

Des futures mamans aux petits soins

« L'innovation existe, s'il y a une application, si elle est comprise et réaliste ! » Cette réflexion de la fondatrice de Mama Mio prend ici tout son sens. Ses soins de beauté luxueux dédiés aux femmes joignent l'utile à l'agréable, avec humour. Les formules jouent la carte de la sécurité, en misant sur des actifs reconnus comme les Omega 3, 6 et 9, hautement hydratants, qui préviennent l'apparition des vergetures. Mais c'est surtout sur le créneau de la sensorialité que cette toute jeune marque sort du lot. C'est en interrogeant des futures mamans et en se remémorant ses grossesses passées qu'elle trouve le fil rouge. Baptisée « Gravida », la fragrance composée d'huiles essentielles triées sur le volet, préserve l'hypersensibilité olfactive qui touche une majorité de femmes enceintes. Pour maximiser l'offre, le concept Mama Mio ne s'arrête pas là, la marque propose des protocoles sur mesure pour les futures mamans « addict » aux spas. Fabriqués aux États-Unis pour des questions de rentabilité et visés par la FDA américaine, l'équivalent de l'Afssaps, les soins n'ont pas tardé à trouver un distributeur exclusif pour se lancer en France : Sephora a eu du nez ! « Made in USA », l'histoire de Basq emprunte le même chemin avec une philosophie axée sur l'expertise et le raffinement. Fruit de la recherche couplée de dermatologues, d'aromathérapeutes et de cosméticiens, la gamme composée de quatre produits pour le visage et pour le corps, allie technologie moderne et traditions. Packaging luxueux, flacons fumés et textures enveloppantes finissent par payer.

Future moms, attending to needs



"Innovation exists if there is an application, if it is understood and is realistic." The thinking of the founder of Mama Mio takes on its entire meaning here. The company's luminous beauty products for women unite the useful with the agreeable, and they do so with humor. The formulas play on safety by banking on recognized

active ingredients such as omega 3s, 6s and 9s, which are highly moisturizing and prevent the appearance of stretch marks. But this young brand stands out especially when it comes to the sensory niche. By questioning future mothers who recall their past pregnancies, it has found a common theme. Called Gravida, the fragrance composed of handpicked essential oils is protective of the hypersensitivity to smells that affects a majority of pregnant women. Maximizing their offer, the Mama Mio concept doesn't stop here. The brand provides customized protocols for future mothers addicted to spas. Made in the United States for questions of profitability and approved by the Federal Drug Administration (FDA), or the equivalent of the French AFSSAAPS, the products quickly found an exclusive distributor for their launch in France. Sephora has good instincts. "Made in USA," the story of Basq is along the same philosophical lines of expertise and refinement. The result of research coupled with input from dermatologists, aromatherapists and cosmeticians, the range composed of four products for the face and body combines modern technology with tradition. The luxurious packaging, smoky bottles and enveloping textures pay off.

Des gemmes pour le bain

Fondée il y a une quinzaine d'années aux États-Unis et implantée en France depuis moins d'un an, la société Gemme inscrit son approche dans le secteur de l'hygiène avec une précieuse originalité. Son nom inspiré par la gemmologie parle de lui-même et les produits suivent aussi. Les savons parfumés et facettés poussent le détail jusque dans la couleur empruntée aux pierres précieuses. Les formules naturelles, l'accueil favorable qui lui a été fait en France est vite rallié par la Grande-Bretagne, l'Espagne, l'Italie, la Suisse et l'Allemagne... Le bijou de bain, il fallait y penser !

Precious stones for the bath

Founded about 15 years ago in the United States and established in France for less than a year, Gemme has a highly original approach in the toiletries sector. The name, inspired by gemology, speaks for itself and the products: these scented, faceted soaps take their colors from precious stones. They've got a real look, as well as natural formulas, both favorably received in France then quickly in Great Britain, Spain, Italy, Switzerland and Germany. Bijoux for the bath that someone just had to think of.

