ÉTÉ 2025

# ENJOYBEAUTY

enjoybeauty.eu



DOSSIER

## Glow & Go

Voyager léger et priorité à l'essentiel

PARFUMS

## IA et neurosciences, la nouvelle révolution en parfums

BUSINESS...

## Beauté engagée : le modèle Clarins




EAU SPLENDIDE

THE NEW CHANEL FRAGRANCE

CHANCE

CHANEL



# LA DIFFÉRENCE ENJOYBEAUTY ?

## Les chaînes vous donnent des folders. Nous, on vous offre un vrai magazine.

Chez les grandes enseignes, vous comparez les pourcentages. Nous, on préfère vous inspirer. ENJOY**BEAUTY**, c'est le **seul vrai magazine beauté** et **bien-être en Belgique,** en **2 langues,** à prendre gratuitement en parfumerie ou à lire en ligne.

**LISTE DES POINTS DE RETRAIT & VERSION DIGITALE**

**enjoybeauty.eu/magazine**

### VOUS Y GAGNEZ QUOI ?

- **DES CONSEILS DE PROS :** journalistes, nez, formulateurs, passionnés
- **DES PRODUITS TESTÉS** et **SÉLECTIONNÉS** pour leur efficacité, pas pour leur budget pub
- Des liens directs vers notre **MARKETPLACE** pour les retrouver facilement
- QR codes, bons plans, accès rapide aux nouveautés
- Des idées qui vous donnent juste **envie de changer de routine** … ne serait-ce que pour le plaisir d'essayer quelque chose de nouveau

### UN VRAI MAGAZINE. POUR LES VRAIES CURIEUSES.

Des marques à découvrir, des histoires à lire, des tendances à comprendre. Et tout ce qu'on ne vous montre **jamais ailleurs.**

**enjoybeauty.eu**

### LE E-SHOP ENJOYBEAUTY ? QUE DU BON.

**Du neuf. Du performant. Du testé & approuvé.**

Ici, pas de surstock, pas de marketing flou. Juste des produits qui **tiennent leurs promesses.** Sélectionnés avec soin, parce qu'ils ont **vraiment convaincu** les pros.

- **DES NOUVEAUTÉS FUTÉES**
- **DES EXCLUSIVITÉS** de marques qu'on ne trouve pas partout
- Des **BEST-SELLERS** qui cartonnent en parfumerie indépendante
- Et toujours le lien entre **vous** et **votre parfumerie de proximité, celle qui prend le temps de vous recevoir et de vous écouter**
- QR code = accès direct à la performance

**ACHETER MIEUX, C'EST AUSSI ÇA LE PLAISIR.**

**enjoybeauty.eu/shop**

### LA NEWSLETTER ENJOYBEAUTY. DIRECTEMENT DANS VOTRE BOÎTE MAIL.

**Simple. Maline. Gratuite.**

Chaque mois, les 4 high points qu'on ne veut pas que vous ratiez :

- Nouveaux produits, bons plans, focus experts, et actus bien-être.
- Pas du blabla. Juste l'essentiel.
- Pour celles et ceux qui veulent savoir avant tout le monde.

**JE M'ABONNE GRATUITEMENT**
(remplissez le formulaire en 10 secondes)

### LE SQUAD ENJOYBEAUTY : GAGNEZ LE FIL, PAS LE BRUIT.

Le fil des news et des nouveautés, sans blabla inutile. Chaque semaine, un **concentré d'inspiration :**

- zooms produits, coulisses de marques, vidéos, actus bien-être.
- À lire en **complet sur la plateforme.**
- Pour rester connectés à ce qui compte, sans perdre votre temps.
- Voir les dernières actus (ou activez les notifs pour ne rien rater)

### LES RENDEZ-VOUS ENJOYBEAUTY À NE PAS MANQUER

Parce que vous aimez être gâté(e). Et aussi surpris(e).

**Un lien permanent, sur vos canaux préférés :**
**Par email** – via notre newsletter mensuelle
**Sur le site** – avec nos sélections & promos du moment
**Sur les réseaux** – chaque première semaine du mois, **rendez-vous exclusifs** sur Meta, Facebook & Instagram

On ne vous dira pas tout. Mais on vous promet que ça vaut le clic.
**Créez le lien. Gardez-le. Activez-le. Suivez-nous, abonnez-vous, ajoutez-nous à vos favoris.** Et ne manquez plus rien de ce qui rend la beauté plus belle à vivre.

**www.enjoybeauty.eu**
Je m'abonne à la newsletter
@enjoybeauty.eu

# Sommaire

**6**
**HOTLINE**
Le meilleur de l'actu beauté et lifestyle

**9**
**DOSSIER**
Glow & Go
**10** Hybrid is smart
**13** La formule gagnante : des soins multifonctions
**14** La cosmétique émotionnelle
**15** Des produits eco-friendly
**16** L'effet feel good

**18**
**ZOOM ON**
Chance Eau Splendide, le parfum porte-bonheur de Chanel

**20**
**PARFUMS**
Les secrets de l'olfactothérapie
Quand neurosciences et IA réinventent la parfumerie

**25**
**PARFUMS**
Duos d'amour

**28**
**ÉGÉRIES**
Les stars font-elles encore rêver ?

**30**
**DISCOVER**
Petites pépites à découvrir avant tout le monde

**32**
**BUSINESS**
Beauté engagée, le modèle Clarins

**35**
**WELLBEING**
Le best of d'enjoybeauty.eu

**38**
**OÙ NOUS TROUVER**
+ les adresses exclusives de la rédaction














# Édito

## UN ÉTÉ POUR TOUT RÉINVENTER

À l'heure de boucler ses valises et de profiter du soleil qui illumine nos journées, un vent de liberté souffle aussi sur nos rituels beauté. L'été se prête idéalement au changement : sortir de sa routine, bousculer ses habitudes et explorer de nouvelles sensations.

Cela tombe à merveille : le monde des cosmétiques est en pleine métamorphose. Produits hybrides, textures légères, parfums aux bienfaits insoupçonnés... L'innovation est partout. Les formules multi-usages s'imposent, permettant d'alléger nos bagages sans rien sacrifier au plaisir : un soin teinté qui hydrate, un parfum qui apaise, un baume qui fait tout à la fois. Voyager léger devient un art à part entière.

Dans nos salles de bain, on troque volontiers les gestes automatiques contre des expériences sensorielles inédites, transformant nos étagères en véritables laboratoires d'expérimentation.

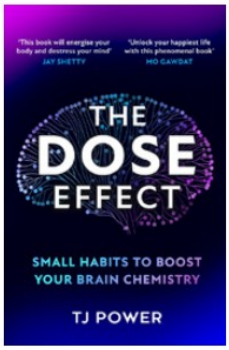
Chez Enjoy Beauty, nous croyons que l'audace commence souvent là où naissent les idées de niche, ces marques discrètes qui réinventent sans bruit les codes établis. Nous suivons de près cette effervescence, pour vous offrir demain ce que le monde de la beauté fait de plus inspirant et de plus authentique.

Bel été d'exploration beauté à toutes !

Belen Voros

Rédactrice en chef

**ACCÉDEZ À NOTRE E-ZINE**




## UNE LECTURE PLAISIR

Le manque de sommeil, le scrolling stérile, la consommation de sucre et le travail sédentaire déséquilibrent notre corps et notre cerveau. Dans le livre *The DOSE Effect,* le neuroscientifique TJ Power explique comment vous pouvez stimuler la production de quatre hormones clés du bonheur par de simples ajustements dans votre vie quotidienne. La dopamine pour la motivation, l'ocytocine pour les liens sociaux, la sérotonine pour la relaxation et les endorphines pour réduire le stress. Une lecture qui vous fera du bien à glisser dans votre valise.

**bol.com**

# hot LINE

Découvrez les looks maquillage les plus en vogue, les tenues estivales à tomber et craquez pour le vernis ou la bague qui ne manqueront pas de faire sensation.

**PAR** Karen VAN EDE



## BIJOU ESTIVAL

Fabriquée en or massif 18 carats recyclé, la bague Daisy d'Elisa Lee est un bijou résolument engagé. Elle ne manquera pas de faire sensation. À découvrir dans la boutique en ligne de la marque belge de bijoux haut de gamme Elisabeth Leenknegt.

**elisalee.be**

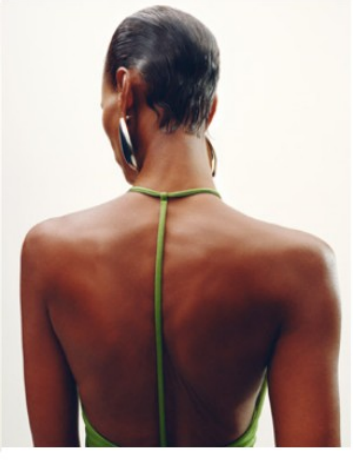


## VERNIS INSOLITES

Une touche de couleur peut rehausser un look. Ce n'est pas Karolin van Loon, créatrice belge de mode et d'intérieur, qui dira le contraire. Elle a lancé une collection de vernis à ongles dans des couleurs originales, comme Mocha Mousse (couleur de l'année 2025 selon Pantone) et citron vert. Des ongles savamment vernis peuvent faire leur petit effet.

**karolinvanloon.com**





## PRÊTE À DÉVOILER
## votre dos ?

Net-A-Porter a lancé la collection Sense of Occasion pour les chaudes soirées estivales. Certains modèles ont un décolleté dans le dos très en vogue. Avant de mettre votre dos à nu, optez pour une routine pendant et après la douche composée de deux étapes : le gommage et l'application d'un sérum pour le corps. Le nouveau Gommage Exfoliant Peau neuve de Clarins vous garantit une peau douce et lisse. L'huile de noix de cajou biologique nourrit et apaise la peau. Idéal en association avec le Sérum Corps Peau neuve et le Lait Corps hydratant de Clarins.

**net-a-porter.com**






CERTAINS PRODUITS PRÉSENTÉS NE SONT PAS DISPONIBLES DANS VOTRE PARFUMERIE. RENDEZ-VOUS SUR ENJOYBEAUTY.EU POUR PLUS D'INFOS.

L’éclat que vous méritez en 12 minutes seulement, visible après chaque séance

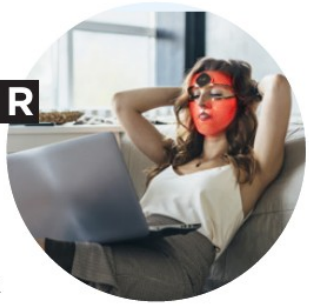
De uitstraling die je verdient in slechts 12 minuten, zichtbaar na elke sessie



lucibel·le

PARIS

## MOODBOOSTER



Vous risquez de surprendre les autres participants si vous rejoignez votre réunion Zoom en portant le masque LED anti-âge en silicone FAQ™ 202. Il s'adapte si parfaitement à votre visage que vous risquez d'oublier que vous le portez ! Il utilise huit longueurs d'onde différentes de lumière LED, dont le proche infrarouge (NIR), qui stimule la production de collagène et réduit les rides et les taches pigmentaires. Votre peau est plus lumineuse. Le FAQ™ 202 est ultraléger, sans fil et fabriqué en silicone flexi-fit unique. Il devient comme une seconde peau.

