scrub, on retrouve ainsi tout simplement du sucre qui assure une action exfoliante mécanique pour éliminer les inesthétiques petites peaux mortes, lisser et adoucir les lèvres tout en formant un film protecteur à leur surface permettant de maintenir intacte leur hydratation.

• Quant aux baumes, on fond pour leur généreuse texture et leur richesse en huile de tournesol et glycérine végétale dont on apprécie les propriétés nourrissantes, régénératrices et protectrices.

Prix : 9,90 € (gommages, baumes).

www.baijashop.com





Efficacité au naturel

• La nouvelle génération de capillaires certifiés bio de **NATESSANCE** est composée jusqu'à 99% d'ingrédients d'origine naturelle pour prendre efficacement soin des cheveux de la racine à la pointe. Aujourd'hui **«Nateissance Bio»** complète sa gamme avec le **«Masque Capillaire Couleur»**, un véritable soin pour parfaire la routine des cheveux colorés ou méchés. Enrichi en huile de carthame bio et en kératine végétale, ce masque nourrit intensément, régénère et protège les cheveux colorés.



COFFRETS DE NOËL de Phytomer

Noël se prépare déjà ! On entre dans la magie Phytomer avec 3 rituels visage d'exception en édition limitée, ainsi que 2 offres corps irrésistibles.

- Lovés dans de somptueux écrans premium, les «Rituels de Beauté Visage» de Phytomer sont composés d'une crème et d'un masque format vente en cadeau :
 - «Rituel Hydratation» avec «Hydra Originel»,
 - «Rituel Jeunesse Suprême» avec «Pionnière XMF»,
 - «Rituel Éclat» avec «Cyfolia Bio»,
- Les «Coffrets Corps Sur-Mesure»

contiennent la crème main «Oléocrème» en édition limitée et son élégante boîte cadeau offerte pour un produit corps acheté parmi une sélection de produits corps stars.

- Le joli «Cracker de Noël», lui, est composé de 2 produits essentiels corps en édition limitée 30 ml : le «Gommage Corps Confort» et la crème corps «Oligomer Sensation Bien-Être».
- Prix :** 58,90 € («Rituel Hydratation»), 168 € («Rituel Jeunesse Suprême»), 60,90 € («Rituel Éclat»), 15 € (cracker de Noël).

www.phytomer.fr

Pour tous les femmes

- Les **Laboratoires de BIARRITZ** ont agrandi leur gamme de «Soins Réparateurs» avec deux soins destinés aux femmes à toutes les étapes de leur vie :
 - le **«Baume Allaitement»** : sa formule issue de l'algue rouge et d'huiles végétales bio permet à ce baume d'assouplir et de protéger les mamelons en formant un film protecteur. L'huile d'olive et l'huile de tournesol bio nourrissent, hydratent et protègent la zone,
 - la **«Crème Vergetures»** : grâce à l'association de deux actifs naturels anti-vergetures, cette crème prévient à la fois l'apparition des vergetures en renforçant l'élasticité et la fermeté de la peau et facilite leur régression en activant la réparation du tissu. Des actifs nourrissants complètent la formule pour améliorer la souplesse de la peau et éviter les sensations de tiraillements.

COFFRETS DE NOËL de Dermalogica



À l'occasion des fêtes de fin d'année, Dermalogica propose d'offrir le plus beau des cadeaux... une peau saine. Elle présente 8 coffrets de Noël activés autour des préoccupations majeures pour ravir tous les

types de la peau : l'éclat, l'hydratation, l'anti-âge mais aussi des coffrets qui réunissent les produits iconiques de la marque. Chaque coffret contient 2 ou 3 produits.
Prix : 24 à 169 €. www.dermalogica.fr

Embellir les yeux sensibles

- Les yeux sensibles nécessitent la plus grande attention et surtout une routine de soin adaptée. C'est désormais chose faite par **REVITALASH** avec son nouveau sérum revitalisant **«Revitalash Advanced Sensitive»**. Ce sérum nourrit, revitalise et améliore l'apparence des cils, tout en étant très doux pour les yeux sensibles grâce à une technologie exclusive d'encapsulation des actifs à libération prolongée. Libérés progressivement, les actifs liposomés sont ainsi mieux absorbés par le poil, lentement, sans agresser les yeux, tout en continuant à offrir les bénéfices de l'icône sérum : il protège les cils de la casse, améliore la souplesse, l'hydratation pour fortifier et augmenter la santé globale des cils.



