



beyond beauty

Paris 2007

Paris, le 2 Octobre 2007

Beauty Challenger Awards 2007

COMMUNIQUÉ
DE PRESSE

LE PRIX des **“BEAUTY CHALLENGER AWARDS 2007”**
AU COURS DE LA SOIRÉE DE GALA ORGANISÉE PAR LE SALON INTERNATIONAL
BEYOND BEAUTY PARIS, DEVANT UN PARTERRE DE 800 INVITÉS...

YESforLOV*

JULIETTE HAS A GUN*

ERBORIAN*

Et le **“coup de cœur du Jury”** a été attribué à
OFFICINA*

Ces Awards, organisés dans le cadre du Beauty Niche Program, récompensent les marques de niche émergentes les plus créatives et innovantes.

Le lauréat se voit offrir un stand gratuit sur l'édition de **Beyond Beauty Paris 2008**, une inscription dans la Beauty Niche Bible, véritable ouvrage de référence qui présente l'ensemble des marques challengers, et une aide à la communication autour de sa marque.

La grande compétition annuelle **“Les Beauty Challenger Awards”** est un véritable tremplin professionnel et une vitrine de la diversité de l'univers de la beauté. Les **“Beauty Challenger Awards”** est la récompense la plus convoitée par les jeunes marques de niche. La compétition est ouverte à toutes les marques émergentes internationales répondant aux critères suivants :

- Chercher une distribution sélective ou alternative
- Présenter un concept différenciant, créatif et innovant
- Etre indépendant d'un groupe.

Les exposants des deux espaces **“ZOOM”** concourent automatiquement en tant que challengers. La compétition reste ouverte à certains exposants de COSMEETING et SPA & INSTITUT qui lancent leur gamme innovante sur **BEYOND BEAUTY PARIS**.

Un **JURY INTERNATIONAL de 35 EXPERTS INTERNATIONAUX**, représentant les noms les plus prestigieux de la distribution et de la presse (Space NK, Bergdorf Goodman, Holt Renfrew, Lane Crawford, Mecca Cosmetics, Luxasia, Printemps, Galeries Lafayette, Sephora, Marionnaud, Douglas, Trianon Palace Spa, Four Seasons Spa, St James & Albany, Spa, Groupe Cosmedias, Version Femina, GCI...)- a évalué le niveau des produits présentés.

Il s'est appuyé sur cinq critères : **Innovation/Différenciation - Cohérence du concept -Qualité de la communication - Texture et parfums (poly-sensorialité) - Esthétisme et praticité (packaging).**

Cette année, **68 dossiers étaient en compétition en provenance de tous les pays du monde.** L'organisation de cette quatrième édition a été pilotée par Valérie Vanier, professionnelle reconnue dans le monde de la parfumerie et de la cosmétique, qui connaît bien les marques de niche. Valérie est secondée par toute l'équipe de Beyond Beauty Paris avec notamment Stéphanie Mignot qui toute l'année fait du «sourcing» international à la recherche de ces nouvelles marques.

Rappelons que cet événement a permis de lancer des marques comme : L'Institut Très Bien (2004), GoSmile (2005) et Crazy Libellule et The Poppies (2006)

Par la mise en place et la pérennité de ces "BEAUTY CHALLENGER AWARDS", les organisateurs de l'EVENEMENT BEYOND BEAUTY PARIS, prouvent encore une fois leur innovation et leur dynamisme en proposant un véritable **TREMPIN** à ces marques et produits émergents sur le marché de la beauté internationale.

Toute l'actualité de BEYOND BEAUTY PARIS

HYPERLINK "<http://www.beyondbeautyparis.com>" www.beyondbeautyparis.com
Itec France : tel : +33 (0) 1 44 69 95 69

Communication Beyond Beauty Paris – Joëlle Nahmany

Tel : +33 (0) 1 44 69 95 69 – email : joelle.nahmany@beyondbeautyparis.com

Relations Presse BEYOND BEAUTY PARIS : MEM COM

France : Nataly Joubert : tél : +33(0) 4 50 09 01 26
International : Mireille Merlé – tél : +33(0) 1 42 70 44 53
contact@memcommunication.com - www.memcommunication.com

Visuels des "Beauty Challenger Awards 2007"
sur simple demande auprès du service de presse

ANNEXE

YESFORLOV

Une marque haut de gamme, un conditionnement innovant, un conseil désinhibé, et une exigence de qualité jamais atteinte dans ce domaine.

De la lingette non-parfumée, à l'huile de massage, du préservatif au kit de cache-cache intime, en passant par le lubrifiant hydratant, le baume réparateur, les vitamines de l'amour... YESforLOVE réinvente l'ensemble des produits liés au plaisir de la peau : soin, protection, jeux partagés. Pour que l'épanouissement, le confort, et l'inventivité de la vie amoureuse portent enfin le même nom : YESforLOV.

JULIETTE HAS A GUN

Une marque signée Romano Ricci, jeune créateur au nom prestigieux. Francis Kurkdjian signe les fragrances et Sylvie de France le design. Une série de cinq parfums romantiques, haut de gamme et moderne, inspirés de... l'héroïne de Shakespeare ! Distribués chez Colette, Printemps, Bon Marché, les parfums de Juliette has a Gun » ouvrent une nouvelle voie Rock et moderne dans l'univers de la parfumerie.

ERBORIAN

Médecine douce de la peau ou l'éclat made in Corée. Une ligne de soins qui apporte le meilleur de l'herboristerie médicinale coréenne dans des textures les plus luxueuses, les plus high-tech, les plus délicieuses. Formules exclusives élaborées dans leur laboratoire coréen, textures délicieusement parfumées, ultrafines et onctueuses à la fois : les crèmes Erborian n'ont rien à envier aux soins les plus luxueux. Délicats et originaux, les packagings sont directement inspirés par l'univers du thé.

OFFICINA

La nature..... dans la peau. La gamme thérapie urbaine de Officina apporte des solutions aux problèmes qu'engendre la vie urbaine : stress, pollution, décalage horaire, insomnie et douleur musculaire, par des produits de la plus haute qualité, des actifs 100% naturels, de culture sauvage à des concentrations offrant un traitement d'une grande efficacité. Officina développe des produits de soins botaniques, formulés à partir d'actifs de plantes et dont les synergies sont étudiées et équilibrées en fonction de leurs bienfaits pour le corps et l'esprit.