

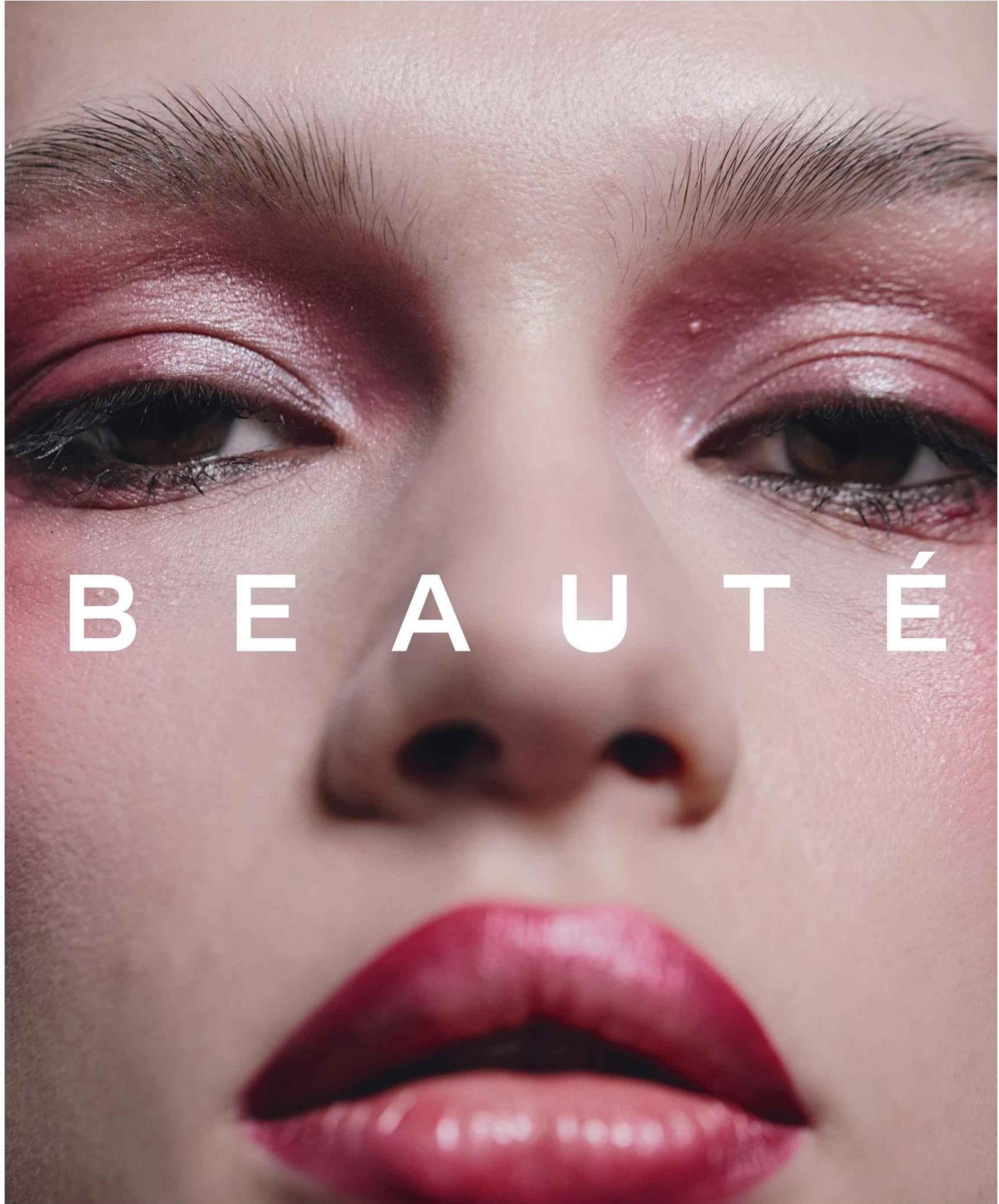


Edition : **Printemps 2024 P.97-100**
Famille du média : **Médias spécialisés**
grand public
Périodicité : **Semestrielle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Mode-Beauté-Bien être**

Journaliste : **MÉLANIE MENDELEWITS**
Nombre de mots : **903**

GUIDE DE HYPE

PHOTO : NADIA RYDER



STYLIST

BEAUTÉ

STYLIST

LA BEAUTÉ PARISIENNE, UNE ESPÈCE MENACÉE ?

