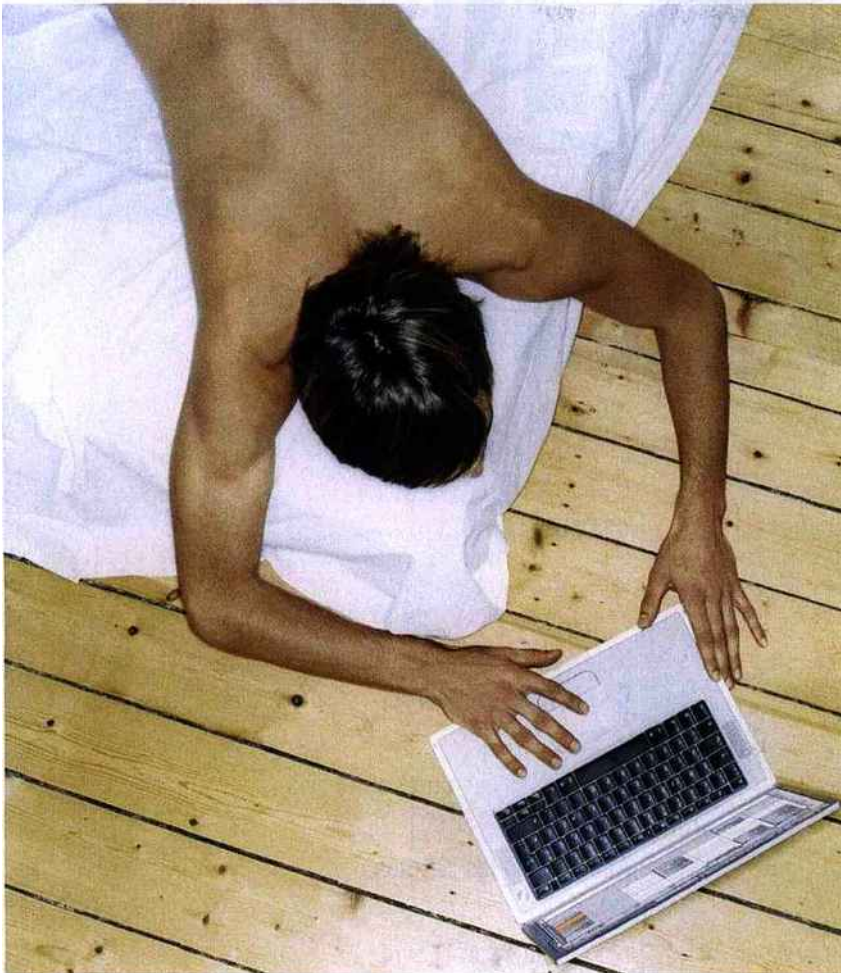


STYLES

Mode Beauté Déco High-Tech



AU BOUT DES DOIGTS

C'est devenu un geste courant, facile et agréable. Internet décuple le plaisir de consommer et si le créneau de la beauté masculine connaît un indéniable essor, les sites dévolus aux hommes restent peu nombreux. C'est pourtant là que les garçons peuvent trouver un choix quasiment illimité, souvent joliment mis en scène. La gamme complète de votre marque préférée est visible et accessible en un clic, alors que les parfumeries ou les pharmacies ne proposent le plus souvent que des extraits, avec trois références sur quinze. Le web exacerbe aussi les envies, quand on croit à tort avoir tout testé. Belle vitrine tentatrice, il flatte nos petits snobismes et nous prive de nos phrases de frimeur, lorsqu'on disait ne porter qu'une mousse à raser vendue exclusivement à New York ou en Papouasie. À la différence des boutiques, où il est parfois difficile de résister aux assauts de vendeurs insistants, on prend le temps

d'hésiter et de lire des argumentaires. S'ils répondent à leur fonction commerciale, ils apportent, de façon moins fantaisiste qu'il y a une décennie, des informations claires sur la composition des produits. Le flippé des parabens, le dingue de formules high-tech ou l'accro aux nouveautés désignées comme des Formule 1, tous trouvent leur bonheur. Mention spéciale à Mademoiselle Bio. Ce site écologiquement correct satisfait même les consommateurs qui se piquent d'achat éthique : le site, avec un classement par tableau, révèle qui minimise les emballages en favorisant, ou pas, le commerce équitable. Vous pourriez donc traîner dans votre bain, le visage recouvert d'un masque au chocolat et expliquer, docte comme un bobo lecteur du *Monde Diplomatique*, que vous luttez pour répartir les richesses, en luttant contre les effets de la pollution sur l'épiderme. Pour certains combats, il est bon d'être avant-gardiste. **Luc Biezza**

NUMÉRO UN

Outre les gammes classiques, le site a déniché des perles World Wild Men, nouvelle marque frenchy et bio, a conçu une ligne efficace, jolie et simple. Le Soin toutes peaux à l'amande douce et au sesame est un bijou. Le site assure aussi le come back de la crème Super Pecs de Nickel et a ouvert un institut accueillant www.comptoirdeihomme.com



SURPRENANT

Le site créé en 2006 est plutôt complet. On y trouve moult marques et les colorations Just for Men (neuf nuances) et ce qui est plus rare, six nuances pour ceux qui refusent d'afficher une barbe grise (14,50 euros). Autre trouvaille exclusive, un rasoir électrique pour « zones intimes » (Mangroover, 34,99 euros) www.mencorner.com



GREEN ATTITUDE

Lancé en 2006, ce site ne propose que du bio certifié (66°30, en exclusivité, Zvonko). Impeccable, l'après-rasage Des Douces Angevines (20,90 euros) respecte les principes de l'herboristerie traditionnelle. Neuf points de vente, dont un dans le Marais, où passer chercher sa commande www.mademoisellebio.com



FOURNI

15000 références, 70 marques. Outre les produits Sephora Men, le beauty shop a mis en ligne ses trouvailles comme Hydra dose (59 euros), super hydratant de Rexaline, basé sur l'acide hyaluronique. Ce soin diffuse aussi du ginseng tonifiant et de la gelée royale. Les peaux qui ne sont plus toute jeune vont adorer www.sephora.fr



POINTU

Un site de passionnés qui motivent leurs points de vue et partagent leurs connaissances du parfum sans snobisme et surtout sans rien vendre. L'actualité des marques et des interviews des grands nez : Serge Lutens, pour son eau, parle d'*«anti-parfum»*, d'*«une pastille Valda sur le Mont Blanc»*. L'essence du style www.osmoz.fr

