MonBusiness

Lissages brésiliens

MARQUE BLANCHE / BRÉSIL × FRANCE



Du salon à la maison

Comment construire ta première gamme capillaire

Le lissage et son entretien

Chez Ybera, la prestation technique s’accompagne d’une gamme que la cliente peut retrouver après le salon.



L’escova progressiva

Ybera Fashion Gold présente son lissage en plusieurs formats, dont 150 g et 1 kg. Le même catalogue regroupe aussi des kits associant le lissage à un shampooing et à un masque.

Le duo pós-progressiva

Un coffret d’entretien réunit un shampooing de 300 ml et un masque de 250 g. Ces deux produits peuvent être achetés ensemble, indépendamment du produit de lissage.

Une autre voie chez Cadiveu

La marque distingue ses kits salon de ses kits maison. Sa ligne Bye Bye Frizz montre aussi comment proposer un soin anti-frisottis à une cliente qui souhaite garder du mouvement.

Exemples de marques observées au Brésil • Sources 1 et 2

Quel résultat recherche la cliente ?

Les offres françaises observées donnent deux pistes à tester en salon. Elles ne mesurent pas les préférences de toutes les Françaises.



Une longueur plus lisse, un fini brillant

L’Oréal Professionnel France réunit quatre références dans Keratin Alpha Sleek : shampooing disciplinant, masque, soin lissant et sérum de finition. Chaque produit a un rôle facile à montrer.

Des frisottis maîtrisés, des boucles visibles

Franck Provost présente un rituel de soin et de coiffage pour les boucles. En consultation, demande à la cliente quel mouvement elle souhaite conserver après le séchage.

La question à poser en salon

« Quand tu te recoiffes chez toi, qu’aimerais-tu retrouver : des longueurs plus lisses, moins de frisottis ou des boucles mieux dessinées ? » La réponse oriente la sélection et le conseil d’entretien.

Exemples de marques observées en France • Sources 3 et 4

Le lissage professionnel

Une fiche de développement à soumettre au laboratoire brésilien pour ton projet en France.



Le résultat à définir

Demande au partenaire quel changement de forme la formule produit, sur quelles textures il a été observé et après combien de lavages il reste visible. Précise le cas des cheveux colorés ou décolorés.

Le format à demander

Pour un flacon salon, demande un échantillon, le conditionnement proposé et la quantité moyenne par prestation selon la longueur. Fais chiffrer le nombre de prestations sur cette base.

Les éléments à obtenir

Nom de la formule, actif lissant identifié, liste INCI, notice professionnelle et données sur l’usage prévu, y compris à chaud le cas échéant. La durée et les compatibilités annoncées doivent être documentées.

Le duo d’entretien

Deux concepts à développer en premier pour la vente en salon et sur ton site.



Shampooing d’entretien · format cible 250 ml

Imagine une texture fluide, facile à répartir et à rincer. Demande au laboratoire de comparer le toucher et le démêlage après plusieurs lavages sur des mèches ayant reçu le lissage retenu.

Masque disciplinant · format cible 200 ml

Vise une crème qui enrobe les longueurs et se rince facilement. Sur cheveux fins, observe le volume après séchage. Sur cheveux épais, compare la souplesse et la facilité de passage du peigne.

Un coffret facile à expliquer

Sur le coffret, donne un rôle à chaque produit : laver, puis démêler et assouplir. Les contenances sont des propositions de brief à confirmer avec le fabricant.

Le sérum de finition

La troisième référence à tester si les clientes demandent davantage de brillance après le coiffage.



Le geste à montrer

Prévois un flacon-pompe de 30 à 50 ml comme piste de développement. Fais tester le dosage sur cheveux fins et épais en observant le toucher des pointes et le risque de fini gras.

Ce que la photo peut montrer

Photographie une même mèche avant et après application sous la même lumière, avec le même coiffage. Une retouche de brillance fausserait la comparaison.

Comment parler du résultat

Un effet brillant après coiffage et un lissage qui résiste à plusieurs shampooings sont deux promesses différentes. Pour un sérum, revendique uniquement le résultat démontré sur la formule finale.

Valider la formule

Le terme « lissage brésilien » décrit une offre commerciale. Il faut identifier précisément le produit qui sera vendu.



Côté brésilien

Pour un alisante commercialisé au Brésil, vérifie son enregistrement auprès de l’Anvisa. L’agence exclut le formol et le glutaraldéhyde comme actifs lissants. Un simple numéro de dossier ne suffit pas.

Le choix des actifs

Pour ce projet, écarte les offres de lissage à l’acide glyoxylique. Fais également examiner les dérivés glyoxyloyl et les conditions d’exposition par l’évaluateur de sécurité. Une mention « sans formol » ne valide pas la formule.

Avant la vente en France

Identifie la personne responsable dans l’UE. Avec elle, vérifie l’évaluation de sécurité, le dossier d’information produit, la notification CPNP, les mentions en français requises et les preuves des effets annoncés.

Références officielles • Sources 5 et 6

Par où commencer ?

Je lancerais le duo d’entretien en premier et je développerais le produit de lissage avec des salons pilotes.



1. Écouter les salons

Demande à quelques coiffeurs les deux demandes qu’ils entendent le plus, les textures concernées et les produits que leurs clientes rachètent entre deux rendez-vous.

2. Comparer les échantillons

Sur les prototypes d’entretien, fais noter le démêlage, la légèreté et la brillance avec la même grille. Pour le produit technique, fais examiner le dossier avant tout essai professionnel.

3. Fixer la gamme

Retiens le duo s’il convient aux clientes visées. Ajoute le sérum si les essais montrent un intérêt distinct. Présente le lissage professionnel lorsque la formule et son dossier France sont validés.

Sources et repères

Touche un titre pour consulter la source.

1 Ybera • Escova Progressiva

Formats de lissage, kits techniques et duos d’entretien.

2 Cadiveu Professional

Gammes anti-frisottis et distinction salon / maison.

3 L’Oréal Professionnel France

Les quatre références de Keratin Alpha Sleek.

4 Franck Provost France

Offre de soin et de coiffage dédiée aux boucles.

5 Anvisa • Orientações sobre alisantes

Enregistrement brésilien et précautions sur les actifs.

6 Union européenne • Règlement cosmétique

Règlement (CE) nº 1223/2009, notamment articles 4, 10, 11, 13, 19 et 20.

Les visuels illustrent des concepts de gamme. Les marques citées servent de références de marché. Disponibilité et fabrication en marque blanche à confirmer avec tes partenaires.