

emotionSpa Magazine

& Beauty

NOUVEAU

TENDANCES BEAUTY

**LA COSMÉTIQUE
GOURMANDE
DE LA CUISINE À LA CABINE**

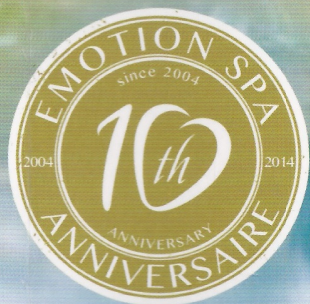
*Foodie Cosmetics
from the kitchen
to the treatment room*

THALASSO EN TUNISIE OÙ EN SOMMES-NOUS?

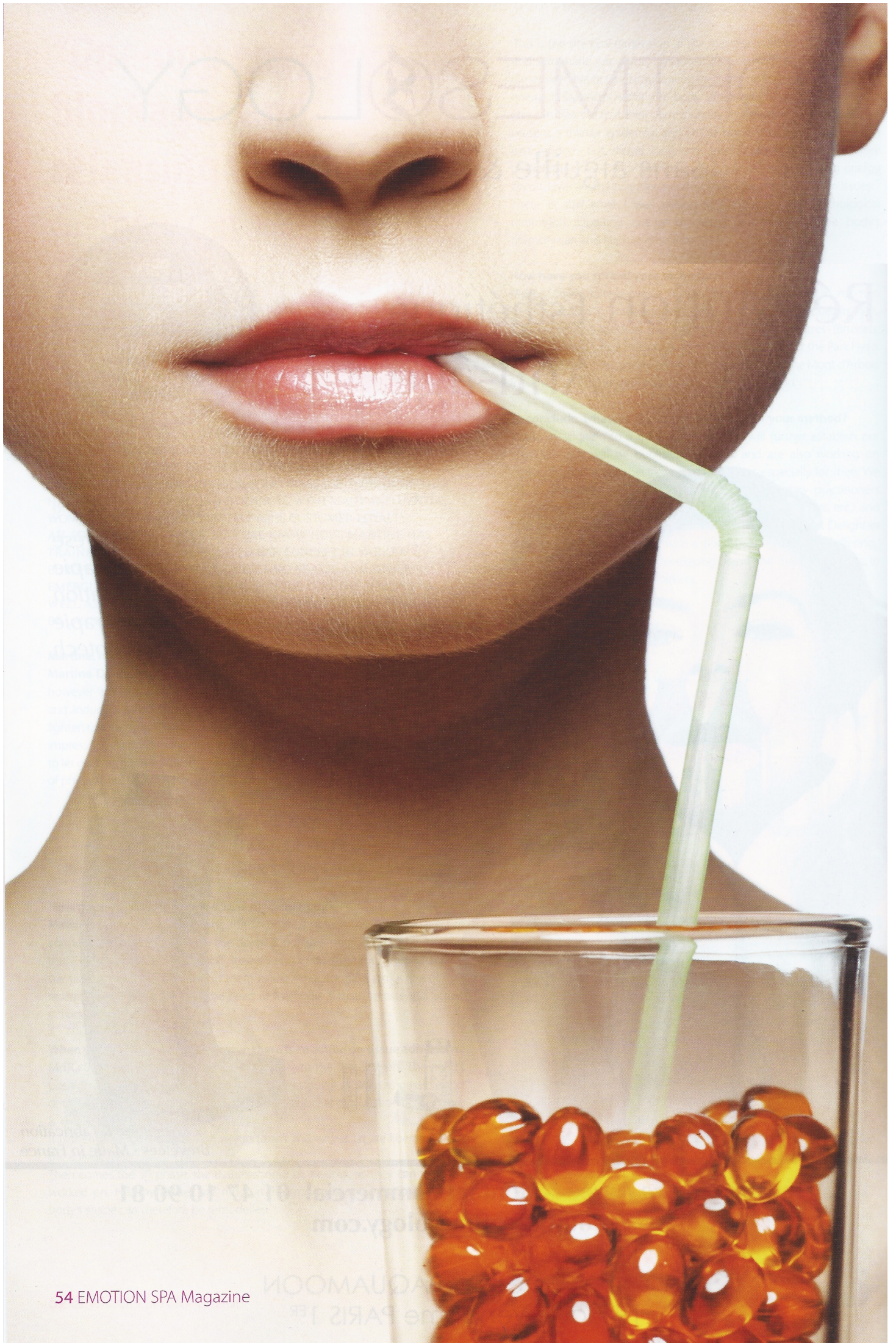
*Thalasso in Tunisia,
The current situation*

