

# De la texture nait l'émotion :

Si les consommateurs recherchent des soins efficaces et de qualité, ils sont aussi intraitables sur la sensorialité. Dans un monde où le dernier lancement vient surpasser son concurrent ou son prédécesseur, la course aux émotions tactiles est ouverte : bienvenue dans l'ère du marketing sensoriel.



## ► Moments d'exception : des textures divines

Transporter, faire rêver reste une vocation première de la cosmétique. Pour vivre un moment d'exception, rien de tel que des formules qui vous entraînent dans un voyage sensoriel, une expérience unique, qui glisse un peu de magie dans la vie de tous les jours. Pour accéder au raffinement sensoriel, une recette incontournable : sélectionner le bon émulsionnant et bien l'entourer.

## >> À TESTER POUR S'EN PERSUADER

### Cocoon Deluxe SC2002

Créé pour envelopper la peau de confort et

de douceur, ce beurre-crème onctueux est basé sur l'association d'Emulium® Delta, émulsionnant à la personnalité sensorielle affirmée dans la douceur, et de Lipocire® A, agent de texture au toucher sublime et raffiné qui fond littéralement sur la peau (point de fusion proche de la température cutanée).

### Silky Lotion ALE3436

Elégante et brillante, cette formule fluide laisse sur la peau un sentiment évanescent. Émulsionnant sensoriel fondant, Emulium® 22 apporte à cette texture toute sa finesse et sa légèreté. Application plaisir garantie.

## ► Se sentir unique : la texture sur-mesure

S'affirmer, être libre d'exprimer son individualité, se sentir unique... N'est-ce pas là le vrai luxe ?

Aujourd'hui, chacun peut créer un parfum qui lui ressemble, personnaliser une formule avec les actifs *ad hoc*. Et si ce concept de « Beauté individuelle » se déclinait côté texture ?

Qui n'a pas rêvé de moduler la texture de

# soins à sensations by Gattefossé

son produit préféré selon son humeur, la météo, l'état de sa peau ?

Grâce à la technologie D-Phase et les Surcroesters Surrhlope®, tout est possible. Il suffit d'un gel précieux (le gel D-Phase, huileux, riche et transparent) dilué à l'envi avec un gel aqueux (plus ou moins viscosé) pour transformer le tout en émulsion personnalisée. Fluide, lait, crème épaisse... la texture sur mesure prend vie.

À décliner en coffret (un gel huileux + une palette de fioles de gels aqueux), en soin à la texture auto-ajustable (packaging permettant un mélange des deux phases réglable par la consommatrice), en mini-distributeur à textures dans les hôtels, spas ou salles de bains de luxe !

## ► Émotions et nature : l'accord parfait

Si par le passé, la sensorialité des produits bio et naturels n'était pas à la hauteur de celle des cosmétiques traditionnels, aujourd'hui, il leur est tout à fait possible de jouer la carte de l'élégance et du raffinement. Ingrédients naturels

plus travaillés, associations sophistiquées : plaisir et naturalité sont enfin réconciliés !

## >> À TESTER POUR S'EN PERSUADER

### Sublime Cushion Cream JB2414

Parfaite pour dorloter les peaux sèches et sensibles, cette crème luxueuse est obtenue par une association Emulium® Kappa/Lipocire™ A. Le contraste entre sa texture coussin moelleuse confortable et sa rapidité d'absorption surprend les sens. Naturelle, douce et fondante, elle laisse sur la peau un film protecteur discret.

### Light'n'Luxurious MM8773

Ce lait ivoire semi-fluide frais et léger étonne par sa sensorialité et son effet hydratant intense. Son secret ? Hydracire® S, un complexe de cires végétales hydrophilisées, qui apporte à la formule structure et confort longue durée, tout en « activant » la texture de ses propriétés hydratantes.