Le cérémonial du thé

« Five o'clock tea ! » C'est en partant de cette idée insolite du thé conjugué avec les bienfaits de l'eau que deux Français parcourent l'Asie sur la « voie du thé ». De ce voyage initiatique et de leurs expériences respectives dans l'univers de la beauté et du bien-être, naît Thémae. L'aventure les mène jusqu'à Paris. Avec un spa zen, des protocoles de soins et des produits au thé, le concept Thémae devrait bientôt s'exporter.



The tea ceremony

Five o'clock tea. Starting with this mysterious idea of tea, combined with the beneficial effects of water, two Frenchmen traveled throughout Asia on the "tea route." From this initiating journey and the duo's respective experiences in the worlds of beauty and well-being, Thémae was born, leading the pair to Paris. With a Zen spa, skincare protocols and tea products, the Thémae concept should be exported soon.

La quatrième dimension de l'argan

C'est en 2002 que Argan Care Code 457 voit le jour au Maroc, fruit d'une collaboration entre un jeune cadre français et Zoubida Charouf, fondatrice du premier réseau de coopération féminine au Maroc. L'idée ? Créer des synergies entre un actif aux propriétés multiples et des bio-molécules issues de la dernière génération... Résultat ? Le concentré anti-âge comprimé dans une éprouvette au design audacieux a su séduire les instituts et les spas.



The fourth dimension of argan

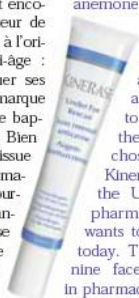
In 2002, Argan Care Code 457 saw the light of day in Morocco. It was the result of a collaborative effort between a young French executive and Zoubida Charouf, founder of the first women's cooperative network in Morocco. The idea was to create synergies between an active ingredient with many properties and latest-generation bio-molecules. The result is the anti-age concentrate compressed in a test tube with a bold design, highly appealing to beauty salons and spas.

C'est le bouquet !

Ici on n'avait encore jamais entendu parler de l'anémone bleue et encore moins de la zeatine (facteur de croissance végétal), tous deux à l'origine d'un principe actif anti-âge : la kinétine. C'est pour saluer ses propriétés inédites que la marque américaine choisit le nom de baptême de sa ligne : Kinerase. Bien implantée aux États-Unis et issue d'un grand laboratoire pharmaceutique, Kinérase veut aujourd'hui conquérir le marché français. La gamme se compose de neuf produits pour le visage, elle est distribuée en pharmacies.

Kinerase has what it takes

They had not yet heard of blue anemone and had heard even less of zeatin (plant growth factor), both sources of an anti-age active ingredient known as kinetin. To pay tribute to its original properties, the American brand has chosen to call its line Kinerase. Well established in the USA and from a major pharmaceutical lab, Kinerase wants to conquer other markets today. The range is made up of nine face products and is sold in pharmacies.



L'ayurveda relooké par Taaj

Pour échapper au stress de la vie citadine, Stéphane Levy part en Inde. C'est aux confins de la région du Kerala que ses pas croisent ceux d'un médecin indien pour lequel l'Ayurveda est une philosophie de vie. Initié aux rituels de soins et de massage, il regagne la France avec Taaj. Une ligne pour le visage et le corps qui concentre des huiles essentielles bienfaites venues d'Inde. Flacons et pipettes sont abrités dans des packs ethniques et chics à prix doux. Une stratégie de positionnement très sage pour la toute jeune marque.



Ayurveda, with a new look from Taaj

To escape the stress of city life, Stéphane Levy left for India. In the region of Kerala he crossed paths with an Indian physician for whom Ayurveda is a philosophy of life. Initiated into the skincare and massage rituals, he came back to France with Taaj, a line for the face and body concentrating beneficial essential oils from India. Vials and pipettes are housed in chic ethnic packs at affordable prices, a very wise positioning strategy for the very young brand.

SOINS CIBLES AU COLLAGÈNE

alexis cosmetic
Control Intense
crème antirides au collagène (3%)
anti-wrinkle cream with collagen

alexis cosmetic
www.alexiscosmetic.com