

Mes soins sur mesure

Des soins, du maquillage et des fragrances correspondant entièrement à nos besoins et nos goûts? Le rêve... Bienvenue dans le monde de la beauté personnalisée, pour une routine qui nous est 100 % adaptée! Par Mariève Inoue

Un rouge à lèvres conçu pour nous, une crème formulée exprès pour notre peau ou une nuance de fond de teint qui se fond à notre carnation: les façons de personnaliser nos produits de beauté se multiplient. Sur le marché, on trouve désormais des hydratants dont il est possible de choisir la texture ou les ingrédients, des parfums à superposer pour créer notre propre sillage de rêve et des cache-cernes offerts en plusieurs dizaines de nuances. Certains espaces et boutiques misent sur un service ultrapersonnalisé pour nous aider à choisir nos soins. D'autres mettent au point des technologies pour analyser notre peau ou nous permettre de dénicher la fragrance qui nous fera vibrer. Une nouvelle génération de marques s'inspire même directement des idées du public pour créer ses nouveautés. Le but de toutes ces innovations reste identique: proposer des produits qui collent le plus possible à nos objectifs beauté et à notre réalité.

En plein dans les tendances

D'où vient cette popularité grandissante du «sur mesure» en beauté? «Dans ce monde où on a déjà tout vu, ces produits faits spécifiquement pour nous ont un côté très spécial et unique», decode Christopher Novak, vice-président, beauté chez Holt Renfrew Ogilvy, dont le département de beauté offre plusieurs services de personnalisation allant du fond de teint sur mesure aux flacons gravés. Dans une société où on célèbre de plus en plus l'individualité tout en travaillant constamment à se montrer plus inclusifs, il semble tout à fait naturel que les gens aient soif de produits en adéquation avec ces valeurs. Et depuis l'avènement d'internet, les consommateurs sont de plus en plus avertis. «L'accès à

l'information est tellement facile de nos jours. Les gens recherchent des produits aux vertus très spécifiques, quelque chose de personnalisé», estime Jaki Francoeur, directrice adjointe chez Espace MédIME, une boutique dont l'approche ultrapersonnalisée vise à procurer la combinaison optimale de soins de la peau à sa clientèle. «Notre concept est de vraiment prendre en charge nos clients et de les guider dans leur protocole de soins à la maison – on devient en sorte les stylistes de leur cabinet de salle de bain.»

Désireuses d'offrir des soins de la peau répondant réellement aux besoins de chacun, Rachelle Séguin et Andrea Gomez ont fondé Omy Laboratoires, une marque toute jeune d'ici qui propose une crème de jour, une crème de nuit et un sérum aux ingrédients sélectionnés selon les besoins cutanés de leur destinataire. «Aujourd'hui, les gens s'attendent vraiment à avoir des produits adaptés autant dans l'alimentation, l'entraînement et les vêtements qu'en beauté. On voit partout ce désir de se sentir unique, observe Rachelle Séguin, chimiste spécialisée en cosmétiques. On est aussi plus conscientisés à la consommation. Les gens savent qu'on a moins tendance à gaspiller en achetant un produit fait sur mesure.»

Ce mouvement semble bien parti pour prendre de l'ampleur d'ici les prochaines années. «Des formules de soins de la peau entièrement adaptées à la chimie individuelle de chacun existent déjà, mais elles sont encore habituellement vendues directement au consommateur. D'ici un an ou deux, je crois qu'on commencera à en voir en magasin», prédit Christopher Novak. Un des grands défis, selon Rachelle Séguin, reste d'informer les gens: «Plusieurs ne sont pas au courant que le sur-mesure existe.» Alors, on explore ce nouvel univers beauté? ▶

France est mise en beauté par l'artiste maquilleur Jean-François CD. Peau: gel yeux effaceur de cernes visibles Wrinkle Warrior (Kate Somerville), sérum éclaircissant C.E.O éclat Rapid Flash et crème hydratante riche C.E.O (Sunday Riley). Yeux: fard à paupières crème et poudre Soleil Neige 12 Réflexions (Tom Ford). Teint: cache-cernes Ultra HD (Make Up For Ever), fond de teint soyeux et lumineux (Armani), fond de teint Lightbulb Essence (Shu Uemura), fard à joues Luster (Nars) et duo contour Sculpter et illuminer (Tom Ford). Lèvres: crayon à lèvres RIP Mythe (Haus Laboratories) et mini-rouge à lèvres Velvet Teddy (MAC). Elle porte des bijoux de la collection Iconic de Birks.

