

LA COLLECTION DES GUIDES CHERRY

Cherry

**SOINS, LUXE ET BEAUTÉ :
LE QUIZ CHERRY**

Un conseil ? Un service ?
01 41 02 01 94
18-22 rue Mozart, 92110 CLICHY



Dans des industries aussi dynamiques que les soins premium, le luxe et la beauté, rester en veille et se former sont évidemment des exigences pour les professionnels du secteur. Ce sont aussi des tâches qui peuvent, à l'occasion, se révéler ardues et laborieuses.

On se souvient tous des mots de Max Jacob adressant ses conseils à un jeune poète : « L'art est un jeu. Tant pis pour celui qui s'en fait un devoir ! » Au-delà de la formule, identifier des tendances clés ou des pratiques exemplaires, trouver l'inspiration pour vos stratégies marketing, de nouveaux concepts produits ou des initiatives éthiques et durables n'a pas vocation à toujours prendre la forme d'un pensum !

Nous avons justement réalisé ce quiz dans cet esprit : ludique, divertissant et instructif. A y regarder de plus près, on se dit même qu'il pourrait servir de point de départ à des discussions avec vos collègues lors d'événements professionnels !

Et pourquoi pas - qui sait ? - être une excellente opportunité d'actualiser vos connaissances sur les innovations technologiques ou les dernières tendances.

Offrez-vous ces quelques minutes de détente.. en toute bonne conscience. Et pour les plus malins : cachez les propositions de réponse !

Bonne chance !

Cherry

1) Quelle marque de luxe est connue pour son emblématique sac Birkin ?

- A) Chanel
- B) Gucci
- C) Hermès
- D) Louis Vuitton

2) Quelle est la principale catégorie de produits vendus par la marque Sephora ?

- A) Vêtements
- B) Maquillage et soins de la peau
- C) Bijoux
- D) Montres

3) Quelle marque de cosmétiques est célèbre pour son slogan « Parce que vous le valez bien ! » (Because You're Worth It) ?

- A) Estée Lauder
- B) L'Oréal
- C) Maybelline
- D) Clinique

4) Quel designer italien est le fondateur de la marque de luxe éponyme connue pour ses motifs baroques et ses imprimés audacieux ?

- A) Valentino
- B) Gianni Versace
- C) Giorgio Armani
- D) Miuccia Prada

5) Quelle est la tendance actuelle des soins de la peau qui met l'accent sur les ingrédients naturels et bio ?

- A) K-beauty
- B) Clean Beauty
- C) Tech-beauty
- D) High-tech skincare

7) Quel est le nom de la technologie révolutionnaire utilisée par certaines marques de luxe pour personnaliser les recommandations de soins de la peau en fonction de l'analyse de la peau du client ?

- A) AI Skin Scan
- B) Smart Mirror
- C) Personalized AI Beauty
- D) SkinGenie

6) Parmi ces quatre marques de luxe, laquelle a récemment lancé une ligne de vêtements entièrement fabriqués à partir de matériaux recyclés ?

- A) Gucci
- B) Dior
- C) Chanel
- D) Louis Vuitton

8) Quelle maison de couture française a collaboré avec la marque de streetwear Supreme en 2017, créant un buzz sans précédent dans le monde de la mode ?

- A) Balenciaga
- B) Louis Vuitton
- C) Yves Saint Laurent
- D) Givenchy

9) Quelle tendance de la beauté met l'accent sur l'inclusion et la diversité, offrant des produits adaptés à un large éventail de teints et de types de peau ?

- A) Inclusive Beauty
- B) Natural Beauty
- C) Minimalist Beauty
- D) Genderless Beauty

10) Quelle maison de couture française a largement intégré la technologie de réalité virtuelle pour enrichir l'expérience d'achat utilisateur, comme la découverte de ses produits ou la possibilité d'essayer des vêtements de manière virtuelle avant de les acheter ?

