



PUREOLOGY

PRÉSERVE LA COULEUR ET LA NATURE

Top départ du lancement par L'Oréal en France puis en Europe de la marque californienne Pureology. Une nouvelle opportunité pour coiffeurs. Et de sérieuses promesses de soin pour les cheveux colorés. Avec une démarche éco responsable.

Il y a 8 ans, à Irvine en Californie, le coiffeur Jim Markham fonde Pureology, répondant à une attente de naturel, de douceur et de longévité de la couleur. Pureology devient rapidement la première marque professionnelle américaine spécialiste du soin pour cheveux colorés. En 2007, elle passe dans le giron de L'Oréal. Pascal Giliberti, directeur de la marque, donne le ton de la campagne de lancement en France : « une couleur longue durée, garantie ou remboursée ! ».

Une marque exclusive pour cheveux colorés

Elle est la seule à proposer des soins ciblés, adaptés à la nature des cheveux colorés. Elle décline en effet trois gammes : pour cheveux fins, pour cheveux secs et pour cheveux très abîmés. Séduit, le coloriste Romain (de **Romain** Colors) est devenu partenaire de la marque. « Contrairement à certains soins, Pureology n'alourdit pas le cheveu, surtout quand il est fin. Elle permet de prolonger le geste du coloriste. » apprécie-t-il. Côté shampooing, l'effet est surprenant : une larme de produit déploie une abondante mousse onctueuse. Ainsi un seul flacon de 300ml permet l'application de 80 shampooings (soit deux fois plus qu'un shampooing ordinaire).



La force du naturel

Les soins sont formulés à base d'extraits botaniques issus de l'agriculture biologique, sans pesticide. Les shampooings sont garantis « zérosulfate ». Les sulfates, responsables de l'affadissement de la couleur sont remplacés par des dérivés de noix de coco, de maïs et de sucre. Enfin les produits ne contiennent aucun ingrédient d'origine animale. Cependant, le socle du Pureology reste l'Antifade Complex. Ce mélange d'anti-oxydants et de filtres UVA/UVB combat les radicaux libres avant même qu'ils n'agissent sur les cheveux.

UNE MARQUE DE PRIX

En 2008, Pureology a été maintes fois récompensée par la presse américaine

- Prix best in beauty catégorie shampooing par Allure magazine
- Meilleure marque capillaire catégorie « choix coiffeur » par behindthechair.com
- Meilleure marque capillaire catégorie « choix professionnels » par American Salon Magazine

Une démarche éco responsable

Matériaux recyclés, encre de soja, utilisation des ressources naturelles dans tous les projets Pureology, la marque joue à fond la carte du développement durable. Elle initie une démarche éco responsable en mettant l'accent sur le tri des déchets, y compris dans sa salle de bain. La cliente rapporte dans le salon son flacon une fois vide et reçoit une remise de deux euros TTC pour son prochain achat. Une corbeille de recyclage sera installée à cet effet dans les salons distributeurs. Le coiffeur renvoie, lui, les bouchons au siège de Pureology France qui lui reverse quatre euros TTC par bouchon.

Alors, réservée aux coiffeurs urbains et aux Bobos ? Pas si sûr. La préservation de l'environnement concerne aujourd'hui tout le monde. Si l'on ajoute une promesse tenue en terme de longévité et de beauté de la couleur, Pureology aura tout bon !

LAURE-EMMANUELLE BONILLA