Photo: Marc-Antoine Charlebois; mannequin: France (Agence La Suite); maquillage: Jean-François CD; coiffure: Dany Courmoyer.

Les soins de la peau personnalisés

Certaines marques comme Universkin et Omy Laboratoires offrent des soins adaptés aux besoins cutanés de chacun. Les ingrédients actifs sont minutieusement sélectionnés après une analyse de notre peau effectuée par un pro, un logiciel ou parfois une combinaison des deux. SkinCeuticals mise sur un service semblable, avec son sérum Custom D.O.S.E., qui devrait arriver au Québec dès cette année. D'autres systèmes, comme Clinique iD ou CODE de Functionalab, permettent de créer un soin personnalisé en combinant une base à un concentré actif de notre choix dans un flacon distribuant les deux formules simultanément. Selon le nombre de bases, de concentrés et d'ingrédients offerts par une marque, le nombre de combinaisons possibles s'élève parfois à des milliers!

Certaines marques développent par ailleurs des systèmes de sérums et concentrés hyper ciblés à utiliser avec notre hydratant pour booster notre peau selon nos objectifs. C'est le cas de la collection de sérums Capture Youth, de Dior: on utilise une crème riche en oxydants de pair avec notre choix parmi six sérums visant différentes problématiques comme la sécheresse, le teint terne, les rougeurs ou le manque de fermeté. Chez Swissline, la gamme Cell Shock Age Intelligence propose également six boosters axés sur un ingrédient particulier, à utiliser soit seuls, soit mélangés au sérum réparateur ou à la crème hydratante.

L'avantage? On arrive à cibler et à traiter une problématique précise, comme les taches pigmentaires, les rougeurs, une texture irrégulière, de l'acné ou un teint terne, par exemple. «Avec Universkin, on a accès à certains ingrédients qu'on ne retrouvait dans aucune autre gamme sur nos tablettes», explique Jaki Francoeur, qui offre cette marque européenne. Si notre peau tend à réagir à un ingrédient souvent utilisé dans nos traitements beauté, un soin personnalisé (et les bons conseils d'un spécialiste) permettra aussi plus facilement de l'éviter. Côté efficacité, on peut s'attendre à voir des résultats environ un mois après avoir commencé à utiliser notre soin.



Crème de jour sur mesure, de **Omy Laboratoires** (64,99 \$). Sérum magistral P à la formule personnalisée, d'**Universkin** (240 \$). Distributeur personnalisé base céramide et sérum booster CODE, de **Functionalab** (180 \$). Base Gel hydratant BB Dramatically Different avec Cartouche d'actif concentré Clinique iD, de **Clinique** (29 \$ un des 4 choix de bases + 18 \$ un des 5 choix de cartouches).



Sérums ciblés rechargeables Pure Shots, de **YSL Beauty** (120 \$ chacun). Sérum liftant Signes de l'âge retardé Capture Youth, de **Dior** (95 \$). Booster Révélateur d'éclat Cell Shock Age Intelligence, de **Swissline** (125 \$).

Le maquillage aux nuances adaptées

Du côté du maquillage, on trouve de plus en plus d'options au niveau des nuances. Fenty Beauty, créée par la chanteuse Rihanna, a lancé un fond de teint conçu en 40 nuances il y a un peu plus de deux ans. Il se décline même maintenant en 50 différentes pour convenir à un maximum de carnations! Plusieurs autres marques ont augmenté fortement leur



Ci-dessus, fond de teint longue tenue Airbrush Flawless, de **Charlotte Tilbury** (53 \$, 44 nuances).



Fond de teint hydratant longue tenue Pro Filt'r, de **Fenty Beauty** (45 \$). Fond de teint anti-pollution au fini naturel Photoready Candid, de **Revlon** (15,99 \$, 22 nuances). Fond de teint fluide Hide and Chic, de **Stila** (51 \$, 30 nuances). Fond de teint Synchro Skin, de **Shiseido** (60 \$, 30 nuances).



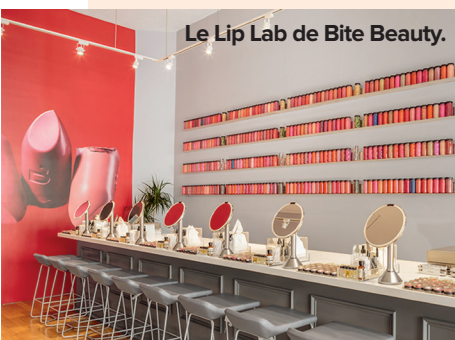
Le Teint Particulier, de Lancôme.