DEAUVILLE, 2014 UNE CURE DE JOUVENCE

*Deauville, 2014,
a rejuvenating makeover*



SPÉCIAL HOTELLERS



La cosmétique orale

HISTORIQUEMENT BIEN PLUS ANCRÉS AU JAPON ET DANS LES PAYS ANGLLO-SAXONS QUE CHEZ NOUS, LES COMPLÉMENTS NUTRITIONNELS DE BEAUTÉ SONT NÉS EN FRANCE DANS LES ANNÉES 1980 AVEC OENOBIOL ET QUELQUES MARQUES CONFIDENTIELLES. IL FAUDRA ATTENDRE LES ANNÉES 2000 AVANT QUE LE MARCHÉ FRANÇAIS NE PRENNE SON ESSOR, DYNAMISÉ PAR LE LANCEMENT D'INNEOV (L'ORÉAL-NESTLÉ), D'IMEDEEN, PUIS PAR UNE MULTITUDE D'ACTEURS EN PHARMACIE ET EN GMS.

UN MARCHÉ PORTEUR

Le marché des compléments alimentaires se porte bien (CA 2012 : 1,052 Mds€, +3% / 2011)* et un français sur 2 en consomme. La pharmacie reste le premier circuit de vente en France (60% du poids total). Sans surprise, la minceur arrive en tête de segment tous circuits (23% de PDM), suivie par « tonus et vitalité » (16%) et « bien-être » (11%).

Les consommateurs ayant conscience que la santé est globale (alimentation + sport + sommeil,...), les gélules - dont les compléments de beauté - deviennent intégrées à une routine « soin de soi » à visée forme, anti-âge, etc. « Beauty comes from within » : l'Asie et les USA ont montré l'exemple et continuent avec leurs lancements de « beauty drink » qui s'étendent maintenant jusqu'au Brésil ; ils sont à base essentiellement de collagène et d'acide hyaluronique (ex : Borba, Glowelle). Nombre de marques cosmétiques se sont également lancées en offrant crèmes de soin + compléments alimentaires (Nude, Dr. Perricone, Fushi, Fancl, DHC). Ce que fait Yves Rocher depuis longtemps.

UN FRANÇAIS SUR 2 CONSOMME DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

« Cosmétique orale », « Cosméceutiques », « Nutricosmétiques », tels sont les termes pour désigner ces compléments alimentaires à visée cosmétique. Pourtant, leur présence en Spas et Thalasso thérapies reste faible en France (contrairement aux Spas US). Or, ce sont des endroits idéaux pour sensibiliser les clients aux atouts d'une prise en charge intégrale de leur beauté-santé.

Panorama et tour d'horizon de plusieurs concepts de marques proposés (notons aussi Thalgo et Dietispa, dont nous vous avons parlé dans de précédents numéros).

NUTRICOSMETICS

THE NUTRICOSMETICS MARKET HAS LONG BEEN STRONGER IN JAPAN AND ANGLO-SAXON COUNTRIES THAN IN FRANCE, WHERE THESE PRODUCTS CAUGHT ON DURING THE 80'S WITH THE APPEARANCE OF OENOBIOL AND A FEW OTHER EXCLUSIVE BRANDS. IT WAS ONLY AT THE BEGINNING OF THE MILLENNIUM THAT THE FRENCH MARKET ACHIEVED THE MOMENTUM FOR RAPID DEVELOPMENT, PROPELLED BY THE LAUNCH OF INNEOV (L'OREAL-NESTLE), IMEDEEN AND A MULTITUDE OF MARKET PLAYERS IN PHARMACIES, HYPERMARKETS AND SUPERMARKETS THAT FOLLOWED.

A THRIVING MARKET

The beauty-from-within market is looking good (Sales in 2012: 1.052 billion euros, +3% / 2011)* and 1 out of 2 people in France are consumers. The leading distribution channel in France is the pharmacy (60% of the global volume). Not surprisingly, slimming nutricosmetics is the most popular segment all channels included (23% market share), followed by "tonus and energy" (16%) and "wellbeing" (11%).

