

# BEAUTÉ SÉLECTION ROUEN PREMIER ESSAI PROMETTEUR

Beauté Sélection a fait escale à Rouen, les 31 janvier et 1<sup>er</sup> février derniers. Une première édition qui ne demande qu'à prendre du poids...

Près de 6000 professionnels de la coiffure et de l'esthétique ont découvert la première édition de Beauté Sélection Rouen. « Une fréquentation

insuffisante, se plaint Jean-Pierre Le Meur, organisateur du salon, vu la zone d'influence concernée. Soit la Normandie, Bretagne, Picardie, Pas-de-Calais et Ile-de-France ». Un joli score pourtant quand on sait que les deux jours de neige étaient classés zone orange et que les écoles se sont déplacées, malgré l'interdiction du préfet, pour participer, coûte que coûte, aux concours. « C'est une première un peu calme, confirme Johan Dréau,

« Le chignon n'est pas qu'un effet de haute couture. Notre démarche est de le démocratiser, lui donner un radical coup de jeune pour séduire les femmes élégantes et libérées », Nathalie Lourenço, Art Libre Padiglione

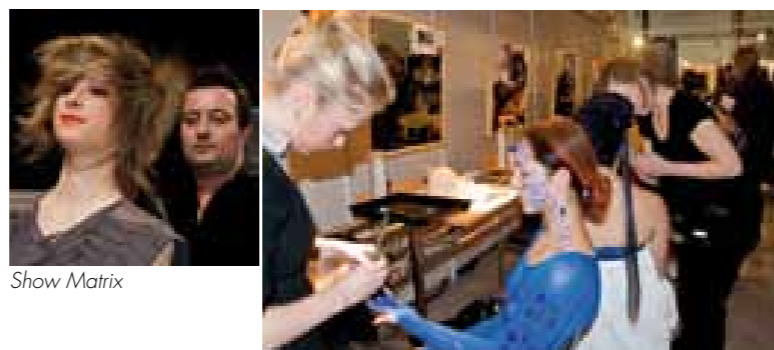
chef des ventes, Distri-Coiff. Mais ce genre d'événement permet de créer des dynamiques. Il est important d'y participer ». Soutenu par l'Union régionale Coiffure de Haute Normandie, Beauté Sélection Rouen a également inauguré un nouveau concept, l'Espace Formation. Une zone où plusieurs centres de formation ont présenté divers ateliers (Art by PB, Art libre Padiglione, Aries Création et Marc Dugast). « A Metz, confie Jean-Pierre Le Meur, nous allons aussi lancer de nouvelles propositions : des stands de 2m<sup>2</sup> à 4m<sup>2</sup>, dédiés à l'innovation. Chaque marque pourra y dégager un produit ou un service spécifique ». Sans nul doute, Beauté Sélection gagne du terrain... et des idées.

## Côté show

Belles performances d'Art Libre Padiglione pour son show « Underground » qui a donné une version actuelle et subtilement décalée du chignon. Les Hair Designers Matrix France ont aussi présenté un show élégant et tonique.



Show Art Libre Padiglione



Show Matrix

Les concours

Sans oublier les spectacles soignés et colorés des écoles de la région, le CFA Marc Ruyer pour « Disco Parade » et l'équipe Concours Normandie et son « Royaume des poupées ».

## Développement

### Coiff'Idis booste l'univers de l'Esthétique

Le grossiste-distributeur Coiff'Idis, qui a repris il y a 1 an et demi, la société Beauty Design, développe tout azimuts l'univers de la beauté. « Le métier de l'esthétique, explique Philippe Lecrosnier, directeur de Coiff'Idis, est très différent de celui de la coiffure en terme de fournisseur, de référencement et d'approche client. Il demande un développement entièrement distinct ». Dans ce but, Beauté Design vient de sortir un nouveau catalogue, tiré à 14 000 exemplaires et traité comme un guide. On y trouve la nouvelle gamme de produits Beauté Design (cabine et revente) et son protocole. Au cours du premier semestre 2010, 29 magasins Coiff'Idis sur 35 vont être progressivement équipés d'un espace « Beauté Design » d'environ 40m<sup>2</sup>. Beauté Design s'adresse aux Instituts,

parfumerie et centre de bronzage.

« A ce jour, poursuit Philippe Lecrosnier, nous alignons 1500 clients en France et tablons sur environ 3000, d'ici 3 ans. Nous

« La revente va devenir vitale pour le coiffeur car c'est le service qui apporte le plus de rentabilité. Si les coiffeurs veulent s'enrichir, ils doivent en passer par là ! ». Johan Dréau, Chef des ventes, Distri-Coiff

voulons aussi capter les écoles d'esthétique. La gamme de produits Beauté Design, correspond aux référentiels des examens ».

## Innovation

### Les Laboratoires Inéal jouent à fond la carte de l'Innovation

La marque Orthémus, des Laboratoires Inéal (Isère), spécialisée dans le soin des cheveux avec une approche phytocosmétique s'est toujours fait remarquer par ses innovations. En 1992, déjà, elle proposait des compléments alimentaires dans les salons de Coiffure. Récidive. En février, Orthémus a sorti deux innovations dans la cosmétique Biologique : un soin instantané avant shampoing (produit stimulant anti-chute), « le premier produit 100% bio, validé au niveau de son efficacité par une étude clinique », précise Martial Hardy, directeur des Laboratoires Inéal. Ainsi qu'un shampoing, qui utilise pour la première fois, dans la base lavante, un tensio actif végétal, le Quillaia, une noix du Brésil très riche en saponine, issue de l'agriculture biologique. Ce shampoing fait partie de la nouvelle gamme Bio, nommée « OrthéBio », lancée en mars 2010, certifiées « Qualité France » et labellisée « Cosmebio ». « Grâce à cette ligne, poursuit Martial Hardy, nous pouvons désormais capter la branche la plus verte des salons de coiffure ».



Senscience chez Distri-Coiff

TELEXTELEXTELEXTELEXTELEX

- **UNE VITRINE POUR GÉNERIK.** La marque « de produits low cost » projetée, courant 2010, l'ouverture d'un show room à Paris dans le 8<sup>ème</sup>, sur une surface de 100m<sup>2</sup>, destiné aux professionnels de la coiffure qui pourront tester, toucher, acheter...

- **INTENSÉMENT VITALITY'S.** Les 20 et 21 mars 2010 à Turin, la marque italienne présente à ses distributeurs du monde entier, la nouvelle gamme de soin Intensive (28 références). Au programme : soirée de gala et séances techniques, dans un cadre prestigieux.

- **CA DÉCOIFFE POUR SECRET PRO.** La marque des Laboratoires Phyto lance sa première gamme de coiffant, à base de collagène végétal. Une gamme courte avec un gel effet mouillé, un gel extrême, une mousse, une crème matière texturante, une brume fixante, une laque sans gaz et une cire.

