

Par Aurélie Hermange

# DANDY BOOM

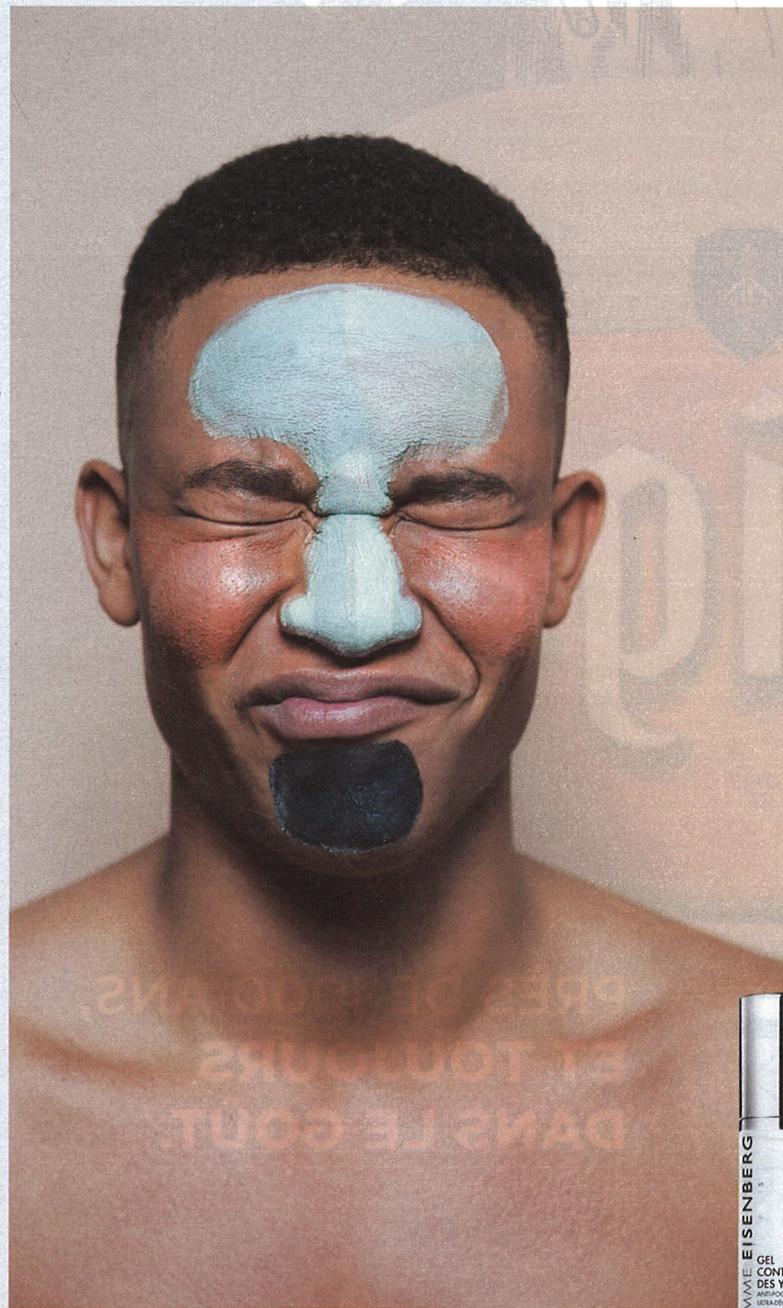
Soins anti-âge, parfums, cheveux : la parité femmes-hommes s'impose en cosmétique. L'homme version 2019, barbu, soigné et capillairement stylé, n'oppose plus beauté et virilité, mais s'approprie l'art du grooming.

## Masculin jusqu'au bout du soin

Selon une étude Statista, les hommes n'étaient que 4 % à utiliser un soin pour le visage en 1990... contre 50 % aujourd'hui. Une évolution particulièrement visible chez les moins de 30 ans, pour lesquels le genre ne constitue plus un obstacle à l'envie de prendre soin de soi : « Les attributs de la beauté sont désormais plus larges, approuve Pascale Brousse, fondatrice de l'agence prospective Trend Sourcing, et même les grandes maisons s'affranchissent des codes. L'année dernière, Chanel a par exemple lancé une gamme de cosmétiques pour hommes baptisée Boy et comprenant un fond de teint, un baume à lèvres et un stylo à sourcils. Une révolution ! »