**foreo.com**



## CRAQUEZ POUR LE CROCHET

La collaboration entre Fabienne Chapot et la communauté de crocheteurs durables Marie-Marie a donné naissance à des pochettes et des cabas en crochet uniques pour la plage ou un pique-nique. Cette collection capsule fait partie de la ligne Summer Market.

**fabiennechapot.com & marie-amsterdam.com**

## HAIR BY SAM MCKNIGHT

Le couronnement pour un artiste capillaire est de lancer sa propre marque de soins et de produits coiffants. Sam McKnight, surtout connu pour avoir signé la célèbre coupe courte de Lady Di pour la couverture de *Vogue*, dispose aujourd'hui d'une gamme à son nom. Il s'agit de produits pratiques et rapides, comme les lingettes de shampoing sec, à glisser dans son sac. Les produits dégagent le parfum d'un jardin anglais luxuriant, le deuxième amour de Sam McKnight (après son métier).

**sammcknight.com**

**Nom**
Sam Visser, originaire de Los Angeles

**Nouveau job**
Global Make-Up Artist d'YSL

**Atouts**
Les célébrités hollywoodiennes l'adorent. Il a réécrit les codes du maquillage.

**À l'honneur**
dans des magazines tels que *The Face, i-D, Pop, Vogue, W Magazine, Re-Edition* et bien d'autres.

**Signature**
Couleurs puissantes et combinaisons audacieuses. Un maquillage qui est inspiré par les collections de la marque. À commencer par les trois looks signature de Sam.




## LA BEAUTÉ SELON LOUIS VUITTON



Pour la conception de sa collection de maquillage, Louis Vuitton s'est adressé à la célèbre maquilleuse Pat McGrath. Après d'innombrables collaborations avec de grandes maisons de beauté (sans parler de sa propre marque de maquillage Pat McGrath Labs, lancée en 2015), la maquilleuse britannique, anoblie par la reine Elizabeth II, montrera une fois encore tout son talent. *« Travaillant depuis plus de 20 ans dans les coulisses des défilés de Louis Vuitton, je suis ravie de jouer un rôle aussi important dans le lancement de La Beauté Louis Vuitton, qui est le résultat d'un savoir-faire, d'une créativité et d'une innovation extraordinaires. »*

D'ailleurs, la maison de luxe possédait déjà en 1920 une collection de poudriers, de pinceaux et de miroirs. Si seulement ils étaient encore en vente !

**www.louisvuitton.com**



## Ô soleil !

La lumière du soleil est la principale cause du vieillissement prématuré de la peau. L'exposition aux UV cause photovieillissement, perte d'élasticité et glycation, la rigidification de la peau. La nouvelle formule de Sunleÿa de Sisley cible précisément les dommages causés par la glycation. Une approche totalement nouvelle et unique dans le segment des protections solaires. Ce produit démontre qu'il est possible d'inverser le processus de glycation. N'hésitez pas à demander des explications à nos conseillères et découvrez les effets de cette innovation sur votre peau.





CERTAINS PRODUITS PRÉSENTÉS NE SONT PAS DISPONIBLES DANS VOTRE PARFUMERIE. RENDEZ-VOUS SUR ENJOYBEAUTY.EU POUR PLUS D'INFOS.

# Glow & Go

## CAP SUR LA COSMÉTIQUE INTELLIGENTE AVEC DES SOINS HYBRIDES, POIDS PLUME ET MULTIFONCTIONNELS

En été, vous ne jurez que par des produits légers et bien pensés qui ne prennent pas trop de place dans votre valise ou sac de plage. Ces cosmétiques hybrides remplissent plusieurs fonctions. Voici comment alléger votre trousse beauté des vacances.

**PAR** Karen VAN EDE



# HYBRIDE IS SMART

## VIVE LES SUNSKINCARE

S'appuyant sur cette approche hybride, **Lancaster** a développé des soins solaires, des produits combinant protection solaire et soin de la peau. Une approche 2 en 1, parfaitement incarnée par la ligne **Sun Perfect,** spécialement pensée pour le visage. Les produits offrent une protection solaire à large spectre, aident à corriger les signes visibles du vieillissement, réparent les dommages causés par le soleil et améliorent l'éclat du teint. Le nouveau sérum unifiant **Sun Perfect SPF 50** contient des ingrédients pour prendre soin de la peau tout en offrant une protection solaire. Il est destiné à un usage quotidien et remédie aux dommages causés par le photovieillissement : peau sèche, taches brunes, rides et relâchement induit par le soleil. C'est la dernière étape de votre routine beauté quotidienne avant de vous exposer au soleil. Il combine deux technologies, Full Light et Protect & Repair, un complexe anti-rides enrichi en extraits de gingembre et de soja pour stimuler le collagène. La protection thermique est également intégrée dans les nouveaux soins solaires : les soins de la peau sont dotés d'un complexe ThermaRadiance avec de la vitamine E qui protège contre les signes visibles de vieillissement causés par la chaleur. Un produit parfait se doit enfin d'être léger et de pénétrer rapidement. Lancaster y a aussi pensé.

### L'INTELLIGENCE DE LA PEAU

Saviez-vous que notre peau est connectée à nos intestins et à notre cerveau ? La peau, le cerveau et le microbiome intestinal échangent constamment des informations. La circulation sanguine, le système nerveux et le microbiome cutané sont étroitement liés. L'état de votre peau permet de savoir si votre mode de vie est équilibré. Le stress semble avoir un impact considérable sur ce trio de choc : 73 % des peaux sensibles le sont à cause du stress. Sachez que votre peau est moins passive que vous ne le pensez et qu'elle est capable de faire la distinction entre les bonnes et les mauvaises substances. Elle peut se défendre et se réparer. Mais plus vous vieillissez, plus elle a besoin d'un coup de pouce. Nos conseillères se feront un plaisir de vous renseigner sur les produits qui viendront à votre rescousse.


CERTAINS PRODUITS PRÉSENTÉS NE SONT PAS DISPONIBLES DANS VOTRE PARFUMERIE



Bonne nouvelle : les produits deviennent plus performants, notamment grâce aux collaborations entre des start-up et de grandes entreprises du secteur cosmétique comme Shiseido et L'Oréal. S'appuyant sur les avancées de ces acteurs innovants, Shiseido développe de nouveaux produits prometteurs, grâce notamment à des ingrédients fabriqués par des bactéries (comme l'acide hyaluronique). Les mêmes techniques sont employées pour fabriquer des emballages entièrement biodégradables. Sans doute une piste à explorer pour permettre à nos sociétés de se passer du plastique. L'entreprise planche également sur un filtre solaire écologique qui n'endommagera pas les récifs coralliens et sur un autobronzant qui n'assèchera pas votre peau.




Le **Double Serum Light Texture** de **Clarins** réunit toute l'expertise et la force du Double Serum dans une texture plus légère. Ce sérum anti-âge polyvalent a été spécialement conçu pour les amatrices de textures aériennes. La texture est adaptée aux peaux mixtes à grasses et le sérum s'applique avant la protection solaire.




La **Crème Minérale Lumière Sun Perfect SPF 50** de **Lancaster** est constituée de filtres 100 % minéraux et intègre la technologie Full Light et Protect & Repair pour une protection cellulaire large et un effet réparateur contre les dommages causés par les UV. Cette crème rosée apaisante peut être ajoutée à votre routine de soins ou faire office de primer sous le maquillage.




**Biolumin-C Heat Aging Protector SPF50** de **Dermalogica** est une crème de jour hybride offrant une protection élevée contre les UV et le vieillissement thermique. Ce nouveau produit éclaircit également le teint grâce à la vitamine C. Difficile de faire mieux. La vitamine C stable donne un teint lumineux.


MARC INBANE
TANNING LOTION
GRADUAL
BRONZING FORMULA
TESTÉ
DERMATOLOGIQUEMENT
FABRIQUÉ EN EUROPE
EU
QUALITÉ SUPÉRIEURE
PLUSIEURS FOIS PRIMÉ
MARC INBANE
NATURAL TANNING PRODUCTS

# SPF + SOIN + MAQUILLAGE = LA FORMULE GAGNANTE

Plusieurs marques proposent une protection solaire éprouvée. Elle est souvent teintée pour éliminer le voile blanc d'un filtre minéral. Mais il existe aussi des produits hybrides ultrapolyvalents qui allient soin et maquillage, tout en offrant une protection contre les effets néfastes des UV. La protection solaire WetForce Quick Dry de Shiseido, par exemple, est une crème protectrice teintée qui s'active au contact de l'eau ou de la transpiration. Le nouveau **Stick Solaire Transparent** de **Shiseido** intègre les technologies WetForce et Heat Force, qui protègent également la peau contre les effets de la chaleur. Cette technologie a été pensée pour les fans de sports nautiques. Si vous aimez vous détendre au soleil, optez pour un produit avec des antioxydants qui améliorent encore les effets de votre protection solaire. Des ingrédients qui transforment ces produits en véritables soins pour votre peau. Les antioxydants capturent les radicaux libres formés par l'exposition à la lumière du soleil qui endommagent la peau. Nul doute que vous préférez vous en débarrasser. Le **Stick Solaire Invisible** de **Clarins,** par exemple, renferme le complexe Solar Protect qui associe des filtres solaires pour une protection à large spectre contre les UVA/UVB et la lumière bleue. Un extrait de cacao bio et un dérivé de vitamine forment un puissant duo anti-oxydant qui lutte contre les rides et les taches pigmentaires. Demandez à nos conseillères quel est le soin solaire le mieux adapté à votre type de peau !




La **Crème Solaire Quotidienne** signé **Le Rub** (une marque développée par le duo frère-sœur belge, Raf et Kim Maes) contient un filtre minéral invisible et des ingrédients naturels de soin. Sa texture légère ne laisse aucune sensation de gras.

**lerub.com.**

Le soin teinté **DayWear** d'**Estée Lauder** hydrate pendant 24 h et contient de super antioxydants, des vitamines E & C et une haute protection solaire SPF 50. La crème a un léger pouvoir couvrant, idéal pour un effet bonne mine.




**Sunscreen Velvet Color Face SPF50+** de **Frezyderm** est à la fois un fond de teint et une protection solaire. Les silicones garantissent un fini velouté. Aucune crainte à avoir, la technologie Seconde Peau laisse la peau respirer. Le produit est sans parfum et convient donc aux peaux sensibles.

**frezyderm.com**

Le **Stick Solaire Transparent Expert Sun Protector SPF 50** de **Shiseido** ne laisse aucune trace sur le visage, s'active au contact de l'eau ou de la transpiration et protège également des effets de la chaleur sur la peau.

Le nouveau **Stick Solaire Invisible SPF50** de **Clarins** convient à tous les types de peau. Il peut être appliqué sur du maquillage car son fini est invisible. Un extrait de cacao biologique et un dérivé de vitamine forment un puissant duo de soins aux propriétés antioxydantes qui lutte également contre les rides et les taches pigmentaires.






