



Des contenants soignés jusque dans leur rendu sonore, testé pour être le plus plaisant à nos oreilles

DIRECTION, LA SUISSE

Depuis plus de trente-cinq ans, La Prairie distille dans la ligne Skin Caviar de l'extrait de caviar issu d'eaux fortement minéralisées, pour enrichir la peau de cette incroyable source de vie. Grâce à des procédés minutieux d'extraction, de distillation et de centrifugation, la marque a réussi à en faire un super actif pour la peau aux vertus liftantes et raffermissantes reconnues. Et une ligne de soins complète, hautement désirable, qui se réinvente à chaque nouveauté. La dernière en date, *Skin Caviar Huile de Nuit*, délivre un actif exclusif issu des lipides et du rétinol extraits du caviar pour lisser et régénérer (20 ml, 480 €, la.prairie.com).

Créatrice de soins d'exception depuis plus de trois décennies, la marque Valmont

– spécialiste de la recherche sur le renouvellement cellulaire – intègre dans ses soins opulents de l'or véritable, de l'eau des glaciers suisses comme celui d'Arolla ou encore des œufs d'esturgeons issus d'un élevage éthique situé en Aquitaine. Elle cultive aussi en bio un jardin à Sembrancher, dans le canton du Valais, pour optimiser ses extraits de plantes sélectionnés. « Notre recherche ne connaît aucune limite, tant en matière de compréhension de la peau, de sélection des actifs que de formulation qui peut prendre des années », commente Sophie Guillon, p-dg de Valmont. « Par exemple, pour le coffret anniversaire de notre gamme Elixir, nous avons réussi la prouesse d'intégrer des actifs concentrés à 69 %. » Un magnifique écrin créé pour les 20 ans de la ligne Elixir des Glaciers en édition ultralimitée : trois produits par jour basés sur la chronobiologie (*Sève des Glaciers*, *Source des Glaciers* et *Nectar des Glaciers*) et un coffret arty décoré par Didier Guillon himself, collectionneur d'art contemporain et cofondateur de la marque avec son épouse Sophie. Pour une peau rajeunie doublée d'une incursion dans l'art contemporain (*Cure la Quintessence des Glaciers*, Valmont, 3 500 €, 1 mois de cure, 500 exemplaires dans le monde. Maison

Mais la Suisse, pays roi en matière de cosmétiques luxueux, dispose également d'une

tradition des médispas, où la beauté se mêle à la médecine esthétique et aux bilans de santé. A Genève, par exemple, L. Raphaël, installée dans une incroyable maison de beauté de cinq étages, a gagné ses lettres de noblesse avec ses soins cabine à l'oxygène, dont l'Oxypeel qui combine application de cosmétiques, ultrasons et infusion d'oxygène. S'ouvre d'ailleurs en ce moment un étage dédié aux hommes, qui sembleraient se soucier eux aussi de plus en plus des effets de l'âge... Les soins sont de vrais bijoux, tout comme les produits à utiliser chez soi. En témoigne ce *Masque Royal C Cure*, dont chaque application infuse de la vitamine C à la peau pour éliminer les taches et faire rayonner le visage jour après jour (28 masques, 1 350 €, l-raphael.com).

A Lausanne, mais aussi dans nombre d'hôtels Four Seasons, la marque DrBurgener propose une vision haute couture

du soin qui combine le meilleur des plantes avec le summum de la technologie suisse. Cellules souches, algues de longévité, acide hyaluronique... Les actifs les plus précieux infusent la centaine de produits de la marque. Mais pas que... Pauline Burgener, docteure en biologie moléculaire, a mis au point après cinq ans de recherche une méthode inédite pour évaluer l'état de la peau de ses clientes et leur offrir ainsi des soins 100 % personnalisés. « Nos spécialistes prélèvent des mesures qui sont ensuite analysées dans nos laboratoires par nos médecins anti-âge reconnus. Dix jours plus tard, une prescription ainsi qu'une trousse de cosmétiques sur mesure sont envoyées à l'hôtel partenaire. La personnalisation extrême est la quintessence du luxe », explique Pauline Burgener. La cliente du spa repart avec un incroyable coffret aussi beau qu'un écrin à bijoux précieux (en octobre 2021). Pour en savoir plus : drburgener.com. ➔

En quoi consiste le luxe aujourd'hui ? Même si cette question fait débat, avouons que la période incite moins à se projeter qu'à valoir l'instant présent. Appliquée à la beauté, elle peut être le plaisir narcissique de s'offrir le meilleur pour sa peau avec un soin cosmétique d'exception et pourquoi pas, de faire l'expérience d'une parenthèse enchantée entre les mains expertes dans un lieu hors du temps. Comme pour tout marché, les marques de cosmétiques ont le choix parmi un large éventail pour choisir les composants de leurs produits : collagène, acide hyaluronique, algues, etc. Les lignes premium s'offrent les plus onéreux, sans s'imposer de limite budgétaire, fixant le prix d'un produit seulement une fois la formule trouvée – à l'inverse ce que qui se fait dans les gammes dites plus accessibles. Ces soins capitalisent aussi sur des actifs qui sustent l'imaginaire et mettent en compétition les chercheurs du monde entier dans une quête de performance ultime.

Alors, bien sûr, à formules exceptionnelles, textures exceptionnelles. Huile évanescence, crème soyeuse, sérum fondant, gelée gourmande ont là pour nous faire succomber... Côté plaisir des yeux, les contenants arborent des contours parmi les plus design, avec des teintes de des lignes aussi carénées que celles d'un solide de luxe : du noir laqué, du blanc mat ou satiné, de l'or patiné, de l'argent chromé... Ici, clinquant n'a pas sa place. Même le son des bûchettes fait l'objet de nombreux tests pour être le plus plaisant à nos oreilles. Et oui, ça s'appelle (vrai) luxe... Tour d'horizon.