

STYLE BEAUTÉ



LA SAISON DU COU

La cosmétique raffole de l'anatomie. Tout y passe, la moindre zone du corps est disséquée dans le but d'offrir le soin adapté. Pour le grand bonheur des « beauty addicts » et des marques. Ces temps-ci, c'est le tour du cou.

Par Johanne Courbatère de Gaudric

En make-up, il y avait les ongles, les sourcils ; en soin c'était la bouche, voire même les dents, les poignées d'amour, les mains ou les pieds. Des exemples parmi d'autres mais qui surfent sur un phénomène qui prend de l'ampleur : le développement de produits cautionnés par des études scientifiques et sociétales sur les grands maux du siècle (obésité, insomnie, pollution ou discrimination sociale...). Ainsi « légitimés » par des chiffres et des analyses, ces soins deviennent un must de la salle de bain. La zone ciblée cette saison ? Le cou.

Tout a commencé en Asie, il y a quelques années. De nombreuses jeunes femmes se plaignent de voir apparaître des rides du « collier », ces rides horizontales qui donnent un plissé disgracieux. Par centaines, elles envoient des clichés de leur cou aux marques de cosmétiques. Parallèlement, les nouveaux appareils connectés induisant de nouveaux comportements, des études circulent comme celle réalisée par le bureau international Millward Brown auprès de 12000 personnes dans 30 pays, France comprise. Et le constat est alarmant : le temps passé sur les smartphones et tablettes frôle 5h30 en France, allant même jusqu'à neuf heures en Indonésie. Sans compter le temps de travail ! Les conséquences sur la santé s'accroissent. La tête penchée sur l'écran provoque des migraines, des douleurs aux cervicales et aux vertèbres. Le tout est baptisé *text-neck syndrom*, le terme « text » faisant référence aux textos et SMS. Outre-Atlantique, un institut médical spécialisé voit même le jour The Text Neck Institute qui offre au passage une appli pour smartphones.

Crème pour le cou, neck cream de Sisley. 112 euros les 50ml.



TL Advanced, crème tenseur visage et cou de Strivectin. 87 euros les 50 ml.



Crème cou et décolleté Orchidée impériale de Guerlain. 299 euros les 75 ml.



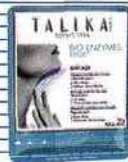
Jeunesse du cou multi-régénérante de Clarins. 70 euros les 50 ml.



Re-nutriv Lifting d'Estée Lauder. 142 euros les 50 ml.



BioEnzymes Mask de Talika. 10 euros le masque.



Naturellement, le monde de la cosmétique s'est emparé du phénomène et s'est intéressé à son impact esthétique. Car pencher la tête fait forcément plisser le cou, ce qui favorise l'apparition des rides précoces et du double menton. Conséquences, les offres de soins se multiplient avec des produits tenseurs et liftant spécialement conçus pour cette zone. « La peau du cou nécessite des soins particuliers car elle est plus fine que celle du visage. Elle est également moins souple car peu fournie en glandes sébacées », dit-on chez Clarins qui compte deux références, la Crème Jeunesse du Cou Multi-Régénérante et le Concentré Décolleté et Cou Multi-Intensive.

GELS STRETCH ET MASQUES TENSEURS

Même combat ailleurs avec la Crème pour le Cou chez Sisley, le soin Re-Nutriv Lifting Intensif Cou et Décolleté d'Estée Lauder, la Crème Tenseur Liftante Visage et Cou chez Strivectin (exclusivité Sephora). Parmi les dernières nouveautés, la Crème Cou et Décolleté Orchidée Impériale de Guerlain, Sublilift Cou & Décolleté de Phyderma et le Bio Enzyme Mask Cou de Talika.

Katalin Berenyi, fondatrice d'Erborian qui lancera son soin dédié début 2016, explique que les initiatives en Asie ne manquent pas d'originalité : ce sont des gels stretch qui retendent l'épiderme pour quelques heures ou mieux, des masques tenseurs en microfibrilles que les femmes mais aussi les hommes maintiennent en place en les accrochant à leurs oreilles... A quand le collier des femmes girafes en soin express? ●