Because many consumers are aware of the importance of healthy eating, exercise and sleep for their health, nutritional supplements – including beauty supplements – have become part of a "self-care" routine that targets energy, anti-ageing, etc. "Beauty comes from within": Asia and USA have led the way and continue to do so with the launch of "beauty beverages" that are expanding to Brazil, based for the most part on collagen and hyaluronic acid (ex: Borba, Glowelle).

1 OUT OF 2 PEOPLE TAKE NUTRITIONAL SUPPLEMENTS IN FRANCE

Many cosmetic brands have also tapped into the market with offerings that combine skincare creams with nutritional supplements (Nude, Dr. Perricone, Fushi, Fancl, DHC), as Yves Rocher has been doing for a long time.

"Beauty supplements", "Cosmeceuticals", "Nutricosmetics" are the various names for these cosmetic nutritional supplements. However, their presence in Spas and Thalassotherapy centres remains sparse in France (unlike in the USA). Yet they are the ideal places to increase consumer awareness of the benefits of a global approach to taking care of their beauty and health. Here is an overview and rundown on various concepts of a selection of brands (let's also note Thalgo and Dietispa about whom we talked in past editions).



VISOANSKA



Le concept : Dans le même packaging, beau, original, élégant et inspirant **Visoanska** a développé une formule qui allie un soin topique et des compléments nutritionnels qui induisent simultanément, par une stratégie interne et externe, leur action osmotique à toutes les couches de peau.

De surcroît, fidèle à une éthique de qualité et de transparence, **Visoanska** se concentre sur la recherche de formules de soins avant-gardistes, de cosmétiques exclusifs, qui sont avant tout ... efficaces, sans oublier de les accorder avec les exigences du luxe, de l'écologie et du développement durable.

Les caractéristiques principales : Des gammes de soins bio-intelligents aux performances inégalées. Des formules anti-âge quotidiennes.

Les ingrédients phares : L'association moléculaire idéale de deux polysaccharides extraits d'une fougère géante de Nouvelle Zélande, provoque un effet liftant immédiat. Les Sérilesine™, Aldenine™, ECM-protect™, Kollaren™, Regestri™, ces peptides de synthèse, incorporés aux formules, contribuent activement à la régénération de la peau.

La fibre rouge de baobab, un pourcentage exceptionnel d'agents anti-oxydants 65 fois plus efficaces que la vitamine C, associée à d'autres extraits végétaux parmi les plus riches en polyphénols, en vitamines anti-oxydantes, et en oligo éléments capteurs de radicaux libres : Algues Dunaliella salina et Fucus, polyphénols de pomme, lutéine, sélénium, coenzyme Q10. Les vitamines C et E... pour une action anti-âge endogène, à ce jour inégalée.

Produit pilier : Formule longévité cellulaire - Nuit Topique + Oral, Soins nuit complet pour tout type de peaux, à partir de 35 ans. Régénération de la peau et réparation des dommages cellulaires.

Le garant charismatique : La fondatrice **Elisabeth VISOANSKA** Une inspiration familiale associée à une exigence de prendre soin de sa peau fragile, conduisent Elisabeth à découvrir les soins holistiques ainsi que le secteur médico-pharmaceutique et de la médecine esthétique. Elle crée sa marque en s'entourant des meilleurs spécialistes français en cosmétologie, en biotechnologie, en dermatologie, mais aussi en nutrition.

→ www.visoanska.com



VISOANSKA

🇬🇧 The concept: In identical packaging that is beautiful, original, elegant and inspiring, **Visoanska** has developed a skincare routine that associates a topical treatment with nutritional supplements so that internal and external strategies simultaneously induce an osmotic action to each and every layer of the skin. Moreover, faithful to its commitment to quality and transparency, **Visoanska** focuses its research on avant-garde skincare formulations and exclusive cosmetics that are above all... effective, as well as being true to high standards of luxury, ecology and sustainable development.

The fundamental characteristics: Bio-intelligent skincare ranges offering unequalled performance. Daily anti-ageing formulations.

The main ingredients: The ideal molecular association of two polysaccharides, extracted from a giant New Zealand tree fern, provides an immediate lifting effect.

Serilesine™, Aldenine™, ECM-protect™, Kollaren™, Regestri™ are synthetic peptides that actively contribute to skin regeneration.