# LA COSMÉTIQUE ÉMOTIONNELLE

Bien sûr, les cosmétiques améliorent notre apparence, mais ils jouent aussi sur notre humeur. Les neurosciences sont un domaine important dans le développement des cosmétiques. En effet, notre santé mentale peut également avoir des répercussions sur notre peau, ce domaine de recherche est d'ailleurs en pleine expansion. Des travaux sont déjà en cours sur les psychobiotiques, une nouvelle forme de probiotiques qui ont un effet positif sur le cerveau par l'intermédiaire des intestins. Les laboratoires de Shiseido développent aussi une théorie établissant un lien entre votre posture de marche et l'état de votre peau. Et accrochez-vous : même la forme de votre nez jouerait un rôle. De nombreux produits utilisent les odeurs pour engendrer un effet positif sur votre état d'esprit. C'est ce que l'on appelle aromathérapie. Saviez-vous que le sommeil est très important pour votre santé mentale et physique, ainsi que pour votre apparence ? Estée Lauder a même nommé un Global Sleep Science Advisor, le Dr Matthew Walker, expert en sommeil et neuroscientifique. Il mettra ses connaissances au service de l'entreprise cosmétique pour étudier l'impact du manque de sommeil sur la peau et informer les consommateurs sur le lien vital entre le sommeil et la santé.







Le **Good Night Lip Balm** de **L:A Bruket** a une odeur apaisante qui favorise le sommeil. Il est proposé avec le SOS Lip Balm dans un coffret Wellbeing Lip Balm Duo.

**labruket.com**




Le **Sérum Corps Peau neuve** de **Clarins** contient de l'hibiscus et des tripeptides. Cette formule atténue les zones rugueuses, les rides, les irrégularités et exfolie la peau. Il n'est ainsi plus nécessaire d'appliquer un exfoliant spécifique. La texture douce et légère pénètre rapidement.



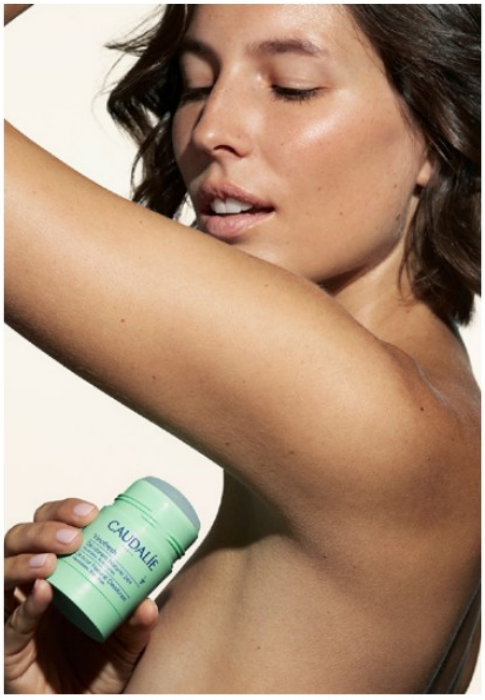

Vous avez du sommeil à rattraper ? Camouflez vos cernes avec le Correcteur anti-cernes **Double Wear** d'**Estée Lauder** qui intègre la technologie InvisiFlex pour un fini impeccable tout au long de la journée.



# PRENEZ SOIN DE VOUS
## ET DE NOTRE PLANÈTE




Prendre soin de soi, c'est important. Mais prendre soin de la planète et de la nature qui nous entoure, c'est tout aussi essentiel. C'est pourquoi nous pouvons choisir des produits à base d'ingrédients naturels ou dont l'emballage est aussi durable que possible. Les recharges sont déjà de plus en plus répandues dans les cosmétiques, y compris parmi les marques de luxe comme Chanel et Guerlain. Elles sont fortement recommandées et sont plus économiques. Privilégiez les grands conditionnements qui génèrent moins de déchets. En effet, bien que l'on craque pour les formats de voyage et les minipacks, la durabilité n'est pas leur point fort. Adressez-vous à nos conseillères pour en savoir plus sur les cosmétiques durables.




La nouvelle **Crème au camélia rouge N° 1** de **Chanel** contient des extraits de camélia pour assouplir la peau et des céramides de camélia pour renforcer la barrière cutanée. La formule est ultralégère et aérienne, parfaite pour un été caniculaire. L'emballage est durable - le couvercle est biodégradable - car il est rechargeable. Là encore, l'objectif est de limiter les déchets.

**Caudalie** fabrique des cosmétiques à partir d'extraits de la vigne et du raisin. Cette marque soigne la composition de ses produits, mais aussi de ses emballages. Ils sont donc rechargeables et autant que possible fabriqués en plastique recyclé. Le nouveau déodorant **Vinofresh** aux ingrédients actifs naturels convient également aux peaux sensibles. Un must-have en pleine chaleur estivale.

**caudalie.com**

**Beach Street** propose une protection solaire minérale tout en sensibilisant les consommateurs au respect de l'océan. Elle ne présente aucun danger pour la vie marine. L'emballage est en aluminium plutôt qu'en plastique, car l'aluminium se recycle mieux.

**beach-street.com**




**Mantle,** la marque suédoise créée par une femme pour les femmes. Des ingrédients naturels combinés à des connaissances de pointe ont donné naissance à des formules et des produits sensationnels. Ce sont des soins biomimétiques qui imitent l'action de composés naturels. Nous vous conseillons la **Chill Cream.**

**mantleskin.com**




**Team Dr Joseph** a été fondée en 1986 par le Dr Joseph Franz et est depuis lors une marque de premier plan dans le domaine de la cosmétique biologique. L'accent est mis sur l'utilisation d'ingrédients naturels de haute qualité, testés cliniquement et traités à l'aide de technologies avancées. La **Gentle Cleansing Oil** et les **Age Repair Miracle Drops** vous sont chaudement recommandées pour cet été.

**teamdrjoseph.com**



# MAQUILLAGE ET PARFUMS
## AUX POUVOIRS FEEL GOOD



Véritables boosters d'humeur, ces maquillages et fragrances insufflent une vague de bonne humeur et d'optimisme. Certains parfums sont même conçus pour vous rendre plus heureux. Lorsque vous sentez une odeur, un signal est envoyé de votre nez à votre lobe limbique. C'est dans cette zone que sont stockés les souvenirs liés aux odeurs. Chacun d'entre eux est associé à un sentiment ou à une émotion particulière. Votre comportement est également déterminé en partie par cette zone. Ainsi, lorsque vous sentez une odeur, vous l'associez inconsciemment à un souvenir, une sensation ou une humeur. Pour la plupart des gens, les notes d'agrumes, comme la bergamote, le citron, le yuzu et d'autres essences d'agrumes, ont un effet stimulant. Pour se mettre de bonne humeur, rien de tel que le jasmin et le néroli. Les essences de lavande, de bois de santal et de bois de cèdre ont un effet relaxant.

Un maquillage dans des teintes optimistes procure un effet bonne mine qui peut réellement vous aider à passer une bonne journée. Misez sur les nuances de pêche, les couleurs fruitées et toutes les belles poudres bronzantes. De nombreux produits remplissent plusieurs fonctions. Comme les baumes ou les Skin Tints qui peuvent être utilisés sur les paupières, les lèvres et les joues.

Certains produits de maquillage sont également bien pensés : leur couleur s'adapte au pH de votre peau. Un colorant incolore prend une teinte rouge à partir d'un pH de 2,5. Un autre colorant courant, le Red 21 (utilisé dans le **Lip Glow** de **Dior** et le **Pure Color Envy Color Replenish Lip Balm** d'**Estée Lauder**) passe du beige au rougeâtre si le pH est compris entre 0 et 3. Et pour rendre vos ongles magnifiques en un tournemain pendant les vacances, il existe aujourd'hui des autocollants pour ongles en gel. Vous les découpez, les durcissez sous la lampe à UV et il ne vous reste qu'à admirer le résultat. Fini les débordements ! On signe à deux mains !






Imaginée par Peter Philips, Directeur de la Création et de l'Image du Maquillage Dior, la collection été **Dioriviera** allie des teintes pop et solaires qui illuminent la peau, le regard et le sourire.



Le multifonctionnel **Sun Flush All-Over Face Tint** de **Simihaze** apporte une touche de couleur à vos lèvres, joues et paupières pour un effet bonne mine. Le baume translucide **Hydra Melt** hydrate et apporte un éclat subtil. Il peut s'appliquer sur le visage et le corps. L'étui phosphorescent de Simihaze est un accessoire à la fois pratique, élégant et ludique. Ce support unique peut contenir vos miniproduits pour les lèvres préférés et s'illumine dans l'obscurité. Vous ne perdrez ainsi pas de temps à le chercher.

**simihazebeauty.com**




Le **Pure Color Envy Color Replenish Lip Balm** d'**Estée Lauder** s'adapte au pH de la peau.

Le **Lip Glow Color Awakening Balm** de **Dior** réagit au pH de la peau pour révéler une couleur personnalisée.




La crème teintée **Skin Illusion** de **Clarins** rend votre peau instantanément plus rayonnante et saine. Elle a un effet durable sur la peau. Cette crème de jour teintée est légèrement couvrante et estompe les pores, les rides et ridules.




Les **Gel Nail Stickers** de **Pink Gellac** à utiliser chez soi se déclinent en de nombreuses couleurs.

**pinkgellac.com**



**The Hot Escape Collection** de **NARS** se compose d'une Cheek Palette, d'une Afterglow Lip Oil et d'un Total Seduction Eyeshadow stick. La Lip Oil peut servir de blush subtil.

**narscosmetics.com**




**Soleil Blanc,** le nouveau parfum de **Tom Ford,** s'inscrit dans la lignée des parfums qui vous procurent instantanément une sensation de bonheur estival.

Les parfums **Miglot** sont spécialement élaborés pour vous procurer une sensation de bien-être. Les formules sont minimalistes afin que les ingrédients du parfum soient clairement reconnaissables.

**miglot.com**

# CHANCE EAU SPLENDIDE

## UN NOUVEAU PARFUM PORTE-BONHEUR

« Une chance s'offrait, je la pris », confiait Gabrielle Chanel. Et elle a saisi toutes les opportunités qui se sont présentées à elle. Laissez la chance vous sourire en adoptant le nouveau parfum CHANCE Eau Splendide de Chanel.

**PAR** Karen VAN EDE




### POUR GABRIELLE CHANEL, LE BONHEUR EST UN CHOIX

Coco Chanel croyait résolument que tout était possible et que les rêves pouvaient devenir réalité. Il suffisait d'avoir un peu de chance. D'ailleurs, elle était très superstitieuse et voyait des signes partout. Pour Coco Chanel, le bonheur n'était pas un pur hasard ; elle pensait que l'on pouvait forcer son destin. Exploiter le pouvoir de la pensée positive en quelque sorte. Elle était une adepte de ce courant bien avant la lettre.

