

SPÉCIAL

Par/By Leïla Rochet-Podvin



# Allures californiennes

Au cœur du rêve américain, le style californien

Zoom sur la côte Ouest des États-Unis, symbole du rêve américain et vaste pépinière de la créativité, de l'"Entertainment" et des nouveaux entrepreneurs qui rayonnent désormais à l'international.

Vivier de sociétés *high-tech* telles qu'Apple, Intel ou Google, la Californie est aussi le berceau de marques de cosmétiques qui ont émergé ces dernières années (Benefit, Bare Escentuals, Josie Maran, Perricone MD, Murad) ou de champions du *haircare* (Sebastian, Paul Mitchell, Redken).

Le style californien, c'est avant tout une subtile hybridation associant joie de vivre (*joyful living*), vie saine (*healthy lifestyle*), esprit glamour-bohème (*gipsy glamour*) et écologie (*eco-consciousness*). Largement inspirée par sa situation géographique, la mise en beauté californienne respire le soleil, prend son souffle de la mer et son inspiration de la beauté naturelle des plages. La jeune femme californienne est généralement une "fresh girl" sophistiquée et dont le visage respire la santé.

Zoom sur quelques tendances clés majeures de la beauté américaine, le segment des cheveux, issues de notre dernier dossier spécial Californie.



CLOVER CANYON SS 2014  
SOURCE BEAUTYPRESS

SPECIAL REPORT ON

# California look

At the heart of the American dream: California style

Here is an up-close look at the West Coast of the US, the symbol of the American dream and a huge seedbed of creativity, entertainment and new businessmen whose influence spreads internationally.

The hotbed of high-tech companies such as Apple, Intel and Google, California is also the cradle of the cosmetics brands that have emerged over the past few years (Benefit, Bare Escentuals, Josie Maran, Perricone MD, Murad) and of the champs of hair care (Sebastian, Paul Mitchell, Redken).

California style is, above all, a subtle hybridization combining joyful living, a healthy lifestyle, gipsy glamour and eco-awareness. Largely inspired by its geographical location, the California beauty style has a sunny look, breathes in the coolness of its ocean air and takes inspiration from the natural beauty of the beaches. The young California woman is generally a sophisticated "fresh girl" and radiates health. Here, we zoom onto a few key trends of American beauty in terms of the hair segment, from our last special California report.



DRYBAR – "À LA CARTE SERVICES"

## Coiffeur nouvelle «hair» – Les Blows Bars

Les Californiennes privilégient les coupes de cheveux naturellement maîtrisées au style trop coiffé. Depuis peu, une chaîne de boutiques révolutionne la coiffure aux USA, le concept de "Drybar" qui propose des mises en forme capillaires à la fois rapides et adaptées au *lifestyle* des Américaines. Équipés de wifi, ouverts dès 7h du matin, ces "blowouts" (*brushing*) sont devenus des services beauté aussi incontournables que la manucure ou l'épilation. Et le succès est au rendez-vous; créé en 2010 par Alli Webb, le réseau compte 30 points de vente aux USA et offre ses services à 100 000 *fashionistas* par an. La marque propose également une gamme de produits vendus chez Sephora USA.

Selon le magazine Fortune, qui a classé sa fondatrice à la 33<sup>ème</sup> place des personnes de moins de 40 ans les plus influentes, le chiffre d'affaires de Drybar devrait atteindre 40 millions de dollars cette année.



## Les cheveux aux petits soins – Le «healthy hair»

La révolution alphabétique des marques de soin s'étend désormais aux capillaires. Les BB crèmes et CC crèmes se déclinent dorénavant en mise en beauté de nos chevelures (chez Pantène mais aussi chez Alterna).

D'après Diane Miles, Operating Partner chez TSG Consumer Partners LLC, un fonds d'investissement majeur dans la beauté, «une des grandes tendances du moment sur le marché capillaire est l'inspiration venant du soin ou du maquillage. On note des innovations originales dans le soin du cheveu, démontrant que le consommateur a une vision plus holistique du marché, particulièrement en ce qui concerne les bénéfiques produits». Les exemples les plus flagrants sont les produits capillaires anti-âge, les BB et CC crèmes pour les cheveux, ou les "glaze", sérums raviveurs d'éclat et véritables gloss du cheveu.

Après le "healthy skin", place au "healthy hair".

## Le surf est dans l'air et dans le spray

Lors de la dernière *fashion week* Printemps/Été 2014, une série de coiffures *backstage* s'inspiraient directement des allures sportives des surfeuses. En particulier chez Hilfiger, les silhouettes *sporty* mixaient textiles, néoprènes et cuirs colorés pour une allure aérodynamique. Des produits devenus incontournables, les "Surf Spray" et "Sea Spray" permettent de créer un look "wavy" et de gagner les cheveux grâce à leurs formules saturées en sels marins. Ces produits offrent également un fini mat de surfeur, même aux beautés les plus urbaines. Désormais, ces produits se retrouvent chez Bumble and bumble (Surf Spray), chez Paul Mitchell (Sea Spray) ou chez Drybar (Mai Tai Spritzer Sea Salt Spray).



