



7 avril 2015

## Advanced Integrative Care. Quelle place pour la beauté face à la révolution de la santé ?

La santé et le soin de soi deviennent des priorités à l'échelle du monde (« Lifestyle value » N°1 en Chine, clé du bonheur pour 71% des Français [1], etc.). Dans un contexte de scandales sanitaires, alimentaires, de pollution multi sources, la quête du sain devient un graal.

De fait, la santé devient un nouveau marqueur de la beauté (« *Beauty is actually wellness, vibrancy and vitality*, » Dr.Taz, Integrative Medicine, US) et les marques font évoluer leur discours (« *Reveal the glow of health and the flush of youth. Reveal a portrait of radiant health* » Dr.Perricone, MD).



Le continuum de la santé vers la beauté reste à établir. Photo : © Valua Vitaly / shutterstock.com

(Santé + Bien-être + Beauté) est la nouvelle équation du management de soi. Les individus super aware créent des routines de soins globales et paramètrent eux-mêmes bien-être et beauté à 360°, puisant dans le discours des marques, des experts et les conseils des pairs. L'engouement pour le

yoga et la méditation depuis 3 ans l'illustre amplement : cultiver sa paix intérieure est le new motto pour révéler sa beauté profonde.

Au-delà de ce constat de société, la « **Health Tech** » change le rapport au soin et à soi. La révolution du Digital Health va redessiner les frontières de la beauté, de la santé et du bien-être du futur (cette année, un demi-milliard d'humains surveilleront leur santé via une app ou un dispositif connecté » [2]). La prévention augmentée, le « holistic tracking » et la « Mood Tech » sont de mise : les tatoos disent tout de nous (Healthpatch biosensor VitalConnect, mesure pulsations cardiaques, posture du corps, température, etc.), Telspec scanne nos aliments, Baidu en Chine a même conçu des baguettes connectées qui détectent la toxicité des aliments, Physioscan à Alliance Pornic scanne le champ énergétique biochimique des tissus et organes pour un bilan énergétique global. Malin, Nudge croise tous les résultats des trackers fitness et applis santé pour formuler un seul score (à imaginer en beauté ?).

En cosmétique, l'oma a ouvert une nouvelle voie de « radiographie cutanée » grâce à l'exploitation de la technologie de mesure spatiale MEMS, tandis que l'Oreal via Makeup Genius a réussi la prouesse de capter 64 points dynamiques en reconnaissance faciale. Panasonic travaille activement sur un miroir connecté grand public. Le Dr. Denis Lamboley a développé l'application Wellspa pour Clarins, qui coach l'individu par une approche multidimensionnelle : stress, humeur, énergie, nutrition etc. Et délivre des conseils et exercices pratiques (respiration, cohérence cardiaque, etc.). Un bel exemple de marque qui favorise l'accès à la beauté via la santé bien-être.

Enfin, l'essor croisé des GRIN (Génétique / Robotique / Internet / Nanoscience) est une évolution radicale pour la santé. La promesse d'une longévité augmentée se dessine sous la houlette des sciences et biotechnologies. Calico (Google) a l'ambition d'allonger d'au moins 20 ans l'espérance de vie. Le mouvement transhumaniste omni-présent dans la Silicon Valley rêve d'un homme augmenté où maladies, vieillissement et mort seront supprimés.

Face à cette « Health Revolution », cette multitude de solutions technologiques, **le paradigme du soin est à repenser pour ne pas être « dépassé »**. Il s'agit d'étendre les synergies, d'établir le continuum de la santé vers la beauté. Soit, entre autres, de garantir l'innocuité des produits, de re-sensorialiser le rapport à soi, de potentialiser les technologies. De s'appuyer sur le tracking omniscient, sur l'approche prédictive et les data pour formuler une réponse sur-mesure de pointe, garantissant la place et l'action du soin cosmétique, en intégrant une réponse émotionnelle.

Cet article est extrait de l'étude en souscription actuellement disponible : « Advanced Integrative Care » mené par Trend Sourcing.

Plus d'information :

Pascale Brousse  
Trend Sourcing  
[pbrousse@trendsourcing.com](mailto:pbrousse@trendsourcing.com)

## Notes

[1] Etude Nielsen, 2014

[2] Rapport de Research2Guidance

© 2015 – Premium Beauty News – [www.premiumbeautynews.com](http://www.premiumbeautynews.com)  
chargement