Le nouveau parfum de la pétillante série CHANCE de Chanel réinvente, une nouvelle fois, l'art de s'attirer les bonnes grâces de l'univers. Cette fragrance s'impose, une fois de plus, comme un talisman à porter avec joie et légèreté. Le flacon rond représente le mouvement constant et le renouveau, la surprise et l'espièglerie. Il vous invite à miser sur vous-même avec assurance, à tracer votre propre voie et à accueillir avec enthousiasme chaque nouvelle opportunité que la vie vous offre.

### N° 5, CHOISI AU HASARD ?

Pétillant, surprenant et magnétique, CHANCE Eau Splendide a été créé par le parfumeur de Chanel, Olivier Polge. Il s'agit du cinquième parfum de la collection, et figurez-vous que le 5 était le chiffre porte-bonheur de Gabrielle Chanel. Dans l'orphelinat où son père l'a placée à l'âge de 12 ans au décès de sa femme, elle a développé une fascination pour le nombre 5. En théosophie, il représente la destinée humaine fondamentale. Les moines qui avaient construit l'abbaye répétaient des motifs de 5 en forme d'étoiles et parfois de fleurs. C'est ainsi qu'il est devenu « son » chiffre.

Mais comment créer un parfum porte-bonheur ? Pour CHANCE Eau Splendide, Olivier Polge s'est concentré sur un éventail de notes fruitées : « En réalité, je cherchais un accord qui évoque la framboise, explique-t-il. Je l'ai intégrée dans un accord car, au-delà des facettes de fruits rouges et de pêche, elle se distingue des autres baies par ses nuances de violette et de rose. Je me suis dit : C'est le point de départ du parfum ».

La violette (d'où la couleur du « jus »), la pêche et la rose sont présentes en notes de tête, l'iris et le géranium rosat en notes de cœur. Les notes de fond sont composées de musc blanc et de cèdre, qui laissent un sillage olfactif persistant.


CERTAINS PRODUITS PRÉSENTÉS NE SONT PAS DISPONIBLES DANS VOTRE PARFUMERIE. RENDEZ-VOUS SUR ENJOYBEAUTY.EU POUR PLUS D'INFOS.

## UNE CAMPAGNE INCARNÉE PAR UNE STAR BELGE

Dans le spot publicitaire réalisé par Jean-Pierre Jeunet, Angèle se trouve à une fête foraine et chante *A Little More,* un titre qu'elle a composé spécialement pour le lancement de CHANCE Eau Splendide. On la voit pénétrer dans le palais des glaces où elle tente sa chance…

Angèle - Van Laeken - est une auteure-compositrice-interprète, instrumentiste et productrice belge de 29 ans. Son premier album *Brol* est sorti en octobre 2018 et le succès fut au rendez-vous : il s'est vendu à plus de 1,3 million d'exemplaires dans le monde. Elle aborde dans ses chansons des sujets tels que la jalousie, l'amour et le bonheur. En 2019, elle a remporté deux Victoires de la musique : Album révélation de l'année et Meilleure création audiovisuelle pour son titre *Tout oublier.* En avril 2020, elle est invitée à participer à *One World : Together At Home* de Lady Gaga, un concert de bienfaisance pour aider dans la lutte contre le coronavirus. En 2022, elle est partie en tournée mondiale pendant un an pour son album *Nonante-Cinq.* Elle a notamment participé au festival Coachella en Californie. Ses tenues de scène sont signées Chanel. Son troisième album sortira en 2025. Elle est également la marraine de KickCancer et s'engage dans la lutte contre le réchauffement climatique. Cette jeune artiste rayonnante, lumineuse, libre et spontanée est désormais l'égérie de CHANCE Eau Splendide. Le titre *A Little More* doit déjà être disponible sur Spotify.

La composition inclut un extrait pur de feuille de géranium rosat, cultivé en partie dans les champs de Chanel situés dans le sud de la France. « Le parfum révèle une fraîcheur naturelle », souligne le maître parfumeur Olivier Polge.

## FRAIS ET OPTIMISTE

C'est Jacques Polge, père de l'actuel parfumeur de Chanel, qui a créé le premier parfum CHANCE en 2003. Trois autres versions ont suivi : CHANCE Eau Fraîche, CHANCE Eau Tendre et CHANCE Eau Vive. Et son fils Olivier a pris la relève avec le parfum floral fruité CHANCE Eau Splendide.

Estivale et optimiste, CHANCE Eau Splendide est le tout premier parfum lancé sous la direction de Simona Cattaneo, présidente de la division Parfums et Beauté de Chanel depuis septembre 2024. « Je me sens profondément honorée et privilégiée de rejoindre une maison aussi iconique, que j'ai toujours admirée avec un grand respect tout au long de ma carrière », a-t-elle déclaré dans une interview accordée au quotidien anglais WWD.




## METTEZ TOUTES LES CHANCES DE VOTRE CÔTÉ

Chaque parfum de la ligne CHANCE se reconnaît à sa fraîcheur éclatante, à sa signature olfactive singulière ainsi qu'à sa couleur unique. Après le rose, le vert, le jaune et l'orange, place au lilas. Chaque parfum se décline en produits pour le corps et pour les cheveux.



**CHANCE** un parfum audacieux aux accords sensuels. Impossible de résister à cette fragrance florale et épicée. Le poivre rose, le jasmin et le patchouli ambré sont magnifiés par le musc blanc et la vanille.



**CHANCE Eau Fraîche** un parfum pétillant qui associe la fraîcheur du cédrat et la douceur du jasmin à des notes de fond boisées.



**CHANCE Eau Tendre** un parfum doux, comme son nom le laisse entendre. Intensément féminin, il marie des notes florales et fruitées, portées par le jasmin et l'essence de rose.



**CHANCE Eau Vive** un véritable concentré d'optimisme, votre humeur s'améliore instantanément grâce à l'alliance des agrumes (pamplemousse et orange) et de fleurs comme le jasmin et l'iris.



**CHANCE Eau Splendide** le dernier-né, un parfum floral fruité dont vous ne pourrez plus vous passer cet été.

# LES SECRETS DE L'OLFACTO-THÉRAPIE

## LES NEUROSCIENCES ET L'IA RÉINVENTENT LA PARFUMERIE

**PAR** Sofie ALBRECHT

Confiance en soi, concentration, qualité du sommeil : et si un parfum pouvait tout changer ? Ce qui ressemblait autrefois à de la science-fiction est aujourd'hui une réalité. De nouvelles fragrances développées grâce aux avancées en neurosciences offrent des résultats tangibles et mesurables.



## DE L'INTUITION AU SCANNER CÉRÉBRAL

L'odorat, ce sens invisible et silencieux, est peut-être le plus mystérieux. Un seul effluve peut soudain nous rappeler des moments oubliés depuis longtemps. Ce lien étroit avec la mémoire et les émotions intrigue les neuroscientifiques et les analystes de données qui souhaitent rendre mesurables et contrôlables les odeurs et leurs effets sur nos émotions, voire sur nos performances mentales.
Les parfumeurs, qui, jusqu'à présent, étaient guidés par leur nez, leur intuition et leur expérience, s'appuient de plus en plus sur les technologies avancées. Les scanners cérébraux, les algorithmes et d'énormes volumes de données les aident à concevoir des parfums qui non seulement sentent bon, mais qui agissent aussi, de façon mesurable, sur notre niveau de bonheur, de détente ou de concentration.
On soupçonne depuis longtemps que les parfums ont le pouvoir d'évoquer des souvenirs, de changer notre humeur ou de nous plonger dans un état mental différent. Autrefois, il s'agissait surtout d'une sorte d'instinct avec des allégations marketing du style « l'énergie dans un flacon » ou « l'aromathérapie pour l'âme ».
Clinique avec Aromatics Elixir en 1972 ou Clarins avec l'Eau Dynamisante en 1987 faisaient office de pionniers - deux parfums qui cherchaient à évoquer un sentiment. Aujourd'hui, le secteur évolue : les allégations relatives aux parfums font désormais l'objet de recherches scientifiques ET sont étayées.

## QUE RÉVÈLE NOTRE CERVEAU ?

DSM-Firmenich, le fabricant suisse de fragrances, a étudié l'influence des odeurs sur l'humeur par l'intermédiaire du système limbique, le centre émotionnel de notre cerveau. « En nous basant sur plus de 12 000 entretiens avec des consommateurs dans 20 pays, nous avons constaté que 70 % de leurs décisions quotidiennes sont guidées par leurs émotions », explique Christelle Porcherot, chercheuse scientifique officiant chez le fabricant de parfums. La même enquête a révélé que 81 % des sondés s'attendent à ce que les parfums améliorent leur humeur, tandis que 41 % espèrent même que les parfums les fassent se sentir plus heureux ou améliorent leur sens de l'humour. « Les parfums n'ont aucun effet pharmacologique. Il ne s'agit pas d'une (aroma)thérapie, mais d'un effet psychologique qui déclenche une émotion physique », explique Christelle Porcherot. Mais cette réaction est complexe, elle en est consciente. Et l'influence d'un parfum n'est ni universelle ni simple. « En effet, les émotions déclenchées par les parfums sont très personnelles et dépendent du contexte », ajoute-t-elle. Christelle Porcherot cite un exemple intriguant : « En 2005, nous avons réalisé une expérience au cours de laquelle on a diffusé une odeur de fromage à deux sujets pendant un examen IRM. Le sujet A était dans la confidence. Le sujet B l'a perçu comme une odeur corporelle. La même impulsion olfactive a provoqué une réaction émotionnelle et une activité cérébrale sensiblement différentes. L'odeur dépend donc fortement du contexte et de la mémoire, ce qui rend la réponse émotionnelle très complexe. »

## DE L'ÉMOTION À LA FORMULE

Pour mieux comprendre l'interaction entre les parfums et les émotions, DSM-Firmenich a mis au point une échelle de neuf émotions fondamentales, allant de l'énergie et de la sensualité à la détente. Plus de 40 000 parfums ont ainsi été testés sur un million de consommateurs. En mesurant le rythme cardiaque, la température corporelle, l'activité cérébrale ou même certaines réactions comportementales, les chercheurs ont pu cartographier l'influence des odeurs afin de développer des parfums à des fins spécifiques, comme l'amélioration de la concentration, par exemple. Et étonnamment, il s'avère que ce ne sont pas les notes d'agrumes qui nous permettent de mieux nous concentrer, mais plutôt des notes florales et musquées. « Il s'avère en fait que les notes d'agrumes n'ont aucun effet bénéfique sur la concentration et sont à proscrire à cette fin. En revanche, elles agissent sur l'énergie et la gaieté », explique le parfumeur Florian Gallo. Grâce à ces précieux enseignements scientifiques, il peut créer des parfums de manière plus ciblée. « Je ne ressens pas cela comme une contrainte, au contraire. La recherche scientifique et l'innovation m'aident à être hypercréatif. » Même si l'effet de chaque ingrédient et des accords a été examiné et prouvé, l'impact d'une composition entière est à nouveau mesuré grâce aux technologies neuroscientifiques et aux tests cognitifs. Car, selon Florian Gallo, les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de preuves tangibles des effets annoncés : « Les clients exigent davantage de preuves des allégations et de certifications. Les jeunes générations, en particulier, veulent de la transparence. »

**Lors de la pandémie de coronavirus, pendant laquelle de nombreuses personnes ont perdu l'odorat, il est apparu clairement que les odeurs étaient essentielles à notre bien-être.**

## LES PARFUMS, UNE TECHNOLOGIE ÉMOTIONNELLE

Un autre pionnier de l'innovation olfactive est le fabricant américain de parfums IFF, qui a lancé son programme Science of Wellness en 2021. Depuis les années 1980, l'entreprise étudie l'interaction entre les odeurs et notre humeur. Sa gigantesque base de données contient plus de cinq milliards de points de données, analysés par l'IA, pour comprendre comment les odeurs agissent sur des émotions spécifiques. Cette technologie aide les parfumeurs à choisir des ingrédients dont les effets ont été prouvés dans huit domaines émotionnels, notamment l'énergie, la relaxation, le bonheur, la confiance en soi, l'attention et la mémoire. Elle a déjà été utilisée pour des parfums tels que Irresistible de Givenchy ou Eternity Summer de CK, dans lesquels la rose et le jasmin offrent un parfum raffiné tout en stimulant également les sentiments de bonheur et de détente. En outre, IFF étudie l'impact des odeurs sur la qualité du sommeil, par exemple en collaboration avec l'application SleepScore.