The red fibre of the Baobab fruit, exceptionally high in anti-oxidants that are 65 times more effective than Vitamin C, is associated with other plant extracts chosen for their rich content in polyphenols, anti-oxidant vitamins and free radical neutralizing trace elements: Dunaliella salina algae and Fucus, apple polyphenols, lutein, selenium, coenzyme Q10; also, unrivalled to date, Vitamin C and E for their internal anti-ageing action.

Flagship product: CELLULAR LONGEVITY FORMULA – NIGHT Topical + Oral: night care for all skin types, from 35 years old. Skin regeneration and repair of cell damage.

The charismatic guarantor: The founder Elisabeth VISOANSKA Family inspiration combined with the need to take care of fragile skin led Elisabeth to discover holistic treatments as well as the pharmaceutical and cosmetic medicine industries. She created her brand alongside the best French specialists not only in cosmetology, biotechnology and dermatology, but also in nutrition.





[TRIOX]

Le concept : L'association de compléments alimentaires personnalisés avant-gardistes prêts-à-boire et préparés à la demande et d'un conseil ciblé prescrit par un pool d'experts (médecin nutritionniste, kinésithérapeute, esthéticienne, coach sportif, professeur de yoga, etc.).

Les caractéristiques principales : D'une part les doses quotidiennes prêtes à boire, présentées en format de 50 ml ayant pour objectif la beauté, le bien-être ou la minceur et d'autre part, un véritable coaching sur-mesure assuré par le comité scientifique et technique pluridisciplinaire. Ceci est une originalité remarquable et appréciable.

Les ingrédients phares : Les compléments alimentaires [TRIOX] sont constitués de 3 complexes d'actifs : le Complexe Superfruits Antioxydants, auquel sont associés 2 autres complexes en fonction des attentes et profils de chacun. Le Complexe Superfruits Antioxydants, la base des programmes [TRIOX] associant 4 fruits particulièrement concentrés en polyphénols et en vitamine C (açaï, acérola, goji et grenade), ce complexe protège le capital jeunesse en minimisant l'oxydation des cellules. Il constitue la base de tous les programmes personnalisés [TRIOX].

Produit pilier : Ici aucun produit pilier puisque tout est sur-mesure avec des produits sûrs et naturels sans aucun risque de surdosage. Des axes d'action dans la beauté, le bien-être ou la minceur dans des coffrets de cure pour 20 jours ou 2 mois.

Le garant charismatique :

Lionel WOLBERG et Jean-Stéphane ARDOIN

Deux anciens cadres dirigeants ayant fait leur carrière au sein de groupes agro-alimentaires orientés alicaments et nutraceutiques ont créé la société Bod-y en quête de la création de ce type de produit. Cela a conduit à [TRIOX] et à la constitution d'un comité technique et scientifique réunissant le Dr Catherine SERFATY LACROSNIERE, médecin nutritionniste, Matthieu LE CORRE, coach, expert sport-santé, Jocelyne ROLLAND, kinésithérapeute et esthéticienne, Jessica MELLET, professeur de fitness et coach sportive, Géraldine LETHENET, professeur de Yoga, Michel CHRISTMANN, chef étoilé attaché à la cuisine santé.

→ www.mytriox.com

[TRIOX]

🇬🇧 The concept: The association of made-to-measure and avant-garde ready to drink nutraceutical beverages that are prepared on demand with targeted recommendations prescribed by a pool of experts (nutritionist, physiotherapist, beauty therapist, personal trainer, yoga teacher, etc.)

The fundamental characteristics: On the one hand, daily doses of ready-to-drink beverages that are provided in a 50ml format for beauty, wellbeing or slimming programmes. On the other hand a comprehensive and made-to-measure coaching service provided by a scientific and technical committee. This is a remarkable feature that no one will want to miss out on.

The main ingredients: The nutritional supplements [TRIOX] are composed of 3 active ingredient complexes: the Antioxidant Superfruit Complex that is combined with 2 other complexes according to the person's expectations and profile. The Antioxidant Superfruit Complex is the main ingredient of the [TRIOX] programmes and combines 4 fruits that are particularly rich in polyphenols and Vitamin C (acai, acerola, goji berry and pomegranate). This complex protects the youth capital by minimizing oxidative stress that damages the cells. It is the foundation of all the made-to-measure programmes by [TRIOX].