Une voie empruntée chaque jour par de nouvelles marques, soucieuses de bousculer le marché et de réinventer les soins de beauté pour hommes : « Nous ne cherchons ni à gommer le côté masculin ni à copier les soins utilisés pour femmes, explique Christelle Soro, fondatrice de la marque Térey. L'idée, c'est au contraire de proposer des produits simples à utiliser, parfaitement adaptés à leurs besoins spécifiques dans une routine courte et efficace. »

Même son de cloche chez Horace, la petite marque décalée qui monte : « En tant qu'hommes et consommateurs, on ne se reconnaissait pas dans les offres du marché, se rappelle Marc Briant-Terlet, son cofondateur. D'un côté, on avait une imagerie caricaturale de survirilité avec des égéries joueurs de foot et pilotes de Formule 1 tous pectoraux dehors. Et de l'autre, des marques épurées et confidentielles, mais chères et finalement pas si naturelles. » Il était temps de changer la donne, et la transition s'est amorcée par... la barbe. *(Suite page 186)*



### LA CRÈME DES CRÈMES

Gel contour des yeux, **Eisenberg**, 76,99 € chez Marionnaud.

Huile cheveux et barbe Man, **System Professional**, 24,50 €.

Soin hydratant, **Bulldog**, 8,80 €.

Masque purifiant, **Louie 21**, 50 €.

Sérum jeunesse, **Kos Paris**, 75 €.



## Le sacre de la barbe

L'HOMME NOUVEAU  
SE MONTRE TRÈS EXIGEANT SUR  
LES INGRÉDIENTS DES PRODUITS  
QU'IL ACHÈTE LUI-MÊME

Chez les 25-34 ans, la barbe fleurit sur 9 mentons sur 10\*. Résultat : tandis qu'une cinquantaine d'échoppes de barbier voyaient le jour en Ile-de-France (et qu'une spécialisation « coupe de la barbe » était ajoutée au programme du CAP de coiffure), les soins consacrés à son entretien ont connu un engouement et une croissance sans précédent. « Il y a encore deux ans, le marché n'avait rien à voir avec celui d'aujourd'hui, se souvient Raoul Feldman, cofondateur de Jean Belgueule. La marque est née car je ne trouvais pas de produits pour entretenir ma barbe. Avec mon père, nous avons commencé par créer deux soins spécifiques, et l'idée de produits de soins complémentaires s'est rapidement imposée. Mais nous ne sommes qu'aux prémices du phénomène : l'Observatoire des cosmétiques prévoit que la France va rattraper son retard sur les pays anglo-saxons et que le secteur arrivera à maturité en 2020. » L'homme nouveau se distingue aussi par deux comportements : il achète lui-même ses soins et se montre très exigeant sur leurs ingrédients. « Une attitude naturelle chez les millennials, qui essaient un peu tout et n'ont plus peur d'entrer dans les boutiques, et encore moins d'acheter sur le Net », analyse Raoul Feldman.

### Pragmatisme et vigilance

Si certains utilisent encore les produits de beauté de leur compagne, beaucoup ont pris conscience que leur peau demandait une attention particulière en raison d'une densité différente, d'une production de sébum plus abondante et d'un système pileux plus étendu. Grâce à Internet, plus d'achats honteux ou en cachette, on n'hésite plus à poser des questions : « Nous recevons beaucoup de demandes concernant la naturalité, déclare Christelle Soro, les tests sur les animaux, les pourcentages d'aloë vera, de lavande ou de calendula que nous revendiquons. C'est souvent pointu ! » ■

Aurelia Hermange

\* Etude menée en juin 2018 par OpinionWay pour le lancement du Bic Shave Club.

### ÇA VA FAIRE MÂLE

1. Baume disciplinant pour barbe, **Monsieur D.**, 6,50 €. 2. Shampoing à barbe Bombing Spray, **Jean Belgueule**, 14,50 €.
3. Sérums hydratant **Apot.Care**, 79 €. 4. Nettoyant exfoliant à l'argile **Acumen**, **American Crew**, 13,50 €. 5. Shampoing mentholé, **Redken**, 19 €.
6. Nettoyant visage purifiant, **Horace**, 12 €. 7. Tonique visage, **Térey**, 16,50 €.