

Tendances

Des outils 2.0 pour déjouer le temps sans bistouri

La tendance pour lutter contre le vieillissement cutané? Les techniques high-tech et non invasives

Cécile Denayrouse

Dans la lutte contre le vieillissement cutané, les injections de botox, d'acide hyaluronique et coups de bistouri se voient petit à petit relégués au rang d'outils préhistoriques. Ce sont désormais aux mains d'esthéticiennes qui manient radiofréquences, LED ou ultrasons que dames et messieurs abandonnent leurs visages. Ces appareils de haute technologie, non invasifs et aux résultats étonnants se multiplient en Suisse romande. Zoom sur une tendance beauté qui revendique le naturel.

«Dans notre société, une personne qui maîtrise son corps est perçue comme étant performante, capable de contrôler sa vie», explique Marion Braizaz, sociologue spécialiste du rapport au corps et chercheuse associée à l'Université de Genève. Dans ce contexte, certaines pratiques de chirurgie esthétique, comme le lifting par exemple, passent pour une forme de tricherie trop visible. Les gens ont désormais tendance à préférer des processus plus faciles à dissimuler, plus acceptables socialement. La démocratisation est telle que ces thérapies nouvelle génération se déroulent dans des instituts de beauté - espaces par essence dédiés au bien-être - plutôt que dans le secret des cabinets de médecine esthétique.

La radiofréquence contre les rides

Aziza Gillieron, esthéticienne installée à Genève, a pris ce virage technologique depuis quelques mois. Sa baguette magique high-tech se nomme Q-Frequency e+, et derrière ce nom qui fleurit bon la science-fiction se cache un drôle d'engin. «C'est un appareil nouveau, à la fois redoutablement efficace et en accord avec l'air du temps», explique Aziza Gillieron du haut de ses trente ans d'expérience. Aujourd'hui, les clients n'aiment plus l'idée de piqûres car ils savent que c'est un engrenage. Ce sont des gens actifs, qui travaillent. Ils veulent pouvoir retourner au bureau juste après un soin, sans marques inesthétiques sur le visage, et ne souhaitent pas que leur cure de jeunesse se voie trop immédiatement. Ils préfèrent prendre le temps qu'il faut mais exigent des résultats. Et surtout, ils veulent du naturel.» Ce dispositif gomme en quelques séances rides, relâchement cutané, cellulite et fatigue, tout en régénérant les tissus en profondeur.



L'Institut de beauté Blue Marine à Lausanne, à l'instar de quatre autres dans le canton, utilise le système de rajeunissement Q-Frequency e+.

Son arme? Des émissions d'ondes électromagnétiques à très haute fréquence. Les cibles? Aussi bien les ventres flétris que les cuisses ramollos ou les joues défraîchies.

Pour autant, Aziza n'est pas médecin et devenir une magicienne de l'anti-âge ne s'improvise pas. La dame a dû suivre une formation spécifique pour pouvoir utiliser le Q-Frequency e+. Le ballet qu'elle réalise à l'aide de sa machine sur le visage ou le corps de ses clients ne doit rien au hasard. Cercles, lissages, arabesques: chaque mouvement joue un rôle. Ça chauffe légèrement, ça picote gentiment, ça détend agréablement. Et la spécialiste garantit un résultat visible au bout de la première séance: «Ce n'est absolument pas douloureux, contrairement à la chirurgie. Pour convaincre les clients, j'applique le processus sur la moitié du visage seulement, s'amuse-t-elle. La différence saute immédiatement aux yeux».

Une autre technologie s'est installée depuis plus d'un an dans une poignée d'instituts de beauté: la cosmétologie assistée par ordinateur, proposée par CACI International, leader sur le marché, et qui combine microcourants, laser et ultrasons.

Les hommes s'y mettent

L'amélioration de la technologie en matière d'esthétique ne fait pas que des émules dans les rangs féminins. Elle a également poussé les hommes à s'autoriser eux aussi des petits coups de pouce pour contrer les effets du temps. «Ils hésitent moins à recourir à ces pratiques peu stigmatisantes, associées au fait de prendre soin de soi», ajoute Marion Braizaz. Prendre soin de son corps est un processus jugé actif, tandis que la chirurgie passe pour une solution passive.»