Flagship product: There is none, as here everything is made-to-measure, offering safe and natural products that present no risk of excessive dose. Targeted beauty, wellbeing and slimming actions come in 20-day or 2-month programme packages.

The charismatic guarantors: Lionel WOLBERG and Jean-Stephane ARDOIN Two former executive managers seeking to create this type of product and with careers in food-processing groups specialised in functional foods and nutraceuticals created the company Bod-y. This led to [TRIOX] and the creation of a technical and scientific committee that includes Dr. Catherine SERFATY LACROSNIERE, nutritionist, Matthieu LE CORRE, personal trainer and sports-health expert, Jocelyne ROLLAND, physiotherapist and beauty therapist, Jessica MELLET, fitness trainer and sports coach, Géraldine LETHENET, yoga teacher and Michel CHRISTMANN, Michelin-starred chef and fervent enthusiast for health cuisine.

VALCENA NATURAL ROSE ABSOLUTE

Le concept : L'alliance somptueuse de la science et du plaisir autour d'un ingrédient quasi mythique : la rose ! Le principe étant d'avoir une gamme complète de produits de soins corps et visage, plus une boisson gourmande, l'Elixir de Rose. Tout cela reposant sur la stimulation des mécanismes naturels de protection, de réparation et de renouvellement cellulaire pour maintenir la santé et la jeunesse de la peau.

Les caractéristiques principales : La gourmandise et la somptuosité liées à l'absolue de rose, symbole de la féminité éternelle et de la haute parfumerie, sont la base de toute la gamme. Néanmoins, les produits de soins sont travaillés par une technologie très spécifique afin d'offrir à la cliente des soins efficaces.

Les ingrédients phares : Une technologie à base d'extrait de rose donne une huile concentrée et de qualité exceptionnelle. L'huile de rose Absolue aux vertus apaisantes, hydratantes, et régénératrices est issue de roses cultivées dans la Vallée des Roses cachée entre la chaîne des Balkans et la montagne Sredna Gora.

Produit pilier : Elixir de Rose : boisson faible en calories et aromatique à souhait, est un concentré de tout ce que peuvent apporter les produits et les soins cabine. Nous sommes en présence d'un cheminement vers une beauté épanouie et heureuse.

→ www.valcena.com

VALCENA NATURAL ROSE ABSOLUTE

The concept: A sumptuous alliance of science and pleasure of the senses based on an ingredient that is almost mythical: the rose! A comprehensive range of skincare products for the face and body is completed by a luscious beverage, the Rose Elixir. The principle is based on stimulation of the natural mechanisms that protect, repair and renew cells in order to maintain the skin's health and youth.

The fundamental characteristics: The entire range is based on the luscious and sumptuous rose absolute, a symbol of eternal femininity and luxury perfumery. This does not exclude the fact that the products' formulations use a highly-specific technology to provide clients with effective skincare treatments.

The main ingredients: Technology based on rose extract provides a concentrated oil of exceptional quality. Absolute Rose oil, with soothing, moisturizing and regenerating virtues, comes from roses that are harvested in the Rose Valley, hidden between the Balkan and the Sredna Gora Mountains.

Flagship product: Rose Elixir: low in calories and incredibly tasty, this beverage is a concentrate of everything that professional skincare treatments and products can provide. Here is a true invitation on a journey towards fulfilled and happy beauty.



Mysp@

Le luxe sur Mesure



Découvrez les VOYAGES DU MONDE
créés par Déboraha
Meilleur Ouvrier de France
Esthétique et Maquillage



- Soins Signatures Visage & Corps
- Produit et Soins Enfants
- Ligne professionnelle et revende à base de produits naturels

www.myspaproducts.com

alexis@myspaproducts.com

Tél. : 06.59.40.72.95

Re[IN]force

Le concept : Le 1^{er} produit nutricosmétique créé par le Laboratoire Evo2lution. Il est né du croisement des secteurs de la santé, de la nutrition et de la cosmétique. Véritable complément alimentaire gourmand, il renforce le capital jeunesse, apporte une meilleure hydratation et fermeté à la peau. A noter que la marque vient de faire un partenariat avec Sofitel Accor Thalassa où les ampoules sont à goûter en chambre : une manière astucieuse de se faire connaître et un « win-win » deal pour les 2 acteurs d'une meilleure santé.

