

BEAUTY FORUM

FOCUS

**Le soin
des femmes
enceintes**

BUSINESS

**Ventes : nos conseils
pour les booster**

SPA & WELLNESS

Massage : quelle formation ?

DOSSIER

**COSMÉTIQUE GREEN,
UNE TENDANCE DE FOND**

OCTOBRE ROSE ET SOLIDARITÉ : MÊME COMBAT

Parce qu'une femme sur huit risque de développer un cancer du sein, cette année encore, la 27^e campagne de lutte contre le cancer du sein, organisée par l'association Ruban Rose, multiplie les actions d'informations (notamment sur le dépistage précoce) et de sensibilisation en ce mois d'octobre, mais également tout au long de l'année. Fort de sa volonté de venir en aide aux femmes atteintes du cancer du sein et plus généralement aux personnes souffrant de cancers, le secteur de la beauté s'engage à travers de nombreux dispositifs.

Les Laboratoires BIOTIC Phocœa s'engagent pour la lutte contre le cancer du sein, dans le cadre d'« Octobre rose ». BIOTIC élargit sa gamme de couleurs spécifiques à la pigmentation des aréoles mammaires, lance de nouveaux soins post-dermopigmentation et incite les femmes à s'engager à ses côtés dans ce combat. Après avoir subi une lourde opération, certaines d'entre elles se posent la question de la reconstruction mammaire, dernière étape pour retrouver sa féminité. Pourtant, seulement 40 % des femmes auraient recours à cette pratique. Pour aider les femmes à franchir le pas, BIOTIC, en collaboration avec les hôpitaux français, s'attache à démocratiser la dermopigmentation.

Ozalys, marque 100% « Made in France » créée par des femmes pour les femmes touchées par le cancer du sein, propose une gamme cabine associée à des soins esthétiques : huit produits et six soins dans le cadre d'une utilisation en toute sécurité pour les femmes recherchant bien-être et estime de soi après la maladie, mais également pour les esthéticiennes au quotidien dans leur institut. Depuis le mois de septembre, Ozalys a souhaité accompagner les professionnels en contact avec les femmes souffrant d'un cancer et a ouvert un showroom privé, véritable lieu d'échanges et centre de formation. Car prendre soin de soi est primordial et constitue une première victoire sur la maladie.

Édouard Damidot, cofondateur de Vinésime : « Prendre soin des femmes, c'est aussi prendre soin de leur santé. » Durant tout le mois d'octobre, le logo de Vinésime se pare de rose pour soutenir la campagne « Octobre rose ». En l'honneur de toutes les femmes qui se battent contre le cancer du sein, Vinésime se mobilise, à son échelle, en reversant une partie de ses ventes du mois d'octobre au centre Georges François Leclerc (Dijon, région Bourgogne-Franche-Comté). Créé en 1967, il se dédie à la recherche sur le cancer, aux soins et à l'accompagnement des patients, ainsi qu'à la formation des médecins.



Le cancer du sein en 5 chiffres:

1^{er}

cancer chez la femme.

Entre 65
et 74 ans

le risque est maximal.

87%

des patientes sont en vie
5 ans après le diagnostic.

12000

décès dus à cette maladie en 2017.

60000

nouveaux cas diagnostiqués
en France en 2017.

Source: Fondation pour la recherche
médicale.

PASSATION CHEZ Dr. HAUSCHKA

Une page se tourne chez WALA France. Après avoir dirigé, durant plus de 30 ans, la filiale française de WALA, Claudine Reinhard, qui a su hisser Dr. Hauschka au rang des marques majeures du secteur des cosmétiques, a remis les rênes de l'entreprise, en septembre, à Marie-Line Serrier-Deglaire, à l'occasion de son départ à la retraite. La nouvelle directrice générale s'appuie sur une expérience de 15 années dans l'univers des cosmétiques pendant lesquelles elle a occupé différentes fonctions, notamment commerciales et marketing. Très sensible aux questions environnementales, Marie-Line Serrier-Deglaire s'est spécialisée dans le domaine du bio en cosmétique et aura à cœur de faire connaître la qualité et la philosophie de la marque. « Dans un monde en profonde mutation, la singularité de la marque Dr. Hauschka et les valeurs qui animent WALA France sont autant de repères pour un consommateur en quête de qualité et de sens. Notre mission est de le faire savoir », expliquait-elle dans le communiqué de la marque.

Pour en savoir plus, retrouvez la saga Dr. Hauschka dans notre numéro de septembre 2020.

