

# emotionSpa Magazine & Beauty

## DOSSIER

### LA COSMÉTIQUE HOMME

TENDANCES,  
NOUVEAUTÉS,  
CHIFFRES DU MARCHÉ...

*Men's cosmetics*

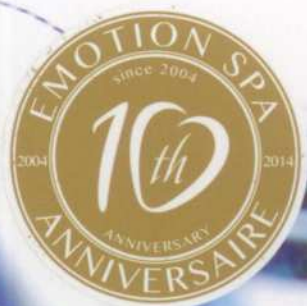
### ECO CONCEPTION

Vers une gestion  
plus rentable et  
écologique des Spas ?

*Eco Design*

### ALSACE, NOUVEAU DESTINATION SPA

*New Spa destination*



SPÉCIAL

# CRÉATION

## SPA & LUNCH CLARINS

# Le nouveau spot beauté et bien-être à Lille

The new beauty and wellbeing hub in Lille

PAR/BY PASCALE BROUSSE

**C**LARINS A CRÉÉ L'ÉVÈNEMENT EN INAUGURANT UN NOUVEAU CONCEPT, INÉDIT EN FRANCE POUR UNE GRANDE MARQUE DE PRODUITS DE BEAUTÉ : LE SPA & LUNCH CLARINS A LILLE. LA MARQUE SE POSITIONNE DANS L'UNIVERS DU SELECTIF EN LIANT LA NUTRITION AU SOIN DE SOI.

SITUÉ EN CENTRE VILLE RUE NATIONALE, LE LIEU PERMET DE S'OFFRIR UN « BEAUTY HEALTHY BRUNCH » ENTRE COPINES, UN MASSAGE OU UNE POSE DE VERNIS KURE BAZAAR.

LES HOMMES NE SONT PAS EN RESTE ET PEUVENT OBTENIR CONSEILS ET DÉTENTE DU CUIR CHEVELU AUTOUR D'UN CAFÉ. LE DESIGN EST CHIC ET SOBRE, DANS LES TONALITÉS MARQUE DE ROUGE ET BLANC. DES VISUELS BOTANIQUES EN MACRO SOULIGNENT LA BASELINE DE CLARINS : « LA SCIENCE, L'EXPÉRIENCE, LES SENS ».

TOUR D'HORIZON DE CE LIEU PORTEUR DE SANTÉ GLOBALE POUR DEMAIN, DONT LE CONCEPT PROMETTEUR SERA CONSOLIDÉ EN 2015.

🇬🇧 A FIRST EVENT OF THIS KIND FOR MAJOR SKINCARE BRANDS IN FRANCE, THE INAUGURATION OF A NEW CONCEPT BY CLARINS HAS SPARKED A BUZZ: THE CLARINS SPA & LUNCH IN LILLE DEFINES THE BRAND'S POSITION IN THE SELECTIVE MARKET BY LINKING NUTRITION WITH SKINCARE. LOCATED IN THE TOWN CENTRE ON RUE NATIONALE, IT IS THE PLACE TO TREAT ONESELF TO A "BEAUTY HEALTHY BRUNCH" WITH SOME FRIENDS, A MASSAGE OR TO A KURE BAZAAR NAIL POLISH APPLICATION. MEN ARE NOT LEFT BEHIND AS THEY CAN ENJOY SKINCARE RECOMMENDATIONS AND RELAXING SCALP TREATMENTS WITH A COFFEE.

THE CHIC AND SIMPLE DESIGN USES THE BRAND'S TONES OF RED AND WHITE WITH MACRO BOTANICAL PICTURES THAT ACCENTUATE THE BRAND'S BASELINE: "SCIENCE, EXPERIENCE, THE SENSES". OVERVIEW OF THE PLACE THAT ENCOURAGES GLOBAL AND PREVENTIVE HEALTH AND WHOSE PROMISING CONCEPT WILL BE FURTHER DEVELOPED IN 2015.



Seul Clarins, n°1 en France des soins haut de gamme, pouvait inventer un tel espace beauté et détente gourmande. L'implication dans ce projet de deux des petites-filles du fondateur de la marque, Jacques Courtin-Clarins, en est la preuve. En effet, Prisca a personnellement contribué à l'élaboration de ce concept moderne où la beauté est abordée de manière globale pour répondre aux exigences multiples des femmes d'aujourd'hui. Un vrai challenge ! Quant à Jenna, c'est elle qui a donné à cet endroit sa signature en blanc majeur ponctué de rouge tonique au travers d'un design contemporain avec toujours ce petit supplément d'âme cher à Clarins.



Jenna et Prisca COURTIN



## 1 LIEU, 3 POSSIBILITÉS

Déclinés sur 300 m<sup>2</sup>, 3 univers différents. Côté lunch : parce que Clarins a toujours fait le lien entre beauté et hygiène de vie, être belle et se sentir bien, c'est tout naturellement que cet espace lunch est né dans le prolongement du Spa. Une carte gourmande, des produits frais et légers, des saveurs délicates, le tout subtilement inspiré du monde végétal de Clarins.