© Bumble and Bumble

BUMBLE AND BUMBLE - SPRAYCHALK



© Drybar

DRYBAR - MAI TAI SPRITZER

Désormais, ces produits se retrouvent chez Bumble and bumble (Surf Spray), chez Paul Mitchell (Sea Spray) ou chez Drybar (Mai Tai Spritzer Sea Salt Spray).

## Pleins feux sur les reflets colorés – La «Haircure»

Avec le grand retour de la couleur, les tentations colorées sont partout. Après la tendance des manucures et *nail art*, la nouvelle vague est la "haircure", ou le "Hair make-up". Le principe: apporter des touches de couleur à la chevelure. Cette vague colorée se propage désormais de la côte Ouest à la côte Est des États-Unis, et rappelle étrangement le tie & dye, look incontournable de plages comme Venice Beach. La couleur se joue éphémère, à sec, avec des teintes pastel arc-en-ciel, appliquée au mascara (Sultra Hair Color Mascara), à la «craie» (Hair Color Chalk) ou en bombe (Le SprayChalk chez Bumble and bumble). Particulièrement en vogue chez les plus jeunes, le "Hair Chalking" est né dans les soirées branchées, puis s'est étendu aux défilés de la *fashion week*, et s'est rapidement propagé via les réseaux sociaux.



HAIR COLOR CHALK - CARIBBEAN BLUE

## New hair stylists – Blows Bars

Californians favor naturally controlled haircuts over too much styling. Very recently, a hair salon chain has begun revolutionizing hairstyling in the US. It's the "Drybar" concept, offering quick hairstyling, adapted to American women's lifestyle. Equipped with WiFi and open starting at 7am, these "blowout" beauty services have become as essential as manicures or waxing. And success has followed; started in 2010 by Alli Webb, the network counts 30 sales points in the US and offers services to 100,000 fashionistas per year. The brand also offers a product range sold at Sephora USA.

According to Fortune magazine, which ranked its founder 33rd among the most influential people under age 40, Drybar's sales figures are expected to reach \$40 million this year.



DRYBAR - LE COSMO

PANTENE BB CRÈME



## Precious care of the hair- Healthy hair

The alphabetical revolution of skincare brands has now extended to hair care. The BB and CC creams now come in beautifying versions for our hair (at Pantene and at Alterna).

According to Diane Miles, Operating Partner at TSG Consumer Partners LLC, a major investment fund in beauty, "One of the most exciting trends we have seen in the hair market is the inspiration coming from skincare. We have seen interesting innovations in hair care, demonstrating that the consumer now has a more holistic vision when it comes to product benefits." The most flagrant examples are the anti-aging hair products, the BB and CC creams for hair, or the "glazes," serums that revive shine, veritably serving as hair gloss.

First there was healthy skin, now there's healthy hair.

## The surf is in the air and in the spray

During the last Spring/Fall 2014 Fashion Week, a series of backstage hairstyles was directly inspired from the sporty look of surfer women. Particularly at Hilfiger, sporty silhouettes mixed textiles – neoprene and colored leather – for an aerodynamic appeal. Products that have become indispensable, Surf Spray and Sea Spray mean you can create a wavy look and sheath the hair thanks to their formulas saturated in marine salts. These products also offer a surfer's mat finish, even to the most urban beauties. They can be found at Bumble and Bumble (Surf Spray), Paul Mitchell (Sea Spray) and Drybar (Mai Tai Spritzer Sea Salt Spray).

## Spotlight on colored highlights – The "Haircure"

With the major comeback in color, colorful temptations are everywhere. On the heels of the manicure and nail art trends, the new wave is the "haircure," or hair makeup. The idea: give hair touches of color. This colorful wave is now spreading from the West Coast to the East Coast of the US, and strangely recalls the tie-&-dye look that was essential in places such as Venice Beach. The color is temporary, dry, with pastel rainbow shades, applied with mascara (Sultra Hair Color Mascara), chalk (Hair Color Chalk) or with sprays (the SprayChalk at Bumble and Bumble). Particularly popular with the youngest set, hair chalking came out of hipster evening events, then it spread to the fashion week shows and rapidly propagated through social networks.

PAR LEILA ROCHET-PODVIN – FONDATRICE DE / FOUNDER OF  
COSMETICS INSPIRATION & CREATION  
AGENCE DE TENDANCES ET CONSEILS EN INNOVATION BEAUTÉ  
TRENDS AND CONSULTING OFFICE SPECIALIZED IN BEAUTY INNOVATION  
WWW.INSPIRATION-CREATION.COM