LANCÔME PARIS
LE TEINT PARTICULIER
CUSTOM MADE FOUNDATION

Forme & couleur personnalisées. Texture adaptée à votre type de peau. Your perfect shade. Your perfect complexion. Adapted to your skin type.



Le Lip Lab de Bite Beauty.



Crayon à sourcils Precisely, My Brow Pencil, de **Benefit** (32 \$, 12 nuances). Rouge à lèvres Mat, de **Gucci Makeup** (55 \$, en 28 nuances, en plus des finitions Voile, Satin, Baume et Lunaïson déjà offertes). Correcteur couvrance totale Can't Stop Won't Stop, de **NYX** (12 \$, 36 nuances). Émulsion teintée à mélanger avec son soin de jour selon la modulation désirée, de **Dr. Hauschka** (55,50 \$).



éventail de couleurs de maquillage de base. D'autres ont cherché à développer des teintes universellement flatteuses, comme Maybelline avec son rouge à lèvres Color Sensational Made for All, offert en sept couleurs testées sur 50 teints de peau. Quasi impossible donc de se tromper en choisissant!

On voudrait aller jusqu'à créer notre propre rouge à lèvres? C'est possible aussi, notamment avec la marque canadienne Bite Beauty, dans ses ateliers Lip Lab à Toronto, New York, San Francisco et Los Angeles. À Montréal, MUA MOI propose de concocter un rouge à lèvres ou un gloss à nos goûts en 30 minutes seulement. Et chez Holt Renfrew Ogilvy, on peut vivre l'expérience du fond de teint sur mesure Le Teint Particulier de Lancôme, où un lecteur intelligent calibre notre nuance idéale avant de créer un produit doté de la couvrance de notre choix, adapté à notre type de peau.

L'avantage? Fini la confusion dans les familles de couleurs et les sous-tons! Avec un rouge à lèvres ou un fond de teint conçu sur mesure, on a l'assurance que le produit fini nous mettra en valeur. «On réduit ainsi la frustration et la peur associées au doute qu'un produit fonctionnera bien pour nous», indique Rachelle Séguin. Et en se tournant vers des marques à l'éventail exhaustif de nuances, les chances de tomber sur l'option idéale se font bien plus grandes!

Les produits inspirés par le public

Le contact entre les marques et le public devient de plus en plus direct grâce aux évaluations en ligne et aux médias sociaux. Par conséquent, on voit apparaître des produits inspirés en droite ligne par les désirs des consommateurs. Glossier, une marque américaine lancée par la blogueuse Emily Weiss, a bâti en partie son succès sur son attention aux commentaires de ses lecteurs quant à leurs préférences de produits. Pour sa part, Volition Beauty, une marque vendue chez Sephora, possède une plateforme où le public soumet ses idées de produits, qui deviendront peut-être

réalité après un processus de sélection et de vote. Novateur! **L'avantage?** Malgré le nombre incroyable de produits de beauté sur le marché, il reste parfois difficile d'en trouver un répondant précisément à certains besoins. En étant à l'écoute de leurs clients, les marques qui adoptent cette approche rafraîchissante s'efforcent d'offrir ce que les consommateurs recherchent réellement.

Le comptoir Guerlain Parfumeur chez Holt Renfrew Ogilvy.



Eau de parfum Classic Simply Clean à porter avec les autres de la ligne ou seule, de **Clean** (58 \$). Eau de parfum Wild Geranium à porter avec les autres de la ligne ou seule, d'**Aérin** (142 \$, dès début février).

Les fragrances uniques

L'approche personnalisée s'étend même aux fragrances. Certains parfums, comme ceux de Clean Beauty Collective, sont pensés de façon à être portés seuls ou superposés, pour un effet unique à chaque personne. Au comptoir exclusif Guerlain Parfumeur de Holt Renfrew Ogilvy, on peut explorer pas moins de 88 fragrances classées selon différentes matières premières par l'entremise d'une application spéciale, afin de nous aider à trouver la perle rare. On peut ensuite personnaliser notre flacon en choisissant son format, sa couleur et son ruban, ou en y faisant inscrire notre nom. La marque montréalaise Ruby Brown organise également des ateliers de création de fragrance au Ritz-Carlton de la métropole, dont on repart avec un flacon de notre nouveau parfum sur mesure.

L'avantage? Les odeurs suscitent des émotions, rappellent des souvenirs et sont souvent vues comme un reflet de notre personnalité. Comme chacun d'entre nous est unique, quoi de plus naturel qu'un sillage unique lui aussi? Explorer les possibilités de l'univers olfactif permet d'expérimenter, mais aussi de s'exprimer d'une autre façon. **BA**

Voir les points de vente en p. 95.