## UN PARFUM POUR DORMIR : LA TECHNOLOGIE DE GIVAUDAN

La société suisse Givaudan investit aussi massivement dans les applications neuroscientifiques. Ses recherches montrent que l'odorat peut activer 75 % de nos souvenirs et de nos émotions, de manière plus intense que les images ou les sons. Lors de la pandémie de coronavirus, pendant laquelle de nombreuses personnes ont perdu l'odorat, il est apparu

clairement que les odeurs étaient essentielles à notre bien-être. Cela a donné un coup d'accélérateur à leurs recherches. L'entreprise a développé trois technologies : Dreamscentz (pour un meilleur sommeil), Moodscentz (pour l'humeur) et Vivascentz (pour le bien-être général). Givaudan analyse même les ondes cérébrales pendant le sommeil pour développer des parfums qui favorisent le calme et la paix. Pour ce faire, elle utilise des tranquillisants naturels tels que le CBD (cannabidiol), le gingembre et des adaptogènes tels que le tulsi et les baies de goji. Grâce aux « portraits d'humeur », où les sujets choisissent les photos qui représentent le mieux leur expérience olfactive, les profils olfactifs sont associés à des réactions émotionnelles. Les neuroscientifiques traduisent ensuite ces données en algorithmes qui constituent la base de nouveaux parfums. Leur technologie a déjà été appliquée au diffuseur Night & Day de Maison Berger, à des produits d'Avon et Soap & Glory, ainsi qu'à la ligne Happy Shea de L'Occitane, entre autres.

## UN PARFUM SUR MESURE

Outre les grands fabricants de parfums, de plus en plus de marques sont convaincues que les neurosciences constituent une voie d'avenir prometteuse pour le développement de fragrances. Estée Lauder s'est associée au professeur Thomas Hummel, expert mondial en sciences olfactives de l'université technique de Dresde, qui étudie les liens neurologiques entre un parfum et une émotion. Ces connaissances scientifiques seront utilisées par la division parfums du groupe Lauder pour enrichir l'innovation et l'expérience des consommateurs. Yves Saint Laurent utilise la science et la technologie non pas tant pour le développement de produits que pour des conseils personnalisés. Ainsi, la marque a mis au point le Scent-Sation, un appareil qui permet de suivre les préférences et les réactions émotionnelles à l'aide d'un électroencéphalogramme (EEG). Cet appareil mesure l'activité cérébrale sur 14 accords olfactifs différents que l'on retrouve dans tous les parfums YSL. Sur cette base, l'appareil émet trois recommandations personnalisées. Bien que chaque entreprise ait ses propres priorités, la plupart des grands acteurs s'accordent sur un point : les neurosciences vont influencer structurellement la parfumerie. Les parfums de demain sentiront bon et vous aideront à vous sentir bien. Ils seront adaptés non seulement à votre goût, mais aussi à votre humeur, à vos activités et même à votre sommeil.

# 5X PARFUMS FEELGOOD




• Avec la collection **Hedonist,** la marque de niche **Initio** mise sur le pouvoir des odeurs. Les parfums renforcent certaines émotions et aident à rétablir l'équilibre entre le corps et l'esprit. Le dernier né est **Power Self,** un parfum floral boisé et épicé conçu pour améliorer la confiance en soi, avec des notes de poivre rose, de fleurs blanches et de musc.

• **Phantom** de **Rabanne** a été conçu grâce aux neurosciences et à l'intelligence artificielle permettant ainsi de créer de nouvelles combinaisons d'ingrédients et de dosages destinées à intensifier les effets émotionnels de ce parfum envoûtant. Des tests effectués sur de jeunes hommes (18-35 ans) ont montré que Phantom les faisait se sentir sexy, confiants et pleins d'énergie.

• **Irresistible** de **Givenchy** contient de la rose, un ingrédient censé renforcer le sentiment de bonheur.

• La délicieuse fragrance des fleurs de tilleul a été intégrée dans des produits de soin naturels et dans **L'Eau Qui Enlace,** une eau de toilette développée par le célèbre parfumeur Francis Kurkdjian. Ce parfum repose sur des découvertes neuroscientifiques qui prouvent l'effet euphorisant des fleurs de tilleul.

• **L'Eau Extraordinaire** de **Clarins** promet de booster votre humeur tout en rafraîchissant et raffermissant votre peau.


DOLCE & GABBANA
light blue
DOLCE & GABBANA
light blue
DOLCE & GABBANA
light blue

# Duos d'amour

Chaque couple est unique et mérite deux fragrances reflétant parfaitement sa dynamique. Un duo parfumé qui se complète et qui permet à chacun des deux d'exprimer sa personnalité, tout en célébrant leur amour de manière subtile.

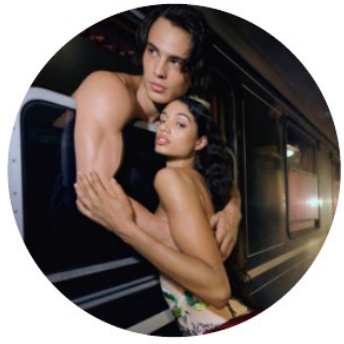
**PAR** Sofie ALBRECHT




## LES CHARMEURS

SCANDAL INTENSE FOR HIM & FOR HER DE JEAN-PAUL GAULTIER

Impossible de s'ennuyer une seconde en leur compagnie. À leur arrivée, la fête prend une autre dimension. Ils sont toujours au courant des derniers potins et prêts à plaisanter, même s'ils dépassent parfois un peu les bornes. Leurs tenues reflètent leur personnalité : elle porte un décolleté audacieux et lui exhibe sans honte ses tablettes de chocolat en déboutonnant sa chemise. Leur parfum ? Tout aussi outrageusement sexy. Un mélange séduisant de cardamome chaude et de vanille douce pour elle ; un puissant parfum boisé avec des notes de sauge aromatique pour lui.






## LES VOLCANS

K & Q DE DOLCE & GABBANA

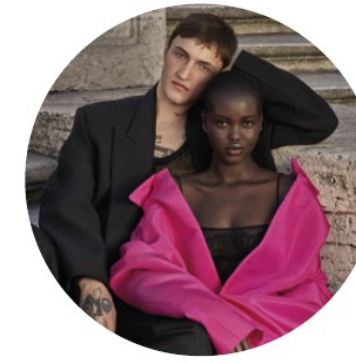
Le roi et la reine de Dolce & Gabbana sont des stars. Ils ont aussi du cran et le sens du drame, leurs racines italiennes sans doute. Ils n'ont pas honte de se disputer ouvertement, puis de se réconcilier passionnément en public. Q, une femme joyeuse et charmante, porte un parfum composé de notes d'agrumes pétillantes, de fleurs blanches sensuelles et d'une base de musc doux. K aime montrer sa force à la fois pour l'impressionner et la protéger. Son parfum se compose à parts égales d'agrumes ensoleillés, d'épices aromatiques et d'un mélange boisé enveloppant qui souligne sa force de caractère.




## LES FÊTARDS

BORN IN ROMA EXTRADOSE DE VALENTINO

Ils ne ratent aucune fête et brillent en société, un verre à la main. Ce couple est passé maître dans l'art de la conversation légère et semble connaître tout le monde. Sûrs d'eux et pleins d'entrain, ils font chaque fois une forte impression. Leur parfum fait le même effet. Un cocktail pétillant de cassis, de rhum et de vanille douce pour elle. Un parfum épicé, audacieux et intrigant pour lui.





## LES ÉNIGMATIQUES

ANGEL & A*MEN FANTASM
DE MUGLER

Inséparables, ils ont leur propre univers. Il finit ses phrases, elle sait toujours ce qu'il pense. Pour les autres, ils restent un mystère. Leurs parfums s'accordent parfaitement : elle adopte le sensuel Angel Fantasm de Mugler, associant fruits juteux, noix de coco crémeuse et patchouli intense. Lui opte pour l'accord patchouli et cacao, auquel elle ne peut résister.

## LES CRÉATIFS

THIS IS HER & THIS IS HIM
DE ZADIG & VOLTAIRE

Ils combinent imagination débordante, élégance et une touche de rock'n'roll décontracté. Il travaille dans la publicité, elle dans la mode. Ils ne suivent pas les tendances, ils les lancent. Ils sont les premiers à se rendre dans les nouveaux lieux en vogue et n'y mettent plus les pieds lorsqu'ils deviennent trop populaires. La seule chose qui ne change pas ? Leur couple et leur parfum. Depuis des années, elle porte This is Her, un parfum oriental aux douces fleurs blanches, au bois de santal et à la vanille. Lui opte pour This is Him : la même base douce de bois et de vanille, relevée de poivre noir épicé, de pamplemousse frais et d'encens mystérieux.






## LES RÊVEURS

HOMME INDIGO & FLOWER
INDIGO DE KENZO

Ces esprits libres partagent l'amour du voyage et de l'aventure. Ils aiment les parfums déconcertants et les associations surprenantes. Elle choisit Flower Indigo, dont l'ADN poudré s'est enrichi d'une note d'encre originale faite de fruits noirs, d'ambrox et d'encens, agrémentée de thé matcha et d'une vanille aux accents de cuir. Il porte Homme Indigo de Kenzo : un cœur d'iris aux facettes crémeuses, boisées et musquées a été ajouté à l'accord marin reconnaissable, rappelant l'odeur d'une peau propre après une baignade rafraîchissante. Un accord cuiré aux accents fumés renforce la base boisée.

