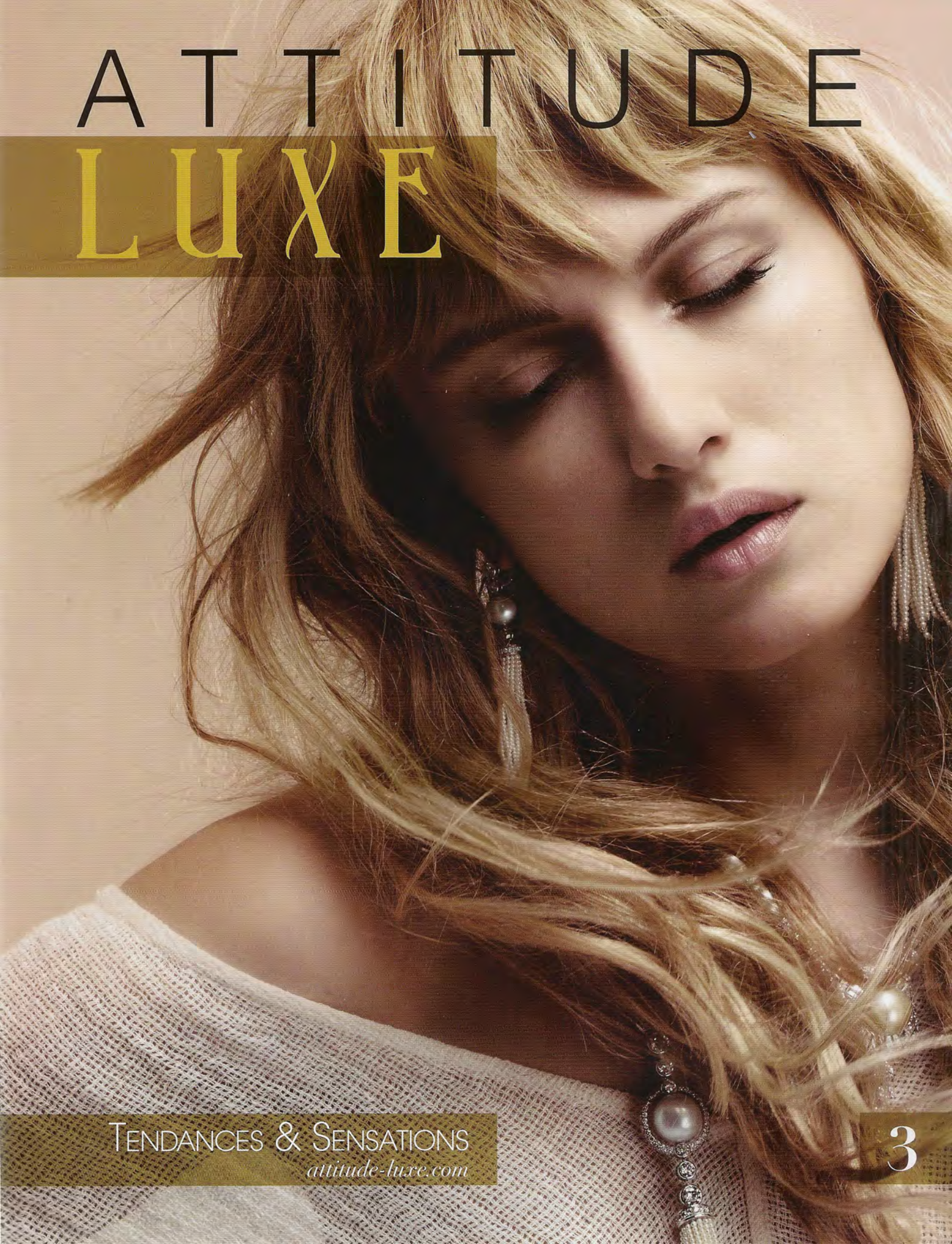
ATTITUDE LUXE



TENDANCES & SENSATIONS

attitude-luxe.com

LES SECRETS D'EVA

Votre peau sublimée par la nacre de Perle bio

Chef d'orchestre des Laboratoires Bimont depuis 10 ans, Bertrand Bimont, scientifique de formation, a d'abord lancé ses recherches avec un laboratoire de pharmacopée chinoise de compléments alimentaires. Est-ce son passé de thérapeute qui lui a donné envie de travailler sur les propriétés cosmé-to-thérapeutiques de la poudre de perle d'eau douce ? Toujours est-il qu'en 2013, il se lance dans une réflexion sur la création de soins externes. Aujourd'hui, plus de 80 personnes travaillent au Laboratoire sur la ligne de produits Perlanesse qui contiennent deux ingrédients majeurs : l'extrait de nacre et le lait d'ânesse bio ; et d'autres ingrédients de dernières technologies.

L'extrait de nacre contribue à reminéraliser, à restructurer et à stimuler le renouvellement cellulaire. Il est idéal pour les soins anti-âge, grâce à sa forte teneur en principes actifs. Bertrand Bimont, ayant la volonté d'avoir un soin multi sensoriel et global, travaille sur le packaging afin qu'il soit beau et sensuel au touché. La sérigraphie en cuivre et la fragrance de fleurs blanches des crèmes sont une réussite.

