

TOUT *douce*ment

Et si l'on profitait de l'été pour prendre du temps pour soi? C'est l'esprit de la tendance slow beauty, qui remet le plaisir au cœur des routines de soins.

Illustration avec l'actrice et mannequin Liya Kebede, porte-parole ultra-zen de L'Oréal Paris.

Par Joy PINTO Photos Jason KIM Réalisation Aurélie LAMBILLON Styliste Laure ORSET-PRELET

Le slogan hédoniste de la génération Y, «yolo» (you only live once), semble avoir conquis l'univers de la beauté. Et les valeurs accompagnant la redécouverte du temps et du plaisir, propres aux moins de 30 ans, contaminent peu à peu les rituels de leurs aînés. Revenus des produits hyperrapides, hyperefficaces – et parfois hyperagressifs –, les post-babyboomers succombent à ce phénomène déjà étiqueté comme la mouvance «slow beauty». «*La génération X a grandi à l'ère du jetable et de l'hyperconsommation. Elle pensait tout contrôler, mais s'est aperçue, au fil des années, et à force de scandales sanitaires, qu'elle s'était fait avoir*», résume Leïla Rochet-Podvin, fondatrice de l'agence de tendance beauté Inspiration & Création. Pour combler ces nouvelles attentes, les marques troquent les formules 10-en-1 pour des onguents polysensoriels, où chaque élément est une surprise, de la couleur au parfum, en passant par la texture, souvent transformiste. Avec un accent sur les soins au «playtime» prolongé, ce terme marketing qui signifie qu'une texture ne pénètre pas illico et que l'on peut «jouer» avec.

CAPITALISER SUR SOI

Parallèlement, la slow beauty dépasse la seule notion de cosmétique pour déborder sur le bien-être, voire la spiritualité. «*Aujourd'hui, on a compris que l'on allait vivre longtemps et que cela pouvait bien se passer si l'on capitalisait sur soi*», décrypte Géraldine Bouchot, directrice éditoriale tendances & prospective chez Carlin. Donc oui aux rituels longs et délectables – à condition que leur bénéfice

joue les prolongations. «*La quête d'efficacité n'a pas disparu, elle a été complétée par une notion d'endurance*», précise-t-elle. Ainsi, dans la nouvelle boutique parisienne de la marque chinoise Herboriste, on peut acheter des produits, mais aussi recevoir un massage chinois ou s'initier à l'art du thé. Trois heures et demie, c'est la durée du nouveau soin du Lush Spa qui combine modelages du corps et du visage, lecture des lignes de la main et discussion à bâtons rompus façon séance de thérapie. A L'Essentiel Paris, on reçoit les massages de l'excellente Elisabeth Nado et l'on peut souscrire à un programme de bien-être complet, sur une journée ou des semaines, grâce à une équipe d'experts, du prof de yoga à la naturopathe, du nutritionniste au sophrologue. D'autres lieux sont même dédiés au mental seul, comme les pauses digitales de Seymour+ ou la méditation en flottaison chez Meïso.

RITUELS ET GESTUELLES

A la maison aussi, on s'élève en dorlotant sa peau grâce à des gestuelles de massage pensées pour chaque crème, voire à l'aide d'outils qui imitent l'appareillage des pros. «*Chez les jeunes, le rapport au rituel est déjà devenu très naturel, puisqu'ils consultent constamment des tutoriels sur Internet*», observe Géraldine Bouchot. Avec pour but ultime de connaître chaque produit qu'ils s'appêtent à consommer, déterminer s'ils vont leur faire du bien, et surtout s'ils sont adaptés à eux et eux seuls. Une aspiration très narcissique certes, mais qui fait un bien fou à la peau, au corps et au cerveau! • ▶