



Ultra-brillance

C'est quoi? L'huile Super Shine Light Spray, d'Orofluido.
Les points forts? À base d'huiles d'argan, de chypre et de lin, cette huile sèche en spray n'alourdit pas le cheveu. Ce soin décline, d'ailleurs, les mêmes bénéfiques que son aîné l'Elixir Originel, à savoir une brillance reboostée, une fibre protégée et renforcée. Sans alcool ni parabène, l'huile s'applique facilement sur cheveux secs ou humides et ne se rince pas.
Pour quel type de clientèle? Celle qui a le cheveu terne, lourd et particulièrement fin.
Quel prix revente? 18,40 €.

Express

C'est quoi? Le soin Tokio Home, de Tokio Inkarami.
Les points forts? Riche en céramides, en extraits végétaux et en acides gras, ce nouveau soin permet de maintenir une hydratation optimale et de lisser les cuticules durablement. Son principal atout? Aucun temps de pose n'est nécessaire, ce qui permet de prolonger à domicile le service au bac Tokio Inkarami Soins professionnels.
Pour quel type de clientèle? Celle qui a le cheveu terne, abîmé, sans tonus ni vigueur.
Quel prix revente? 30 €.



100 % homme

C'est quoi? La dernière ligne masculine, signée CapiPlante.
Les points forts? La formule, à base d'huiles essentielles de thym, d'eucalyptus, de menthe, est ultra-rafraîchissante et tonifiante. Au programme, un fluide de rasage/après-rasage 2 en 1, une lotion cheveux anti-chute spécial volume, une lotion capillaire purifiante et un gel douche corps et cheveux.
Pour quel type de clientèle? L'homme pressé, qui aime les produits efficaces et faciles à utiliser.
Quel prix revente? Fluide de rasage Aroma ShaveForce 5 : 15 €, Lotion Capital Volume et Lotion Action Fraîcheur : 10 € l'unité; CapiDouche eucalyptus/menthe : 10 €.



Multifonction

C'est quoi? Le Masque spray, créé par Le Bar des Coloristes (nouveau concept couleur de Christophe-Nicolas Biot, installé à Paris).
Les points forts? Quelques pulvérisations avant le brushing suffisent à jouer le 10 en 1. Parmi les promesses, la nutrition, l'hydratation, le démêlage, la protection thermique et couleur, la tenue de coiffage, la brillance et les frisottis disciplinés. Sans rinçage.
Pour quel type de clientèle? Celle qui a le cheveu rêche, sec et qui n'a pas le temps de laisser poser un masque.
Quel prix revente? 20 €.



Spécial kids

C'est quoi? Le gel coiffant Equave, de Revlon Professional.
Les points forts? Spécialement élaboré pour les enfants, ce gel capillaire sans alcool est conçu à base de vitamines B5 et d'extraits de pomme. Du coup, bonne nouvelle... Le produit joue la tenue capillaire, sans dessécher, hydrate et protège la fibre.
Pour quel type de clientèle? Les enfants, graines de fashionistas, qui aiment jouer avec leurs cheveux, comme les grands.
Quel prix revente? 10,20 €.