Compléments d'informations et autres exemples de soins d'exception, empreints de luxe et de raffinement sur [www.addiactive.com](http://www.addiactive.com)



## Emo-marketing

60% de l'acte d'achat est dicté par les émotions engendrées par une marque ou un produit. Et ce chiffre croît sans cesse : une réponse naturelle du consommateur, noyé dans une offre « produits » pléthorique, perdu dans un environnement de plus en plus virtuel. L'expérience émotionnelle et sensorielle démarque, réconforte. Fini la consommation rationnelle, un produit n'est plus plébiscité pour ses qualités fonctionnelles mais pour le « déclic émotionnel » provoqué. Phénomène d'autant plus marqué pour les parfums et cosmétiques. Alors place au marketing émotionnel : l'emo-marketing, qui fait la part belle aux cinq sens et à la polysensorialité.

60% of the act of purchase is driven by emotions generated by a brand or a product. And this figure is constantly increasing: a natural response from the consumer, drowned in an overabundant "product" offer lost in a always-increasing virtual world. The sensory and emotional experience differs, comforts. No more rational consumption, a product is no longer popular just because of its functional qualities but because of the "emotional trigger" it caused. The phenomenon is even more pronounced for fragrances and cosmetics. So it's time for emotional marketing: emo-marketing, which gives pride of place to the five senses and polysensoriality.

## From texture springs emotion by Gattefossé



*If consumers are looking for efficient and quality care products, they are also uncompromising, on sensoriality. In a world where the latest launch will surpass its competitor or its predecessor, the race for tactile emotions is on: welcome to the era of sensory marketing.*

## ► Unique moments: divine textures

To carry away, to enchant people, remains for Cosmetics the first purpose. To experience a special moment, nothing like formulas that will lead you through a sensory journey, a unique experience bringing a little magic into everyday life.

To access sensory refinement, an unavoidable recipe: select the proper emulsifier and surround it properly.

## >> TRY IT TO CONVINCE YOURSELF

### Cocoon Deluxe SC2002

Designed to envelop the skin with comfort and softness, this smooth buttercream is based on a combination of Emulium® Delta, an emulsifier with a strong sensory personality expressed with softness, and Lipocire® A, a texturizing agent with a sublime and refined touch that literally melts on the skin (melting point close to skin temperature).

### Silky Lotion ALE3436

Elegant and shiny, this fluid formula leaves the skin with an evanescent feeling. Melting sensory emulsifier, Emulium® 22 brings to this texture all its fineness and lightness. Pleasure application guaranteed.

## ► Feeling unique : the tailor-made texture

To be assertive, to feel free to express ones individuality, to feel unique... Doesn't that look like sheer luxury? Today, anyone can create a fragrance alike oneself, customize a formula with *ad hoc* active ingredients. What if this «Individual Beauty» concept was declined on the texture side?

Who has never dreamed of modulating the texture of his favorite product according to his mood, the weather forecast, his skin condition?

Thanks to the D-Phase technology and the

Surcroesters Surrhlope®, everything is possible. You just need a precious gel (the D-Phase gel, oily, rich and transparent) diluted at will with an aqueous gel (more or less viscosed) to transform the whole into a customized emulsion. Fluid, milky, thick or creamy... the tailor-made texture comes to life. To present in a box (an oily gel + a palette of vials of aqueous gels), as a skincare with a self-adjusting texture (packaging enabling a combination of two phases adjusted by the consumer), as a mini-distributor for textures in hotels, spas or luxury bathrooms!

## ► Emotions and nature : the perfect harmony

While in the past, the sensoriality of organic and natural products could not compare with that of traditional cosmetics, today, it has become quite possible for them to play the card of elegance and refinement. Better worked natural ingredients, sophisticated combinations: naturalness and pleasure are finally reconciled!

## >> TRY IT TO CONVINCE YOURSELF

### Sublime Cushion Cream JB2414

Perfect to pamper dry and sensitive skins, this luxurious cream is obtained by an combination of Emulium® Kappa/Lipocire™ A. The contrast between its soft comfortable cushion-like texture and speed of absorption surprises the senses. Natural, soft and melting, it leaves on the skin a protective and discrete film.

### Light'n'Luxurious MM8773

This semi-fluid ivory milk fresh and light is astonishing with its sensoriality and its intense moisturizing effect. its secret? Hydracire® S, a complex of hydrophilized vegetable waxes, that provides to the formula structure and long-lasting comfort, while «activating» the texture with its moisturizing properties.

Additional information and further examples of unique skincare products, full of luxury and sophistication at [www.addiactive.com](http://www.addiactive.com)