## LES SYMPAS

MOOD FOR COLORS D'ANNAYAKE

Joviaux et enjoués, ces éternels optimistes ont toujours le sourire aux lèvres et adressent un mot gentil à tous ceux qu'ils rencontrent. Leurs parfums reflètent également leur joie de vivre : les fruits pétillants, les fleurs blanches et l'ambre chaud pour elle ; les épices fraîches, la lavande, la cardamome exotique et le bois précieux de palissandre pour lui.










## LES INTERCONNECTÉS

THE SCENT DE BOSS

Dès leur entrée, ils attirent tous les regards. Bien qu'ils soient sociables, ils n'ont finalement d'yeux que l'un pour l'autre : ils sont irrésistiblement attirés par leur moitié, comme des aimants. Leurs parfums renforcent cette attraction magnétique : elle avec des notes florales féminines et une chaleur boisée, lui avec un parfum séduisant de gingembre et de cuir.

Juliette has a gun

PARFUMS

# MIAMI SHAKE

MORE YUM MORE FUN



# Les stars font-elles encore rêver ?

Le phénomène des égéries dans l'univers de la beauté a connu une évolution marquante au cours des dernières années. Les égéries symbolisaient autrefois le glamour et la sophistication, à l'instar des stars de cinéma hollywoodiennes. Mais aujourd'hui, grâce aux réseaux sociaux, les influenceurs, qui semblent plus proches des consommateurs, jouent également le rôle d'ambassadeur. Cela sonne-t-il le glas d'un à-côté bien rémunéré pour les célébrités d'Hollywood ?

**PAR** Karen VAN EDE




**Dans le secteur des cosmétiques de luxe, les stars de cinéma jouent toujours un rôle important en tant qu'égéries, incarnant des valeurs d'exclusivité et de statut.**

## L'INCARNATION DES VALEURS D'UNE MARQUE

Pour les spécialistes du marketing, la recherche de l'oiseau rare qui personnifie un parfum ou un rouge à lèvres est loin d'être une sinécure. L'égérie est souvent une célébrité, choisie par la marque pour devenir l'incarnation de ses produits et de ses valeurs. Elle devient un vecteur de communication et représente l'image de celle-ci. Dans le secteur de la beauté, les ambassadeurs et ambassadrices jouent un rôle important dans la construction de l'image de nombreuses marques, qu'il s'agisse de Chanel, L'Oréal ou Dior. Ces visages célèbres attirent l'attention d'un large public qui peut s'identifier à ces égéries, qu'il s'agisse d'une actrice, d'un mannequin ou d'une star de la musique. Nombreux sont ceux et celles qui se souviennent d'**Isabella Rossellini** dans les campagnes de Lancôme pour des soins de la peau, puis de **Julia Roberts,** toujours rayonnante, et de la brillante **Kate Winslet.** Le rôle des égéries ne se limite pas à promouvoir un produit. Elles sont l'incarnation des valeurs que la marque souhaite véhiculer : confiance en soi, beauté naturelle, luxe, audace, émancipation. Elles incarnent un idéal que de nombreux consommateurs cherchent à atteindre. En s'identifiant à ces égéries, les consommateurs tissent une connexion émotionnelle avec la marque, renforçant ainsi leur fidélité, un phénomène bien connu des spécialistes du marketing. Mais les études montrent que les célébrités n'influencent plus autant qu'auparavant les décisions d'achat. Les consommateurs sont plus informés, plus critiques et plus exigeants. Les égéries traditionnelles, souvent considérées comme des symboles de luxe et de prestige, semblent très éloignées de la réalité du consommateur moyen. Ces icônes souffrent de leur image « trop parfaite » et finissent par paraître déconnectées de la réalité.

## LES INFLUENCEURS SONT-ILS LES NOUVELLES ÉGÉRIES ?

Avec l'émergence des influenceurs et l'évolution des habitudes de consommation, on peut se demander si les égéries classiques sont encore pertinentes. Sont-elles toujours aussi « efficaces » pour vendre, ou assistons-nous à la fin d'une époque ?

L'avènement des influenceurs a profondément transformé la communication dans l'univers de la beauté. Souvent plus proches du public et accessibles, ces personnalités des médias sociaux ont progressivement pris une place centrale dans les stratégies de communication des marques. Les nouveaux ambassadeurs proviennent de plateformes comme Instagram, YouTube ou TikTok, où ils partagent des expériences de vie authentiques et des moments importants directement avec leurs followers.

Les influenceurs ont l'avantage d'être proches de leur communauté, d'avoir une relation directe avec elle, ce qui leur confère une certaine légitimité auprès des personnes qui les suivent. Les marques de beauté l'ont rapidement compris et ont investi massivement dans cette nouvelle forme de collaboration. Ce qui fait la force des influenceurs, souvent rémunérés par les marques, c'est qu'ils sont vus comme des « semblables » et non comme des icônes hors d'atteinte. Leurs recommandations semblent plus sincères, un élément crucial étant donné que l'authenticité est devenue un critère décisif dans le processus d'achat. En revanche, ils ne touchent pas des franges entières de la population, comme les plus de 50 ans, un large groupe au pouvoir d'achat important. Guidés par l'appât du gain ou la quête d'un certain statut, certains prêtent leur image à une marque puis à une autre, faisant douter de leur sincérité.

## LE LUXE ET L'IDÉAL DE BEAUTÉ

Ainsi, dans le secteur des cosmétiques de luxe, les stars de cinéma jouent toujours un rôle important en tant qu'égéries, incarnant des valeurs d'exclusivité et de statut qui attirent une clientèle spécifique. Citons **Angelina Jolie,** choisie par Guerlain pour son rôle d'ambassadrice de l'UNHCR, **Cate Blanchett** (Armani) pour ses rôles (Tár, par exemple) et sa sagacité et **Miley Cyrus** (Gucci) pour son audace.

Aujourd'hui, des stars comme **Margot Robbie** - qui a séduit tous les cœurs dans le rôle de Barbie - (Chanel), la chanteuse du tube *Espresso* **Sabrina Carpenter** (Redken) et la chanteuse britannique **Charli XCX** (Valentino) attirent irrésistiblement les consommateurs de produits de luxe. Tout comme l'actrice d'*Emily in Paris,* **Lily Collins** (Lancôme). Sans oublier **Zendaya, Sydney Sweeney,** la star de *The White Lotus* et **Nico Parker** de *The Last of Us.*

Les séries télévisées sont un nouveau vivier d'égéries. Estée Lauder a fait appel à **Kirsten Bell,** de *Gossip Girl,* pour une campagne humoristique sur le sommeil et les effets du manque de sommeil sur la peau. La société suédoise Foreo, spécialisée dans les produits de beauté, a réussi à attirer la star de *The White Lotus,* **Michelle Monaghan.** La chanteuse belge **Angèle** est l'ambassadrice du nouveau parfum Chance de Chanel (lire notre article page 18). Les hommes aussi peuvent endosser ce rôle d'égérie parce qu'ils représentent un style de vie ou une attitude. **Johnny Depp** (pour Dior), **Austin Butler** (YSL) et le très populaire **Timothée Chalamet** (Chanel) osent montrer leur côté féminin. En outre, les campagnes beauté ont connu une évolution réjouissante ces dernières années, en mettant en avant des femmes mûres pour promouvoir des soins de la peau et des produits de maquillage. Ce sont surtout les marques françaises qui ont osé sauter le pas, peut-être parce que l'idéal de beauté français, contrairement à l'idéal américain, ne réside pas dans la symétrie, mais dans le caractère, l'humour et la singularité.

Des stars qui grisonnent avec grâce comme **Helen Mirren** (L'Oréal), **Jane Fonda** (également L'Oréal) et **Charlotte Rampling** (NARS) ont prêté leurs traits à des campagnes publicitaires. Les femmes de plus de 50 ans veulent elles aussi être représentées dans les campagnes de beauté.

## TOUT UN ART

Vous voulez vous approprier un peu de ces égéries et leur ressembler. Des petites touches de luxe accessibles comme un rouge à lèvres, une crème ou un parfum vous permettent de vous imprégner de leur univers et de vous rapprocher de vos rêves. Les égéries continueront d'exister aux côtés des influenceurs, à condition qu'elles soient authentiques et, de préférence, accessibles via les médias sociaux tels qu'Instagram. La mutation est toujours en cours, les marques devront continuer à faire de leur mieux pour trouver le mariage parfait entre visage, valeurs et produits. Elles relèveront à coup sûr le défi.

## KOSAS
### LE MAQUILLAGE SOIN QUI CARTONNE

Fondée en Californie, Kosas incarne l'essor du maquillage hybride, à mi-chemin entre performance et soin. Fondée par Sheena Yaitanes, la marque mise sur des formules clean et ultrasensorielles qui respectent la peau tout en sublimant le teint. Si Kosas cartonne sur TikTok, c'est parce que ses produits conjuguent efficacité immédiate et textures légères, idéales pour un effet « no makeup makeup ». Son dernier succès ? **BB Burst,** un gel crème teinté révolutionnaire qui booste l'hydratation de +230 % en quatre semaines tout en offrant une couvrance modulable et un fini éclatant. Entre innovation et viralité, Kosas a tout pour séduire la nouvelle génération.

**kosas.com**




# DISCOVER

Zoom sur ces petites marques de niche des quatre coins du monde qui dessinent les tendances de la beauté de demain. En attendant de les voir débarquer dans votre parfumerie préférée, rendez-vous sur notre plateforme enjoybeauty.eu.

**PAR** Belen UCROS



### LA RÉVOLUTION
## CHITOSAN

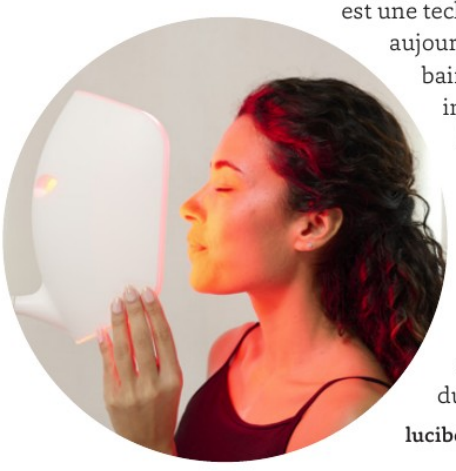
À quoi sert un ingrédient 'miracle' s'il n'est pas assimilé par la peau ? C'est un peu le problème du chitosan, un biopolymère naturel issu des champignons ou des carapaces des crustacés. Connu pour ses propriétés anti-âge, antibactériennes et régénérantes, le chitosan n'est pas soluble dans l'eau. **CXC,** un laboratoire canadien, est parvenu à libérer les super pouvoirs de cet ingrédient sans l'aide d'acides ou autres additifs. Une prouesse scientifique qui pourrait bien bouleverser l'industrie cosmétique et satisfaire les femmes adeptes de la clean beauty minimaliste et naturelle. Des tests scientifiques au laser indiquent une diminution des rides de 66,8 % après 10 jours d'utilisation contre - 2,3 % avec le sérum leader du marché. Ébouriffant, non ?

