

2017 **CEW**
FRANCE
| JOURNÉE DE
LA BEAUTÉ

**JOURNÉE DE LA BEAUTÉ
28 JUIN**

VENT D'EST – VENT D'OUEST : DES EMOTIONS VENUES D'AILLEURS
Compte rendu par Sylvie Borin, membre du CEW

- FLORENCE BERNARDIN, OWNER INFORMATION ET INSPIRATION
- LEILA ROCHET-PODVIN, FONDATRICE ET DIRECTRICE COSMETICS INSPIRATION & CREATION

Des Etats Unis à l'Asie, l'international comme source d'inspiration et de pistes d'innovation. Echange croisé des dernières tendances repérées par deux expertes, Florence Bernardin pour le marché asiatique et Leila Rochet-Podvin pour le marché américain.

RACINES & INFLUENCES

En Asie : « *Ordre et harmonie sont la résultante du renoncement à la domination de la nature par l'homme qui doit s'y insérer pour y trouver son équilibre* ». L'individu comme la beauté est influencé par le taoïsme, le bouddhisme, l'harmonie avec la nature, le respect des rythmes, etc...

Aux Etats Unis : la beauté, notamment le maquillage, est plutôt influencé par le divertissement, héritage de l'industrie du cinéma, la culture de la marque, du drame, du glamour.... Mais parallèlement, la pureté est une valeur essentielle de la beauté et des personnes.

VENT VERT

Qu'en est-il du « green » et de son évolution sur les 2 continents ?

Asie... forte expansion du bio, des produits naturels, juice bar dans une logique in & out = la beauté vient de l'intérieur .

Etats-Unis.... Tendance au « green augmenté » avec une croissance des « purpose brands », de la beauté détox et du « fait-main ».

LE NOUVEL ESPRIT RETAIL DANS LE VENT

Au Japon et en Corée, une approche du soin ou du maquillage toujours plus personnalisée du consommateur qui est pris en charge par un expert sur le point de vente. Alors qu'en Chine les marques prennent de plus en plus en charge le consommateur en proposant des découvertes de lieux mode-beauté des cours de « recettes beauté made in France » et la possibilité d'acheter dans des boutiques luxueuses du maquillage de marques de prestige dans de magnifiques présentoirs de distribution.

Aux US, la tendance est à donner accès au talent du créateur. On peut fabriquer des produits directement sur le point de vente. On voit de nouveaux types de show rooms et la multiplication de pop-ups.

2017 **CEW**
FRANCE
| JOURNÉE DE
LA BEAUTÉ

VENT DU MOI

En Corée, certaines marques proposent déjà à leurs clientes de repartir du point de vente avec leur propre formule, grâce à un outil de diagnostic qui a déterminé 9 types de peau. On voit aussi exploser les produits boosters à préparer soi-même ou sur le point de vente. Des machines à fabriquer ses propres produits aussi également sur le marché de maquillage en Corée .

La tendance US est également à la beauté « sur mesure ». Les consommatrices peuvent définir leurs couleurs de maquillage et les voir se préparer sur place. Idem pour le teint.

Et cela peut aller jusqu'à la personnalisation du pack. Folie du mixing de produit

Sur les 2 continents les clientes peuvent aussi pratiquer le DIY !

VENT VIRTUEL

Au Japon, se retrouver face à une conseillère virtuelle ? oui c'est possible, en ligne et en vidéo. Le maquillage virtuel aussi est possible...et bien pratique pour être parfaite pour assister à une conférence-call ! Des outils intelligents permettent le contrôle cutané, de conseiller à tous moments où que l'on soit.

Aux Etats-Unis, l'Uberisation des services est en marche. De nombreuses applications existent déjà, notamment pour le maquillage, que les consommatrices partagent sur les réseaux sociaux. Une marque de maquillage fait appel à la neuroscience pour refléter les émotions par les sourcils.

VENT SOCIAL ET LES INDIES

En Asie si les marques Indies ne sont pas encore là, le pouvoir des influenceurs et des réseaux sociaux est prépondérant, 3 blogueuses et 3 réseaux sociaux japonais, coréens et chinois sont aujourd'hui très influents....

Aux Etats-Unis, 77% d'adultes et plus encore des 18/29 ans utilisent les réseaux sociaux. Or la beauté est au centre des discussions sur les réseaux sociaux et les abonnés de Youtube suivent l'avis des créateurs pour achats.

Enfin, après les blogueuses et la montée en puissance des youtubeusesC'est aujourd'hui au tour des instagrameuses d'avoir le vent en poupe !

5 indies Brands ainsi que le TOP 10 des marques de maquillage aux US...sont à découvrir dans cette présentation passionnante et richement illustrée de nombreux exemples de marques ou de points de vente à fortes identités.

N'hésitez pas à contacter Florence et/ou Leila pour échanger sur ces thèmes et la recevoir par mail...

Florence Bernardin
f.bernardin@info-inspiration.com
www.info-inspiration.com
Insta: @bernardinflorence

Leila Rochet-Podvin
leila@inspiration-creation.com
www.inspiration-creation.com
Twitter/Insta:@cosmeticseeds