Jus de fruits pressés, plats sains et équilibrés, cette carte a été savamment pensée avec des nutritionnistes pour allier le « diététiquement correct » au plaisir du palais. Cela crée la surprise et fait le buzz, car de nombreuses femmes s'y donnent rendez-vous pour partager repas plaisir du midi (tartares, plats du jour, salades, encas dont Burger Energie et jus détox). Le samedi, un Beauty Brunch à volonté associe conseils beauté, maquillage flash et détente gourmande. Cependant, un « Café Make Up » est possible à toute heure du jour (café / thé + maquillage flash pour 9 euros).

### DECLINÉS SUR 300 M<sup>2</sup>, 3 UNIVERS DIFFÉRENTS : LUNCH – BOUTIQUE – SPA

Côté boutique : tout un mur consacré aux produits Clarins, un linéaire high-tech qui donne envie de tout essayer. Plus de 400 produits de soin et de maquillage sont proposés. On a juste à se laisser guider par un expert-beauté dont les conseils personnalisés seront particulièrement précieux. Pour séduire une clientèle jeune, l'espace Kure Bazaar, la 1<sup>ère</sup> marque de vernis à ongles écologique aux couleurs vibrantes, punchy et pointues, propose une pose de vernis à 5 euros.

Enfin, au fond de l'espace s'étend la partie Spa, à l'écart des regards. Elle est composée de 5 cabines de soin (dont une double et une spéciale épilation pour continger les odeurs de cire, un bon point !), un grand hammam privatif pour 8 personnes, ainsi qu'une douche à affusion, permettant un soin de 30 min très prisé à la sortie des bureaux.

La carte fait la part belle à cet expert des soins du corps au travers de soins Tri-Actifs (protocole en 3 étapes), gommages, modelages, soin maternité, soins spécialistes (Microdermabrasion – aussi pour le visage, LPG Cellu M6, etc.). Les soins visage Tri-Actifs sont présents aussi bien dans l'anti-âge que dans le réconfort ou l'éclat. Les hommes bénéficient bien sûr de leurs propres protocoles visage, dos, cuir chevelu ou corps en entier. A noter que le lieu se privatise pour des séminaires, des réunions de blogueuses, etc.

## HEREDITARY TALENT

Only Clarins, n°1 high-end skincare brand in France, could have invented such a luscious beauty and relaxation space.

The fact that two granddaughters of brand founder Jacques Courtin-Clarins played an important role in the project is certainly proof of that.

Indeed, Prisca personally contributed to the creation of this modern concept with a global approach to beauty that meets the multiple expectations women have today. A real challenge!

As for Jenna, she is the one who gave this space its hall-mark features of white punctuated with invigorating touches of red along with a contemporary design expressing that extra spark of spirit which is so important to Clarins.

## 1 PLACE, 3 POSSIBILITIES

Three different spaces are spread over 300m<sup>2</sup>. As far as the lunch is concerned, because Clarins has always connected beauty with lifestyle, looking beautiful with feeling good, the idea of extending the Spa with a lunch space came naturally. The menu offers a scrumptious array of fresh and light meals, enchanting flavours, all subtly inspired by Clarins' plant world.

Squeezed fruit juices, healthy and balanced meals, this menu was cleverly designed with nutritionists in order to combine the "nutritionally correct" with pleasure for the taste buds. Clients were surprised and the buzz was certainly created as many women meet here over lunch and enjoy a tasty meal (tartares, dishes of the day, salads, snacks including the Energy Burger and detox juices). On Saturdays an eat-as-much-as-you-want Beauty Brunch combines beauty recommendations with express makeup session and scrumptious relaxation. However, a "Makeup Coffee time" is available at all times of the day (coffee/tea + express makeup session for 9 euros).

As for the boutique: an entire wall is dedicated to Clarins products with high-tech display shelving that makes you want to try everything. Over 400 skincare and makeup products are offered. All you need to do is let yourself be guided by a beauty expert whose particularly precious recommendations are tailored to your needs. To captivate a young clientele, the Kure Bazaar space, the 1<sup>st</sup> eco-friendly nail brand with fashionable, vibrant and punchy colours, offers polish applications for 5 euros.

Last, but not least, the Spa space spreads out in the back, a private atmosphere out of sight. Composed of 5 treatment rooms (including one double room and one specifically for waxing services to limit the smell of the wax, very clever!), a large private hammam, that can accommodate up to 8 people and Vichy shower offering a 30-minute treatment that is very popular at the end of workdays.

The treatment menu puts this body therapy expert in the limelight with the Tri-Active treatments (3-stage protocols), body polishes, massages, mother-tô-be treatments and specialised treatments (microdermabrasion – also offered for the face, LPG Cellu M6, etc.). The Tri-Active Facial Treatments are also present with anti-ageing as well as resourcing or radiance treatments. Of course men also have their own face, back, scalp and body treatments to choose from. The space can also be privatised for seminars, blogger meetings, etc.