

COSMETIQUEmag

COSMÉTIQUE MAGAZINE N°73
NOVEMBRE 2006

PRIX 2006 DE LA PRESSE PROFESSIONNELLE

SAGA

Un Bourgeois
très populaire
p.50

INTERVIEW

Alain Grangé
Cabane, Fip
p.30

CONSOMMATION

Étude BVA :
les hommes
en attente d'un
mode d'emploi
p.48

DOSSIER

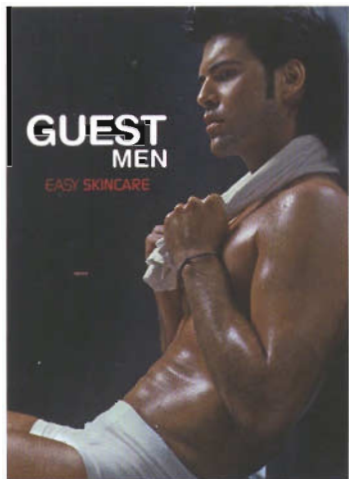
L'HOMME dévoile son POTENTIEL

SOIN & MAQUILLAGE

LA COUR DES HOMMES

Les hommes font l'objet de multiples convoitises. Parmi les futurs marques sur le marché, **Guest Men** joue la simplicité. Son offre se décline autour de la toilette (gel nettoyant/mousse à raser deux en un, gommage) et du soin (fluide et après-rasage hydratants, sérum anti-âge, contour des yeux) avec des prix oscillant entre 12 et 32 euros. Guest Men devrait être distribué prochainement en parfumerie et grand magasin. Le chanteur Manu Lanvin (fils de Gérard) prête son image à la marque. De son côté, **Alan Ross** mise sur les actifs marins et le naturel (94% minimum). Les produits, développés par le laboratoire Océalys, sont enrichis en algues

brunes, rouges ou vertes aux vertus antiseptiques, nourrissantes et antioxydantes. La ligne compte six soins (anti-âge, hydratants, anticernes, détoxifiants) et deux gestes toilette (nettoyant et gommage). Plus original, **Lifelab** propose une entrée par l'âge. Pour leur simplifier la vie, la marque propose aux hommes trois soins intégraux aux noms explicites : 30-40,



Ci-dessus, le chanteur Manu Lanvin incarne Guest Men. Ci-contre, discrétion de mise pour le maquillage Raout.