**cxcip.ca**

### LUCIBEL.LE
## le pouvoir du LED rouge

Le meilleur soin anti-âge ? Celui qui réveille le potentiel de notre peau, en relançant la production naturelle de collagène et d'élastine, responsables de la fermeté et de l'élasticité de notre peau. Longtemps réservée aux cabinets de médecine esthétique et instituts de beauté, la photobiomodulation par LED est une technologie qui s'invite aujourd'hui dans nos salles de bains. Ainsi, **Ove,** le masque innovant de Lucibel.le Paris, lisse les ridules, améliore la texture de la peau et réduit les signes du vieillissement cutané. Une alternative non invasive aux soins anti-âge qui allie technologie de pointe et beauté durable.

**lucibelleparis.com**





thesmilist.co

# The Smilist

## UN SOURIRE ÉCLATANT GRÂCE AU MICROBIOTE

Et si la clé d'un sourire naturellement éclatant résidait dans l'équilibre du microbiote buccal ? The Smilist révolutionne le soin dentaire avec **Healthy Whitening,** un rituel blanchissant qui respecte l'émail et rééquilibre la flore buccale. Contrairement aux traitements classiques souvent abrasifs, cette gamme mise sur un complexe Enzyme-Biotic associant prébiotiques, minéraux reminéralisants et extraits végétaux pour neutraliser les bactéries chromogènes responsables des taches.

Le protocole en trois étapes – nettoyer, préparer, activer – associe un dentifrice reminéralisant, une micro-essence anti-plaque et un sérum nuit éclat. Résultat ? Un sourire plus blanc de 42 % en un mois, une protection renforcée contre la plaque et un émail sublimé. Sans peroxyde, vegan et certifié bio, The Smilist prouve qu'une blancheur éclatante peut aussi être respectueuse de notre santé.




# Moussse

## LA CRÈME ANTI-POLLUTION

Cumulé aux rayons UV, le mode de vie urbain soumet la peau à de nombreuses agressions - déshydratation, inflammation, sensibilité et vieillissement prématuré. Pensée pour les peaux urbaines, la **Moisture Rush Cream** de Moussse, une nouvelle marque de cosmétiques suisse, forme un bouclier contre la pollution et les agressions extérieures. Sa texture aérienne et son complexe exclusif de prébiotiques, d'antioxydants et d'actifs apaisants renforcent la barrière cutanée pour une hydratation optimale. Il est cliniquement prouvé que la crème augmente le niveau d'hydratation jusqu'à 119 % après 82 jours d'utilisation. Un must-have pour les citadines.

**moussse.com**




# Apycult

## LA BEAUTÉ ENGAGÉE POUR LES ABEILLES

Se faire du bien tout en faisant du bien à la planète, c'est l'essence d'Apycult, une marque de skincare qui sublime les trésors de la ruche. À travers eux, ses fondateurs, Benoît Bézine et Éloïse Dupré, veulent sensibiliser les consommateurs à la précarité des abeilles, menacées dans leur environnement alors qu'elles jouent un rôle clé dans la préservation de la biodiversité. Certifiée ECOCERT et notée 100/100 sur Yuka, leur **Huile Douce Bio** nourrit, protège et illumine la peau sans laisser de sensation de gras. Elle contient du macérat de pollen frais bio et de l'huile de prune bio de Gascogne. Un soin irrésistiblement gourmand à la délicate odeur d'amande amère.

**apycult.com**




# Brume Orpin

## RÉINVENTER LA PARFUMERIE

Plus durable, plus engagée, plus respectueuse de la santé la parfumerie 3.0 insuffle un nouveau souffle à la profession. Parmi les pépites qui ont vu le jour récemment, coup de cœur pour **Brume Orpin.** Chaque création est conçue comme une véritable composition artistique, inspirée par la nature, l'art et les souvenirs. Fabriqués en France avec des ingrédients locaux biodégradables, ces parfums célèbrent l'harmonie entre tradition et modernité. Accompagnée des meilleurs artisans et industriels français, Tiphaine Cogez Cousseau, qui a fait ses classes chez Rochas, Balmain puis Francis Kurkdjian s'attache à proposer un luxe responsable, où chaque détail – du flacon minimaliste à la formulation exempte d'allergènes – est pensé avec rigueur.

**brume-orpin.com**

## CLARINS

# l'excellence à la française

Aimée et respectée de tous, Clarins ne cesse d'innover et de se réinventer depuis plus de 70 ans, guidée par sa passion des plantes et de la nature. Le secret de son succès ? Rester à l'écoute des femmes, encore et toujours.

**PAR** Belen UCROS

### IL ÉTAIT UNE FOIS...

En 1954, un jeune entrepreneur visionnaire, Jacques Courtin, ouvre son premier institut de beauté à Paris, 35 rue Tronchet. Les esthéticiennes y pratiquent la méthode Clarins, une méthode de massage exclusive qui va révolutionner les traditionnels soins du corps, puis ceux du visage. La sincérité de Jacques Courtin-Clarins, son empathie, encouragent les clientes à lui confier leurs problématiques beauté. Très vite germe une idée simple mais révolutionnaire : créer des soins de beauté basés sur les bienfaits des plantes. À une époque où la cosmétique est encore largement dominée par des formules synthétiques, il ose une approche innovante en intégrant des actifs végétaux à ses soins. Avec une approche holistique et un respect profond pour la nature, il développe des formules qui allient science et botanique. 100 % formulées à partir d'extraits de plantes, les premières huiles Clarins naissent en 1965. Chaque huile corps répond à un besoin spécifique : Relax, Tonic, Anti-Eau. Rapidement, le succès est au rendez-vous et la marque Clarins devient synonyme d'excellence et d'innovation. En 1978, Jacques Courtin ajoute officiellement Clarins à son nom de famille.

### UNE FAMILLE EN OR

Clarins est avant tout une affaire



de famille. Olivier Courtin-Clarins et son frère Christian reprennent les rênes de l'entreprise après le décès de leur père en 2007. Aujourd'hui, la deuxième génération incarnée par les filles de la famille perpétue l'héritage avec dynamisme et engagement. Virginie est directrice générale, Prisca dirige la branche « Spas, Retail et My Blend » avec une vision moderne, axée sur la digitalisation et le développement durable et Jenna, ambassadrice de la marque, est responsable de la prospective et des nouveaux concepts. L'entreprise reste fidèle à ses valeurs fondatrices tout en s'adaptant aux nouvelles attentes des consommateurs, notamment en matière de transparence et de responsabilité environnementale. Ainsi, elle vient d'obtenir le label B Corp, certifiant son engagement pour un avenir plus durable envers l'humain et la planète. Seuls 2% des grandes entreprises comme Clarins figurent dans ce club très sélect.

### LA CONTINUITÉ DANS LE CHANGEMENT

Clarins a toujours su allier tradition et innovation. Plutôt que de sortir des dizaines de nouveautés par an qui donnent le tournis aux consommatrices, la marque préfère se concentrer sur ses produits iconiques, en renouvelant sans cesse ses formules, dès qu'une innovation ou une découverte permet d'améliorer encore leur efficacité. Parmi ses produits iconiques, citons les Huiles pour le visage et le corps apparues dès 1965, le Double Sérum – un best-seller né en 1985 ayant déjà fait l'objet de 9 reformulations – et la gamme Extra-Firming, qui incarne l'excellence en matière de soins anti-âge depuis 1987. Celle-ci vient de bénéficier d'une nouvelle formule grâce à un trio d'actifs (polypeptide de collagène, extrait de pacanier bio et de mitracarpus bio) qui promet d'augmenter le capital collagène de notre peau de 53 %. Une prouesse scientifique au service de l'éclat et de la jeunesse...

### L'ENGAGEMENT DE CLARINS ENVERS LA NATURE

Clarins ne se contente pas de puiser dans la nature ; elle la protège. Depuis plusieurs années, la marque réduit son empreinte carbone, favorise des emballages recyclables et investit dans l'agriculture responsable. Ainsi, la marque s'est engagée pour cette année à ce que tous les produits soient recyclables, rechargeables ou réutilisables. Question transparence, grâce à la plateforme T.R.U.S.T. lancée en 2022, on peut suivre la traçabilité de son soin du champ jusqu'au produit final. Pour cela, il suffit de scanner le code QR présent sur l'emballage.

 CERTAINS PRODUITS PRÉSENTÉS NE SONT PAS DISPONIBLES DANS VOTRE PARFUMERIE. RENDEZ-VOUS SUR ENJOYBEAUTY.EU POUR PLUS D'INFOS.

THE GLOW HOUSE SPA

# Clarins au Mas Candille

Dernier projet phare de Clarins, The Glow House Spa Clarins au Mas Candille incarne une vision innovante de la beauté. Situé dans l'arrière-pays cannois, à Mougins, ce domaine luxueux vient d'être réhabilité par Hugo Toro, un architecte de renom. Partie prenante dans ce projet, Clarins inaugure ici un nouveau concept entièrement dédié au glow, où les soins, la détente, le sport et la nutrition ne font qu'un. À l'écart du mas hôtelier, le spa se compose d'une partie soins et salle de fitness et d'un second bâtiment doté d'un sauna, d'un hammam et d'une piscine de 25 mètres s'ouvrant sur l'extérieur. La carte des soins fait la part belle à des formules exceptionnelles, conçues à partir de puissants extraits de plantes et d'huiles essentielles haut de gamme. À l'heure où les consommateurs recherchent plus de proximité et d'authenticité dans leurs choix de soins, ce projet illustre l'engagement de Clarins envers une cosmétique durable et locale.



## CLARINS EN CHIFFRES

Leader en vente des soins en parfumerie en Belgique, Clarins affiche une croissance continue grâce à son engagement envers l'innovation et la nature :

**N°1**
du soin Prestige en Europe

Présente dans
**147 PAYS**
à travers le monde

**400 PLANTES**
étudiées chaque année

**80 %**
d'ingrédients d'origine naturelle

**80 PRIX**
remportés en 2024

**1 Double Sérum** vendu toutes les
**4 SECONDES**
dans le monde

Réduction de ses émissions carbone de
**48 %**
entre 2019 et 2024

Plus de
**1,5 € MILARD**
de chiffre d'affaires annuel



NEW

# C-Tetra Advanced

GEL-SERUM

## 20% VITAMIN C MEETS PHYTO EXOSOMES




0%
BARRIER
DISRUPTION*

FOR POWERFUL BRIGHTENING & DAILY
DEFENCE AGAINST PREMATURE SKIN AGEING

Medik8®

Certified B Corporation

www.medik8.com @officialmedik8

*Proven via independent clinical study conducted over 4 weeks on 32 participants.

Retrouvez toute l'actu d'

# ENJOYBEAUTY +WELLBEING

## notre plateforme dédiée à la beauté, au bien-être et à l'innovation.

**PAR** Belen UCROS



### RAJEUNIR GRÂCE À DES CONSEILS EFFICACES

Pour une apparence plus jeune, il n'y a pas de pilule miracle ! Une activité physique régulière, une alimentation équilibrée, une garde-robe judicieusement choisie peuvent vous faire gagner quelques années sans recourir au bistouri. Retrouvez tous nos conseils pour retrouver une silhouette tonique, un teint radieux et une apparence plus jeune.