Sous l'impulsion des réseaux sociaux et d'une nouvelle génération de beautystas affranchie des diktats, le cliché de la Parisienne s'encanaille et évolue.

PAR MÉLANIE MENDELEWITSCH
PHOTOGRAPHIES EMMA BEDOS @STUDIO.FEROCE
SET DESIGN DAPHNÉE DAVOISE



Sérum, TATA HARPER. Rouge à lèvres, GUERLAIN.

L'évènement aurait été inconcevable il y a quelques années encore. Temple germanopratin de la mode et incarnation intemporelle du charme discret de la bourgeoisie, Le Bon Marché Rive Gauche héberge depuis quelques mois un atelier de piercing imaginé en partenariat avec la marque Maria Tash, à la file d'attente longue comme le bras. Une tendance loin d'être isolée, puisque Aïme, la marque de compléments alimentaires créée par Mathilde Lacombe, accueillait récemment un atelier piercing organisé en partenariat avec la marque de joaillerie Kimai.

Bye bye les beauty babes ?

Uniformisée et intrinsèquement *low profile*, la beauté parisienne telle qu'on l'a toujours connue serait-elle en voie de disparition ? Si les coiffures froissées «saut du lit» assorties de moues boudeuses écarlates continuent d'alimenter les fantasmes beauté outre-Atlantique, on peut légitimement se poser la question en parcourant les plannings réglés comme du papier à musique des instituts Gloss'Up, quartiers généraux du nail art implantés au cœur du Marais et à l'espace Beauty Bar du Printemps. Paillettes, strass, ongles marbrés et hologrammés, french manucures multicolores : ces bars à ongles aux décors girly laissent libre cours à l'inventivité sans limites de leurs clientes, qui n'hésitent plus à s'aventurer hors du vernis carmin longtemps considéré comme le summum de l'élégance. Un art ongulair jusque-là méprisé en France au point de se voir cantonné à la culture hip-hop et à ses égéries noires à la féminité assumée, aujourd'hui arboré fièrement par des Parisiennes de toutes générations.

STYLIST - Guide N°2 - Printemps 24



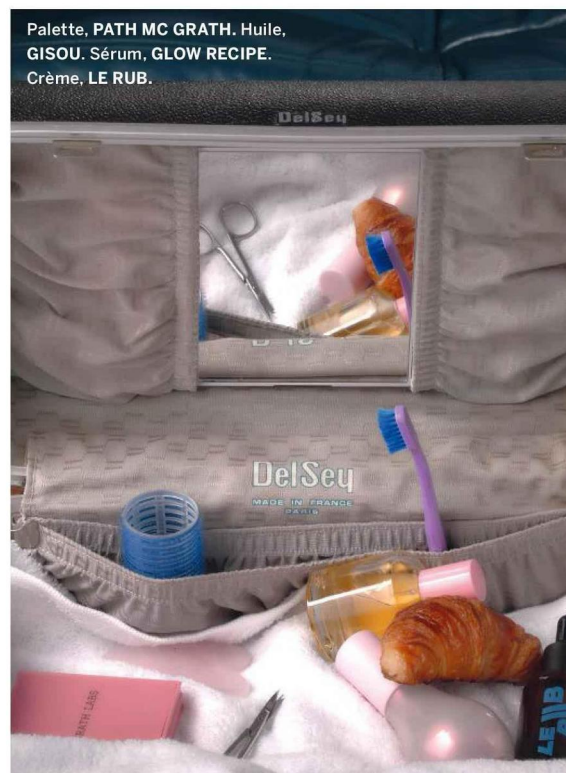
Crème, LANEIGE.
Sérum, GLOW RECIPE.



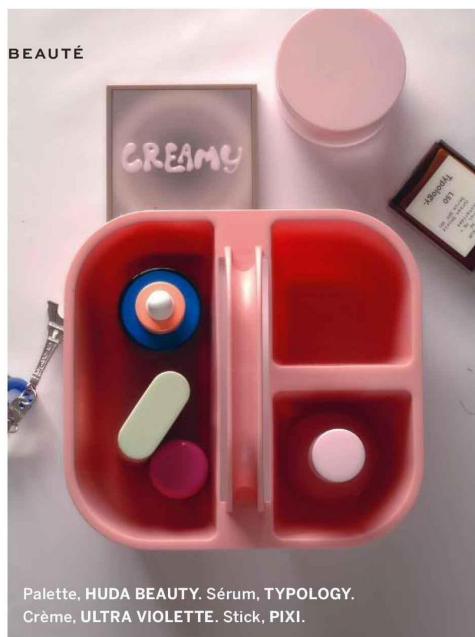
Savon, GUERLAIN. Spray, AESOP. Palette, CHANEL.

