

Gourmandises érotiques en GMS

Des produits cosmétiques érotiques et comestibles en GMS. Avec des noms insolites comme l'huile de massage « Passage sous les reins », le baume retardant « Excès de vitesse », ou encore le gel lubrifiant « Sport de glisse », la marque **Voulez-vous** décline l'ensemble de ses produits sous des goûts différents allant du mojito au champagne en passant par le pain d'épices. Créée il y a un an, la marque explose. Des innovations sont prévues comme la peinture au chocolat et une bougie de massage comestible. ■■



des formules insolites

mélanges à faire soi-même (Absolution), des textures particulières, avec un rouge à lèvres gloss fabriqué à base de cire spéciale qui réactive l'effet brillant (ABC texture). Et l'innovation ne concerne pas uniquement le produit fini, les marques misent également sur le packaging: économie d'une boîte pour respecter l'environnement en indiquant à même le flacon la notice d'utilisation (Terra Humana) ou packaging écoconçu avec des matériaux recyclables et de l'encre végétale (Absolution).

La marque, gage de qualité

Mais pour continuer à vivre en temps de crise, les fabricants de la beauté n'ont pas d'autres

choix que de répondre aux attentes des consommateurs et à leur nouvelle manière de consommer. Les marques doivent continuer à faire rêver et à donner du plaisir aux acheteurs tout en leur proposant de nouvelles expériences et en s'engageant pour la planète. Selon une étude menée par l'Ifop et Highco Docs en mars, sur 1 009 internautes, les Français recherchent du sens dans leur acte de d'achat: moins d'emballage, de pollution, respect de l'environnement. Si, pour l'alimentaire, la marque n'est plus vraiment importante, dans les cosmétiques, elle perdure: c'est un gage de qualité et de performance. ■■

CAMILLE HAREL

Les cosmétiques de l'homme actif du XXI^e siècle

La marque de cosmétiques bio 66°30 s'adresse aux urbains actifs. Récompensée dans la catégorie marque émergente par le jury de Beyond Beauty, 66°30 propose cinq soins avec une formule exclusive: le bouclier urbain, qui rassemble une dizaine de plantes afin de protéger, fortifier et nourrir la peau de l'homme. La marque est distribuée dans les enseignes bio comme Made-moiselle Bio. ■■



Tecare prend soin des sportifs

Pour répondre à la demande des sportifs, soucieux de leur bien-être et d'une récupération physique rapide après l'effort, Tecare propose une gamme de 15 produits mixtes allant des crèmes chauffantes préparatrices aux huiles apaisantes, en passant par les solaires. Les packagings sont simples, résistants et faciles à transporter. Des produits disponibles dans les magasins de sports, pharmacies et parapharmacies. ■■



Self made home pour Absolution

Absolution, PME de 10 salariés, a remporté le prix coup de cœur du jury Beyond Beauty avec sa gamme de biocosmétiques unisexe. Les packagings, écoconçus, sont design. La gamme est composée de 8 produits, dont 4 solutions, qui peuvent être mélangées aux crèmes en fonction de l'effet recherché. Disponible dans la boutique mère Maison Absolution. ■■

