

NEWS Fashion Daily

Hebdomadaire des tendances mode et beauté
Tendances Prêt-à-porter / Fibres / Lingerie / Beauté / Maison

octobre 2003

FASHION DAILY

BEAUTÉ

LANCEMENT

Bergman soigne son entrée

Vingt et un produits de soin aux actifs de qualité, aux packagings luxueux, font leur apparition en France. ■ Distribués par ABCD, ils visent les parfumeries avec cabines et les instituts haut de gamme.

CABINE DURAND

vec ses étuis, ses pots et ses flacons argent et rose - pâle, profond ou violine -, Bergman Beauty Care affirme clairement son positionnement : cette nouvelle gamme de soins sera luxueuse et sera pas ! S'appuyant sur l'expertise de la clinique de chirurgie esthétique épidermique, basée en Hollande, les produits ont été élaborés

autour d'un actif phare, le Glucan, un extrait de la paroi cellulaire du germe de blé aux vertus cicatrisantes, régénérantes, revitalisantes et stimulantes. Auquel viennent s'ajouter d'autres ingrédients, tels les vitamines A, E et F.

Une gamme en cinq temps

Sans parfum et hypoallergénique, la ligne Bergman Beauty Care se décompose en cinq temps, chacun signalé par un code couleur distinct : démaquillage, soin, masque, post-chirurgical, corps.

La première étape est composée d'un lait démaquillant doux, d'une lotion fraîche, d'un gel nettoyant rafraîchissant et - petite originalité - d'un gant en microfibre.

La ligne comprend 21 produits répartis en cinq phases : démaquillage, soin, masque, corps et post-chirurgical.

Deuxième phase, et non la moindre, le soin se déclina en sept produits : une crème 24-heures à l'émulsion douce et à la texture non grasse, un anti-âge riche en actifs, une crème cicatrisante et stimulante pour peaux déshydratées, un contour des yeux, un gel antipoches, une crème de jour et une autre de nuit.

De leur côté, les masques se font tour à tour gommant, stimulant, purifiant ou relaxant alors que le segment corps compte un gommage légèrement moussant, une lotion et une huile relaxante.

Dans la ligne réparatrice post-chirurgicale figurent Sensitivity, une crème destinée aux peaux après traitement laser ; Sensitivity Plus, aux vertus apaisantes et anti-inflamma-

La ligne sera diffusée à des prix allant de 20 € le démaquillant à 214 € la crème anti-âge en pot de 50 ml.

Disponible depuis fin 1999 en Europe du Nord, Chine, Japon et Corée, cette marque sera diffusée en France dans les parfumeries avec cabines et les instituts haut de gamme par ABCD.

François Deniau, dirigeant de cette société de distribution, de formation et de conseil aux entreprises, soutiendra la ligne avec de la PLV, des présentoirs testeurs, des vitrines de prestige, des présentoirs de comptoirs, des sacs, et de l'échantillonnage très qualitatif, comme ces coffrets découverte dotés de cinq tubes, d'une miniature, et d'un leaflet explicatif dans le socle.

Rappelons que parallèlement, la marque propose deux soins cabines, l'un revitalisant, l'autre hydratant. ■



PARFUMS

Yardley lance Equity for Men

Ce mois-ci, la marque s'enrichit d'une eau de toilette

Salon international de la mode-maison : décoration, cadeau, arts de la table. Safi, 4, passage Roux 75850 Paris Cedex 17. France. Tel. +33 (0)1 44 29 02 00. Fax: +33 (0)1 44 29 02 01. e-mail: info@maison-objet.com - www.maison-objet.com Salon réservé aux professionnels. Organisé par Safi, Filiale de la chambre syndicale des Ateliers d'Art de France et de Reed Exhibitions.

influences maison printemps-été 2004
23-27 janvier 2004 Paris-Nord Villepinte