À l'instar de la mode et de l'hospitalité, les réseaux sociaux uniformisent l'univers de la beauté, qui s'éloigne peu à peu de son ADN français pour s'ouvrir aux modes virtuelles popularisées par TikTok, de la tendance *mob wife* aux tutos maquillage à rallonge. Effet *Emily in Paris* oblige, de nombreuses voix se sont élevées ces dernières années pour dénoncer la désuétude du culte voué à la Parisienne, idéal de papier glacé peu inclusif et peu représentatif de la diversité des Françaises croisées dans le métro parisien, comme le souligne Brune Ouakrat, responsable de la stratégie de marque chez Peclers Paris: «Paris est une ville incroyablement cosmopolite. Ce mythe de la Parisienne blanche, mince, au rouge à lèvres rouge qui fume des clopes en terrasse est une représentation très réductrice, qui ne satisfait plus. En filigrane, la notion de "bon goût" se voit remise en question, avec un shift considérable sur la question d'authenticité. La jeune génération de consommateurs revendique des identités changeantes et s'affranchit des injonctions à la sobriété, au no make-up, à la routine de soin en 70 étapes qui permet d'avoir une peau parfaite sans maquillage. Des diktats pressurissants et

STYLIST - Guide N°2 - Printemps 24



Palette, PATH MC GRATH. Huile, GISOU. Sérum, GLOW RECIPE.
Crème, LE RUB.



STYLIST

elle continue de faire rêver et les étrangers continuent d'ériger au rang d'icônes les indétrônable Charlotte Gainsbourg, Inès de la Fressange, Catherine Deneuve ou Jeanne Damas, analyse Chloé Arjona, directrice du pôle beauté de l'agence de conseil en stratégie NellyRodi. Mais de nouvelles personnalités émergent et renouvellent les discours, à l'image de Bilal Hassani dans la dernière campagne NYX, qui joue avec les codes et représente une image plus fluide et versatile; ou encore Lena Mahfouf qui se montre sur le vif, au saut du lit et parfois avec des imperfections!»

Autant de raisons d'envoyer balader les idées reçues et les apôtres du bon goût et céder aux sirènes de la coloration rouge bordeaux de Dua Lipa, hit capillaire annoncé de 2024, ou encore d'expérimenter la tendance #VillainMakeup, dernière lubie TikTok en date. Une ode aux héroïnes vénéneuses et sexy de la pop culture, tout en sourcils sculptés, contours des lèvres soulignés et eye-liners graphiques. 5

élitistes, qu'on peut se permettre uniquement quand on appartient à une classe privilégiée. La beauté est l'un des nouveaux terrains de jeux de ces consommateurs et consommatrices qui se positionnent à contre-courant de cette normativité, avec du maquillage et des looks qui reflètent l'affirmation d'une identité, d'un univers.»

Make-up coloré et expérimental

Longtemps cantonné aux seconds rôles au profit du sacro-saint skincare, le maquillage des Parisiennes fait sa révolution: avec des marques comme Charlotte Tilbury, Fenty, Too Faced ou Anastasia Beverly Hills parmi les plus vendues sur le site de Sephora France, l'heure est à davantage d'expérimentation et à un supplément d'audace dans nos troussees à maquillage. Des invitations à la créativité dont se fait d'ailleurs l'écho Violette, make-up artist star et fondatrice de la marque Violette_Fr, symbole s'il en est de la beauté parisienne cuvée 2024.

Longtemps connotées, les extensions capillaires et autres faux cils se réinventent dans des versions plus haut de gamme, à l'image de la success story Lashify, kits d'extensions de cils adoucis par Emma Stone, Salma Hayek, Nicole Kidman ou encore Lupita Nyong'o qui cartonne depuis son arrivée sur le marché français en 2021. Même le grand méchant contouring diabolisé et honni se voit désormais plébiscité par les Parisiennes sous l'impulsion des tutos de Victoria Beckham, meilleure ambassadrice du Contour Stylus issu de sa marque beauté éponyme.

«La Parisienne jouit toujours d'une image forte à l'international,