- A) Balmain
- B) Louis Vuitton
- C) Dior
- D) Givenchy



Solutions

- 1) C-Le sac Birkin, conçu en collaboration avec l'actrice et chanteuse Jane Birkin, est l'un des sacs les plus emblématiques et convoités au monde. Il est fabriqué à la main par des artisans qualifiés et peut prendre jusqu'à 48 heures pour être achevé.
- 2) B-Sephora est une chaîne de magasins spécialisée dans la vente de produits de beauté, y compris le maquillage, les soins de la peau, les soins capillaires et les parfums. Elle propose des produits de marques de luxe et de marques émergentes.
- 3) B-Le slogan 'Because You're Worth It' a été lancé par L'Oréal en 1971. Il est devenu l'un des slogans les plus reconnaissables dans l'industrie de la beauté et incarne l'idée de confiance et d'estime de soi.
- 4) B-Gianni Versace fonde sa maison de couture en 1978. Cette même année, il présente à Milan sa première collection de vêtements féminins. La marque Versace est reconnue pour ses motifs baroques, ses imprimés audacieux et ses vêtements glamours, très avant-gardiste, souvent portés par des célébrités sur les tapis rouges.
- 5) B-La tendance 'Clean Beauty' se concentre sur l'utilisation d'ingrédients naturels, bio et non toxiques. Les produits de cette catégorie évitent les substances chimiques controversées et sont souvent écologiques et durables.
- 6) A-Gucci a lancé plusieurs initiatives pour la durabilité, y compris des collections fabriquées à partir de matériaux recyclés. Tout en s'efforçant de réduire son empreinte environnementale, Gucci s'est toujours montré soucieux de favoriser des pratiques éthiques et, même si des critiques ont pu être émises, ici ou là, sur le suivi au long cours des actions qu'il a engagées, il n'est pas exagéré de le présenter comme l'un des modèles d'économie responsable dans son secteur d'activité.
- 7) B-La technologie 'smart mirror' - littéralement 'miroir intelligent' - désigne toutes formes de technologies avancées appliquées à des miroirs. Equipés de capteurs ou de microcontrôleurs, ils exécutent des logiciels ou des applications personnalisées qui réagissent aux interactions de l'utilisateur.
- 8) B-Le logo final de la marque Supreme - une boîte rouge avec l'inscription 'Supreme' en blanc Futura Heavy Oblique - est en fait directement inspiré d'une affiche de l'artiste conceptuelle américaine Barbara Kruger en faveur de l'avortement légal. Même si ce logo a été utilisé dans le cadre de partenariats avec un certain nombre de marques premium, la collaboration de Supreme avec Louis Vuitton en 2017 a été la plus remarquable dans sa proposition de fusion, géniale et inattendue, de l'univers du luxe avec la culture urbaine.
- 9) A-La tendance 'Inclusive Beauty' se concentre sur la création de produits qui conviennent à tous les types de peau et teints, répondant aux besoins d'une clientèle diversifiée. Lancée par Rihanna en 2017, la marque Fenty Beauty a bouleversé les tendances : la chanteuse, styliste et femme d'affaires révolutionnait les normes de l'industrie des cosmétiques en lançant une gamme intégrant une très vaste palette de teintes (quarante !) qui permettait à toutes de trouver le meilleur match en fonction de sa carnation.
- 10) C-En réalité, plusieurs maisons de couture ont exploré la réalité virtuelle dans l'intention d'améliorer l'expérience client. Balmain et Gucci, notamment. Au printemps-été 2018, Gucci présentait une collection de vêtements virtuels conçus en collaboration avec l'artiste Trevor 'Trouble' Andrew : 'Gucci Hallucination', qui mettait en scène des peintures d'oeuvres classiques dans un contexte immersif et interactif. Si certaines marques proposent des simulations très détaillées de l'apparence et de la texture des vêtements, d'autres se concentrent davantage sur l'immersion globale.

Cherry

Merci !

contact : 01 41 02 01 94 • 18-22 rue Mozart, 92110 CLICHY