Un regard plus frais

- **KREME** a imaginé un soin pour le contour des yeux capable de réveiller les yeux fatigués avec le **«Soin Regard Défatigant»**. Sa formule 100% naturelle et certifiée bio offre une véritable dose d'énergie : elle hydrate intensément le contour de l'œil tout en fortifiant les défenses de cette zone fragile grâce à ses ferments probiotiques. Elle concentre également 3% d'un extrait breveté de cernilys, un actif anti-cernes et anti-poches, de l'acide hyaluronique lissant

et de la crème de bleuet apaisante. Sa texture velours infuse la zone du regard de confort et agit comme un pansement seconde peau pour apaiser et reconforter cette zone fragile.

OFFRES D'EMPLOI

fresh

Recherche

CONSEILLER/ÈRE DE VENTE (H/F) - CDI

Vous aimez notre marque et aimeriez être un véritable ambassadeur Fresh au sein d'un magasin Sephora parisien ?
Rencontrons-nous ! Rejoignez une équipe avec de belles valeurs et le goût du challenge !

Contact : adelaselle@fresh.com

BERNARD CASSIERE PARIS

Recherche

VRP H/F

secteur Hauts-de-France, Nord Parisien et Normandie, Grand quart Sud-Est.

Directement rattachés(es) au Responsable du développement commercial, vous assurez une double mission : le suivi des clients existants (instituts de beauté / spas) et le développement de votre portefeuille par des actions importantes de prospection, afin d'atteindre vos objectifs de chiffre d'affaires, dans le respect de la politique commerciale de la marque Bernard CASSIERE.

CDI - temps plein

Contact : emploi-groupe@sothys.net

VENTES INSTITUTS/SPAS/PARFUMERIES

À vendre en plein de Cœur de Nouméa en Nouvelle-Calédonie INSTITUT DE BEAUTÉ DAY SPA

120 m², 5 cabines existant depuis 13 ans, belle clientèle fidélisée, équipe 4 salariées + gérante, marques Filorga et Cinq Mondes en exclusivité. Micro-needling, radiofréquence, hydratation et cryolift, CA confortable, fort potentiel. Locaux spécialement aménagés dans maison individuelle. Bon quartier à 500 m du lagon. Prix 150 000 euros.



Contact : ebm@lagoon.nc

À VENDRE

«PORTEFEUILLE CLIENTÈLE»

Esthéticienne diplômée vend sa fidèle clientèle développée depuis 2009 sur le secteur de Perpignan et ses alentours.

Activité d'ESTHÉTIQUE A DOMICILE sous l'enseigne :
CORPS À CŒUR Esthétique « l'institut qui vient à vous »...

<https://www.corpsacoer66.fr>

Prix (poss. négociable) 30 000 €.

Cette activité telle qu'elle est pratiquée laisse une marge nette d'environ 70 % du CA et permet de dégager un bon revenu mensuel.

Contact : 06 27 24 07 05

PROCHAIN BOUCLAGE : 17 NOVEMBRE 2022

www.annonce-beaute.com

Annonces pour les professionnels de la beauté et du bien-être

EMPLOI - STAGES - FORMATIONS
VENTES - LOCATIONS

les nouvelles
esthétiques

spa
BEAUTE



Avec un réseau de plus de 74 000 professionnels,
publiez votre annonce sur www.annonce-beaute.com



Votre partenaire Instituts & Spas



Le Vallon de Valrugues & Spa 5*
France



The Ritz-Carlton 5*
La Nouvelle-Orléans, États-Unis

Maison française de cosmétiques depuis 1954.
Pionnier des soins phyto-aromatiques, créateur d'expériences.
Un savoir-faire professionnel reconnu dans plus de 60 pays.
Un partenariat fondé sur une vision qualitative commune.
L'expertise du soin personnalisé, l'exigence du résultat.

L'Expérience du Soin Phyto-Aromatique

Phytoceane

Destination YUCATÁN
Soin Visage Apaisant à l'Aloé Vera Bio



NOUVEAU



Goûtez à la douceur de l'Aloé Vera Bio du Mexique
pour une sensation immédiate de confort.

commercial@phytoceane.com • 02 23 18 31 31
www.phytoceane.fr