Les caractéristiques principales : Il se présente sous forme d'ampoules de 15 ml à prendre en cure de 14 jours minimum. Le produit peut se prendre pur ou dilué selon le goût de chacun. La saveur en est agréable. Allié à une crème adaptée aux besoins de la peau, c'est un programme complet « in & out ».

Les ingrédients phares :

- L'algue *Ascophyllum Nodosum* (900 mg) multiplie par 21 la production de kératinocytes, cellules de la peau, dès la première semaine de cure.
- L'extrait lipidique de blé (30 mg), permet d'accroître l'hydratation de la peau de 23%, d'augmenter de 15% son élasticité et de réduire les rides.
- Un complexe vitaminique et minéral.
- Des polyphénols naturels issus des jus de fruit rouges (antioxydants) de grenades, framboises et myrtilles.

Les garants charismatiques :

Thierry et Kareen de BEAUREPAIRE

Ils portent en eux l'authenticité de leur recherche. Ils sont l'illustration même de la valeur éthique sans complaisance des produits. Ils se sont adjoint des scientifiques de renom afin de les accompagner dans l'élaboration de la gamme : le Dr Philippe BLANCHEMAISON, médecin vasculaire et le Dr Naïma ZERROUK, pharmacien-chercheur à l'université Paris Descartes, Responsable du Master Européen sur « la qualité des produits dermo-cosmétiques ».

→ www.evo2lution.com



Re[IN]force

The concept: The 1st nutricosmeceutic created by Evo2lution Laboratories. Emerging from the mingling of health, nutrition and cosmetic sectors, this tasty nutritional supplement strengthens the skin's youth capital by boosting moisturising and firmness. The brand has just recently joined forces with Sofitel Accor Thalassa. Guests have the pleasure of finding the brand's vials in their room upon arrival: a clever way to increase brand awareness and a win-win deal for both of these 'actors' involved in improving global health.

The fundamental characteristics: The minimum 14-day programme includes 15ml vials that can be taken pure or diluted, according to your preference. The taste is pleasant. Combined with a cream that is adapted to your skin type, it will turn your beauty routine into a comprehensive "inside & out" skincare programme.

The main ingredients:

- *Ascophyllum Nodosum* algae (900 mg), multiplies keratinocyte activity by 21 as early as the first week of treatment.
- Wheat lipid extract (30 mg), boosts skin moisturising by 23%, elasticity by 15% and reduces the appearance of wrinkles.
- A vitamin and mineral complex
- Natural polyphenols from red fruits: pomegranate, raspberries and blueberries with antioxidant properties.

The charismatic guarantors: Thierry and Kareen de BEAUREPAIRE.

They convey the authenticity of their research and perfectly embody the brand's uncompromising ethical values. To accompany the development of their range, they chose to join forces with renowned scientists: Dr Philippe BLANCHEMAISON, vascular doctor and Dr Naïma ZERROUK, pharmacist researcher at Paris Descartes University, in charge of the European Master programme on the "quality of derma-cosmetic products".

*Chiffres publiés par IMS Health, Synadlet et Celtipharm

En conclusion, le marché de la cosmétique orale est promis à un bel avenir en France dans le secteur des Spas et des Thalassothérapies, sous couvert d'avancer de solides preuves scientifiques (au-delà des simples cautions de médecins) et de prouver l'origine naturelle / biologique de ses ingrédients. Un exemple phare en la matière est Glisodine et leurs laboratoires de pointe Isocell. Grâce à l'obtention de plusieurs brevets internationaux (US, Europe, Japon), ils sont devenus des acteurs incontournables dans le domaine du vieillissement et du stress oxydatif, jusqu'à nouer des partenariats avec les meilleurs médecins et médi-Spas américains.



To conclude, the nutricosmetic market is poised to flourish in France in the Spa and Thalasso-therapy sectors, on condition that solid scientific proof is put forward (beyond the simple guarantees stated by doctors) and the natural / organic origin of the ingredients are proven. A leading example is Glisodine and their advanced laboratories Isocell. Thanks to many international patents (USA, Europe, and Japan), they have become key market players in skin ageing and oxidative stress, to such an extent that they have joined forces with the best doctors and medispas in the USA.

Pascale BROUSSE