▶ **Well-being/Fitness/Activités sportives/Des exercices efficaces pour une apparence jeune**



### TROUVEZ LE VÉLO PARFAIT POUR VOUS

Avec les beaux jours, vous souhaitez vous remettre en selle ? Choisir le bon vélo, c'est allier confort, performance et style ! Vélo de ville, tout-terrain ou électrique, chacun a ses atouts pour s'adapter à votre quotidien. Découvrez comment bien sélectionner votre vélo selon votre usage, votre morphologie et vos objectifs pour des trajets agréables et efficaces.

▶ **Well-being/Fitness/Equipement sportif/Le vélo idéal pour la femme active**



### NUTRITION : BOOSTEZ VOS PERFORMANCES SPORTIVES

Notre meilleur carburant ? Une alimentation saine et équilibrée, riche en nutriments essentiels. Citons entre autres les bananes, les graines de chia ou encore les fruits secs qui apportent de l'énergie et soutiennent la récupération musculaire. Optimisez votre endurance et maximisez vos résultats sportifs en intégrant ces superaliments dans votre alimentation quotidienne.

▶ **Well-being/Fitness/Sport et nutrition/Produits alimentaires naturels pour les-sportifs boostez vos performances**



### CELLULES SOUCHES : L'AVENIR DE LA BEAUTÉ ?

Les cellules souches révolutionnent les soins anti-âge et régénératifs. Ces cellules indifférenciées qui ont la capacité de se développer en cellules spécifiques offrent des solutions prometteuses pour la régénération cutanée, la repousse capillaire et la médecine réparatrice. Cette technologie innovante pourrait transformer les soins esthétiques du futur.

▶ **Well-being/Longévité/Beauté - Bien-être/ Cellules souches intérêts et bénéfices futurs**

## BOOSTEZ VOTRE MÉMOIRE AU QUOTIDIEN

Stress, fatigue, examens… votre mémoire sature ? Pour la stimuler, misez sur des aliments riches en oméga 3, des exercices de concentration et un bon sommeil. Que vous soyez une étudiante qui prépare des examens, une professionnelle cherchant à performer dans sa carrière ou simplement une personne intéressée par le développement personnel, cet article vous concerne.

▶ **Well-being/Longévité/Remise en forme/ Conseils pour entretenir sa mémoire**



## DES SOINS HIGH-TECH POUR UNE PEAU RADIEUSE

Injections de comblement, laser, radiofréquence, photothérapie, microneedling… Les nouvelles technologies révolutionnent les soins esthétiques. Elles permettent de raffermir la peau, réduire les rides et atténuer les imperfections sans chirurgie invasive. Découvrez quelles sont les techniques les plus efficaces pour retrouver une peau lisse et lumineuse.

▶ **Well-being/Longévité/Cliniques de rajeunissement/Les traitements esthétiques de pointe**



## LE SECRET D'UN SOURIRE ÉCLATANT

Un sourire éclatant, c'est un atout beauté incontournable ! Blanchiment, facettes dentaires, aligneurs invisibles… Dans notre article dédié à l'esthétique dentaire, nous explorons les solutions modernes pour afficher des dents impeccables. Une bonne hygiène bucco-dentaire et des soins adaptés vous aideront à préserver votre sourire au quotidien.

▶ **Well-being/Longévité/Cosmétique dentaire/ Esthétique dentaire**



## PRÉPAREZ VOTRE SUMMER BODY

L'été approche ! Suivez ces quatre étapes simples pour tonifier votre silhouette et gagner en confiance : alimentation saine, exercices ciblés avec un sport qui vous plaît, soins exfoliants et hydratants pour préparer votre peau au soleil. Adoptez ces bonnes habitudes dès maintenant pour vous sentir bien dans votre peau et rayonner tout l'été !

▶ **Well-being/Parapharmacie/Beauté & accessoires/ Préparer son corps pour l'été**



**Lisez GRATUITEMENT l'intégralité de ces articles en cliquant sur le bouton WELLBEING sur la plateforme enjoybeauty.eu**

 CERTAINS PRODUITS PRÉSENTÉS NE SONT PAS DISPONIBLES DANS VOTRE PARFUMERIE. RENDEZ-VOUS SUR ENJOYBEAUTY.EU POUR PLUS D'INFOS.

BREAKING NEWS

# À LA RENTRÉE, LE MAGAZINE CHANGE DE PEAU.

Mais il reste aussi inspirant, curieux et libre que jamais.

## ENJOYBEAUTY
## LE MAGAZINE POUR CELLES QUI VEULENT PLUS.

Pas juste de la pub.
Pas un copier-coller de tendances TikTok.
Mais **de vraies découvertes, des points de vue assumés, du contenu qu'on ne lit pas ailleurs.**




## CE QUE VOUS NE TROUVEREZ PAS CHEZ NOUS

- Le top 5 des rouges à lèvres "généré par une IA sans lèvres"
- Des égéries qui répètent leur communiqué de presse
- Des conseils sponsorisés camouflés en article
- Les mêmes produits vus partout, encore et encore

## CE QUE VOUS TROUVEREZ DANS ENJOYBEAUTY

- Des avis francs de journalistes passionnées
- Une revue de presse internationale (New York, Tokyo, Copenhague…)
- Des interviews exclusives : nez, chercheurs, formulateurs, fondateurs
- Des marques indépendantes, confidentielles, qui valent le détour
- Des coulisses, des secrets, des backstages inspirants
- Des conseils pratiques validés par de vrais pros
- Un regard affûté – pas une vitrine déguisée

## POUR QUI ?

Pour toutes celles (et ceux) qui veulent **comprendre, ressentir, découvrir,** et pas seulement *"acheter ce qu'on leur montre partout"*.

À retrouver gratuitement dans votre **parfumerie de proximité**
Ou à lire en ligne **enjoybeauty.eu/magazine**

# ENJOY**BEAUTY**
## Où nous trouver ?

AARSCHOT
AMSTERDAM
ANDERLECHT
ANS
ANVERS
ARENDONK
ASSE
ATH
BERINGEN
BONCELLES
BRASSCHAAT
BRUXELLES
CHARLEROI
CHÊNÉE
CHIMAY
COURTRAI
DEINZE
DEN HAAG
DEURNE
DIEPENBEEK
DILBEEK
EEKLO
ENGHIEN
EREMBODEGEM
FLÉRON
GAND
GEEL
GRIMBERGEN
HERK-DE-STAD
HEUSDEN-ZOLDER
HOVE
IXELLES
IZEGEM
JAMBES
KAPELLEN
KELMIS
KNOKKE-HEIST
KOEKELARE
LA LOUVIÈRE
LEIDEN
LIEDEKERKE
LIERRE
LIEVEGEM
LOCHRISTI
LIÉGE
LUXEMBOURG
MENIN
MERCHTEM
MERKSEM
MONS
MONTAIGU
MOUSCRON
NAMUR
NEERPELT
NIJLEN
NINOVE
OOSTKAMP
OOSTROZEBEKE
POMMERLOCH
RIXENSART
RHODE-SAINT-GENÈSE
ROTTERDAM
ROULERS
SCHOTEN
SINT-MARTENS-LATEM
SLUIS
TEMSE
TIELT
TOURNAI
TREMELO
TUBIZE
VEERLE LAAKDAL
VIRTON
VISÉ
WAREGEM
WASSENAAR
WESTERLO
WEVELGEM
WINGENE
ZONHOVEN
ZOTTEGEM

## Quand on aime, on partage ! Découvrez les adresses exclusives de la rédaction

**COSMETICARY, Bruxelles**

En plein cœur de Bruxelles, Cosmeticary s'impose comme une adresse incontournable pour les amateurs de cosmétiques de niche. Fondée en 2005 par Jean Rausin, cette boutique propose une sélection pointue de soins, parfums et maquillages haut de gamme. Parmi les marques emblématiques, on retrouve Juliette Has a Gun, REN Clean Skincare, Dermalogica, ainsi qu'une belle gamme de produits issus de la K Beauty comme Beauty of Joseon et COSRX. Loin des standards aseptisés, Cosmeticary mise sur l'efficacité, l'innovation et un conseil personnalisé. Chaque visite est une exploration sensorielle guidée par une équipe passionnée, entièrement dédiée à chaque client. Infos : rue Auguste Orts 11A, 1000 Bruxelles.




**cosmeticary.com**

**LEKKER RUIKEN, Venlo (NL)**

Située dans la charmante Gasthuisstraat de Venlo, Lekker Ruiken est une parfumerie de niche qui célèbre l'art du parfum depuis 2017. Née de la passion de ses fondateurs pour les fragrances exclusives découvertes lors de city trips, la boutique propose une sélection raffinée de marques telles que Imperial Parfums, Juliette Has a Gun, Spirit of Kings et Nishane. Chaque parfum est choisi pour sa capacité à évoquer des émotions et des souvenirs, offrant aux clients une expérience olfactive unique. Au-delà des parfums, Lekker Ruiken propose également des produits de soin Benamor, des bougies parfumées ainsi que des diffuseurs d'intérieur Dr Vranjes, transformant chaque visite en un véritable voyage sensoriel. Infos : Gasthuisstraat 8, 5911 JK Venlo (NL).



**lekkerruiken.nu**

ENJOY**BEAUTY** **ÉTÉ 2025** | enjoybeauty.eu **ÉDITEUR RESPONSABLE** Gisèle Speaker | AlwaysOn Prins Albertlei 14 - 2600 Berchem, Belgique **RÉDACTRICE EN CHEF** Belen Ucros **JOURNALISTES BEAUTÉ** Belen Ucros, Sofie Albrecht, Karen van Ede & Sylvia Silvester **RÉDACTION FINALE & TRADUCTION** Fabienne Noël
**ART DIRECTION** Eric Verdonck

Reproduction interdite, même partielle, de la présente publication sans l'autorisation écrite de l'éditeur. Aucune correspondance ne peut être échangée à propos d'actions spéciales.



# ENJOY**BEAUTY**

40 ans d'expertise et de conseils via nos parfumeries, notre magazine trimestriel et notre plateforme digitale

Accédez aux **meilleures offres** des plus grandes marques de luxe sur **enjoybeauty.eu**. Trouvez l'inspiration pour vos idées cadeaux 365 jours par an.

Recevez notre **magazine** via e-mail ou dans votre parfumerie préférée*.

Inscrivez-vous à notre **newsletter** et recevez votre **carte VIP** Enjoy.beauty.eu.

enjoy.beauty.eu EnjoyBeauty

Votre ENJOY**BEAUTY** toujours à portée de main sur votre téléphone ou tablette. Rejoignez-nous sur Instagram et Facebook.

* Pour ce faire, demandez-lui de prendre contact avec nous (enjoybeauty.eu/contact)

# CHANCE

# CHANEL




EAU SPLENDIDE

THE NEW CHANEL FRAGRANCE