Pour achever de convaincre ces messieurs, outre les instituts de beauté et leur

arsenal high-tech, de plus en plus de marques proposent des appareils à utiliser à la maison. Ainsi, le genevois Biolux offre depuis l'an dernier de petits galets portatifs de photomodulation LED à utiliser à domicile. Design et épuré, l'objet se love facilement sur une étagère de salle de bains. À raison de quelques minutes par jour pendant deux mois, ce petit dispositif promet, à choix, des effets anti-inflammatoires, cicatrisants, anti-âge et même anticalvitie. Et là encore, les résultats sont bien réels. «La photomodulation LED est utilisée avec succès depuis des années dans le domaine médical», explique Julie Cousin, *scientist project manager* chez Biolux. Il était logique que les gens veuillent s'approprier cette efficacité pour une utilisation à domicile, plus respectueuse de leur rythme de vie. Les hommes apprécient tout particulièrement cet usage discret, notamment pour lutter contre la calvitie.»

Dans le canton

Q-Frequency e+:

À Lausanne: Institut Blue Marine (avenue de Cour 36, www.blue-marine.ch)

À Lausanne et Montreux: Institut Mandarine (avenue du Léman 36 à Lausanne et avenue des Alpes 33 à Montreux, www.institut-mandarine.com)

À Vevey: N'Joy Institut (rue des Moulins 12, www.institut-njoy.ch)

À Villars-Sainte-Croix: (Croix-du-Péage 1, www.institutjustforyou.ch)

Biolux www.biolux.ch/homecare

Voulez-vous?

Bain de luxe

La marque

Fondée en 1910 et toujours en mains familiales, la maison Zegna cultive l'élégance à l'italienne. Connue surtout pour ses costumes prodigieusement coupés en laine fine (un service sur mesure existe depuis l'an dernier), elle ne vêt que les hommes, mais elle le fait bien! Outre la ligne formelle Ermeneildo Zegna, une ligne couture plus inventive propose des pulls XXL en dégradés de gris et rose ou des vestons à motifs perforés pour cet été, tandis que Z Zegna donne dans le denim et le survêtement. La collection Beachwear date de cet été seulement, parce que, mince, on n'oublie pas la classe, même sur le sable. Il n'est pas interdit de compléter la panoplie avec une serviette assortie ou un sac baluchon, mais attention à ne pas exagérer.

La pièce

Au masculin comme au féminin, le maillot de bain reste un vêtement particulièrement délicat à choisir. Si peu de matière pour tant d'effet... Ce modèle short propose une solution d'élégance sans risque: un imprimé nommé «coup de pinceau» pour l'effet arty, des tons discrets pour homme de goût (existe en rouge ou bleu), une matière innovante et ultralégère pour séchage immédiat... et une pochette étanche pour partir nager avec la clé de son casier. Évidemment, tant de perfection à un prix: 223 francs, mais en même temps le baigneur drape ainsi ses fesses dans une étoffe de grand luxe griffée Zegna. Cette première collection de vêtements de plage propose 67 pièces et plusieurs motifs, ainsi que des slips moulants. Mais franchement, mieux vaut s'en tenir à la forme boxer.



Le designer

La vénérable maison ne donne pas dans l'esbroufe et la chasse aux stars m'as-tu vu. Le talent qui assure l'entier des collections s'appelle Alessandro Sartori et il sait de quoi il parle et ce qu'il dessine. Natif de Trivero, la région où bat le cœur industriel de Zegna, il a baigné dans l'esprit de la marque (perfection, finitions, décontraction) depuis son tout premier stage. À 45 ans, il a quitté l'entreprise pour un autre monument du chic tant aimé dans la botte: le chausseur Berluti, dont il a lancé avec succès la ligne prêt-à-porter. Le voilà revenu à sa maison favorite, où il participe avec élan à une redéfinition de la stratégie: vente en ligne de certains articles saisonniers, esprit plus mode, collections capsules (comme la mode de plage).

La mode

Depuis quelques saisons, le maillot de bain masculin se distancie des coloris hurlants et des motifs psychédéliques de ses origines surfs. Aujourd'hui, il se porte sobre et près du corps et il semble que la question test ultime soit la suivante: le porteriez-vous même sans aucune surface aquatique en vue? Si c'est oui, c'est qu'il ressemble à un short et c'est bingo!

Les repérages de Renata Libal, rédactrice en chef du magazine «encore!»

