

EN RAYON

LES ROUGES À LÈVRES

Le marché des cosmétiques étant très concurrentiel, il est dynamisé par de nouvelles références qui cherchent à se démarquer. Entre hybridation et innovation, les marques redoublent d'efforts pour séduire les consommatrices.

LE ROUGE BIJOU

Enfin un tube de rouge à lèvres fait pour se montrer ! Christian Louboutin, le célèbre chausseur, bouleverse les codes de la beauté en créant un « rouge à lèvres bijou » qui habillera les lèvres et le cou des femmes. Pour le créateur, l'innovation se cache dans les détails. Inspiré du Proche-Orient et du style Art déco, le fourreau est un clin d'œil aux talons aiguilles de ses escarpins iconiques. Véritable objet de désir, le Rouge Louboutin se décline en 38 teintes et son élégant écrin en trois versions : finitions mate, brillante et écailles.



PHOTOS DR

PHOTO DR
IN Institut National
 du Design Packaging

L'INDP

Expert en conception et en création, l'Institut national du design packaging livre chaque mois le fruit de ses réflexions.
www.indp.net

Cepe
 IAE Poitiers

PAGE RÉALISÉE EN COLLABORATION
 AVEC DIANA LEON ET LYDIE GENTRIG;
 ÉTUDIANTES EN MASTER 2 - MARKETING
 PLURIMÉDIA ET CONSOMMATION
 - PARCOURS DESIGN DE COMMUNICATION
 ET PACKAGING - CEPE ANGOULÊME -
 IAE DE POITIERS (PROMOTION 2016).

ÉCOLOGIQUES & RESPONSABLES

Depuis quelques années, le style de vie « healthy » influence les consommatrices soucieuses de leur santé et de l'avenir de la planète. Les colorants artificiels, les parabènes, les conservateurs ou encore les ingrédients d'origine animale sont interdits dans les rouges à lèvres biologiques, contrairement aux classiques. Certains fabricants affirment leur identité écologique par le biais de packagings rechargeables ou conçus dans des matériaux naturels, tels que le bois ou le kraft. D'autres montrent que les produits bio peuvent aussi avoir un côté glamour et premium, digne des grandes marques.

MULTIFONCTIONS

Quand le rouge à lèvres devient rose à joues... À court de blush, de nombreuses femmes se sont déjà maquillées les joues avec leur rouge à lèvres. Les marques se sont emparées de cette pratique pour créer un nouvel hybride, un produit deux-en-un, à la fois blush et rouge à lèvres. Un moyen pour les consommatrices de gagner du temps, d'alléger leur trousse à maquillage mais aussi de réduire leurs dépenses. Oubliez le rouge à lèvres traditionnel. Pour différencier leur produit, les marques cassent les codes en créant des packagings ludiques et pratiques, adaptés à un double usage.

ORIGINAUX

Le rouge à lèvres se décline aujourd'hui dans des formes plus originales et inattendues ; une volonté de la part des marques de réinventer la gestuelle associée à ce produit de beauté. Si certaines marques jouent la carte de l'élégance, d'autres mettent l'accent sur un aspect plus ludique en empruntant parfois les codes d'autres segments de la cosmétique, comme le maquillage des yeux. Qu'il soit associé à un miroir pour faciliter les retouches express, en forme de feutre, de crayon ou encore liquide, le rouge à lèvres est l'objet d'attentions de la part des marques, qui cherchent à en renouveler les usages afin d'éveiller l'intérêt des consommatrices.



PHOTOS DR