Lors de l'application, qui est agréable et rapide, ces crèmes n'apportent pas de brillance et séduiront autant les hommes que les femmes. Elles permettent, entre autres, de réduire imperfections et ridules, elles ont une action clarifiante anti taches brunes et anti radicalaire, et apportent éclat du teint et confort.

Le point fort de la marque est d'offrir une efficacité mesurable en 3 temps :

- *effets immédiats subjectifs ;*
- *effets 24 h avec un apport d'hydratation et un effet anti cerne ;*
- *effets 28 jours avec le renouvellement cellulaire.*

Perlanesse. *Creme de nuit divine Shin'Ya.*

Les soins se déclinent en 4 temps

Crème de jour, Contour des Yeux, Sérum, Crème de nuit, qui, tous, portent des noms japonais pour plus de poésie, ce qui traduit le goût avéré de Bertrand Bimont pour la culture asiatique. La Crème de jour sublimatrice porte, elle, le nom si évocateur de Keimi, «chant du coq au réveil». Quant au Contour des Yeux, il porte le nom de Ikken, qui veut dire «Regard», le Sérum de nuit Yume, «Le Rêve», la Crème de nuit Shin'ya, «Dans la nuit».

Enfin, la Crème Prestigieuse, un soin à utiliser 1 à 2 fois par semaine en cure et/ou en masque, porte le nom d'Ishin' «Le Prestige». Cette crème à haute teneur en actifs d'origine naturelle est la dernière création du Laboratoire et offre une formulation des plus novatrice.

Tous ces produits sont labellisés Ecocert bio / Montélimar Rhône-Alpes et certifiés bio charte Cosmébio. ■

www.perlanesse.com

Photo : Mildred Forman

Beauté PROTÉIFORME

Margarita rayonne comme les pétales de la fleur éponyme car sa pureté et sa perfection sont l'image de la vie dont elle est le symbole absolu. Elle surgit – parfaite – de la concrétion fangeuse du coquillage rocailleux – tertre primitif – et confirme le mythe prométhéen. Liée au mystère génital de l'origine, elle est fœtus et Vénus, la perle née du coquillage. Nue, elle est virginité ; percée, elle est ou sera «consommée» et peut alors se porter sur fil d'où, chaîne de vie, elle projette l'unicité des mondes terrestre et céleste par l'aspiration matrimoniale. Elle initie la jeune fille qui, jusqu'au milieu du XXe siècle, ajoute chaque année, patiemment, une nouvelle perle à son collier, offerte par ses aînées.

Photo : Mildred Forman

La rareté et la valeur tant pécuniaires que symboliques des perles tiennent à ce qu'elles sont enfouies dans un mollusque lui-même enfoui au fond des mers où de jeunes hommes plongent au péril fréquent de leur vie -initiation et quête suprêmes- pour les en rapporter. Blanche, crème, grise, noire, dorée, rosée, ronde, goutte, cerclée ou indéfinie, chacune se révèle dans son unicité de forme et de couleur.

Eminemment lunaire, éminemment féminine, rares sont -en Occident- les hommes qui l'ont arborée, souvent au prix d'une générale désapprobation! Le premier fut Pompée qui, vainqueur de Mithridate au premier siècle avant notre ère, rapporta à Rome des monticules de perles avec une partie desquelles il fit faire son portrait, «lui qui n'en porta jamais», s'effarera en se rassurant Pline l'Ancien. Transgression timide de la virilité qui atteint son comble avec Caligula et Néron qui ornent brodequins, sceptres et lits, parmi tant d'autres «vanités féminines» qui trouveront en Henri III, roi de France, un lointain émule des protagonistes de Suétone!

La perle, symbole utérin et de la conception, est-elle donc interdite à l'homme occidental ?

En Orient, promesse de la continuité de la vie dans l'au-delà, elle obstruait, telle une porte, les orifices naturels des défunts après avoir orné leurs oreilles, la vie terrestre durant, leur murmurant les choses de l'éveil et de la spiritualité. Dans l'Evangile, les portes qui commandent l'accès à la Jérusalem céleste sont douze perles et c'est ainsi, par la voie de l'illumination, que la perle rencontre le christianisme, conquiert la parure masculine, cette fois sans soupçon aucun mais pour un temps limité!

Au VIe siècle, l'Empereur byzantin Justinien, dans une moindre mesure que son épouse Théodora, reprend les usages orientaux, perses sassanides notamment, pour les mettre au service de son sacerdoce rénové : à la divinisation des empereurs romains succède le césaropapisme dont la perle devient la marque ostentatoire de la proximité avec le Christ. Costumes, objets liturgiques et regalia -dont la couronne surmontée de perles qui ornera plus tard tous les rois d'Europe- sont, dès lors, enchâssés de perles. Symbole de pureté et de sagesse -donc de rareté- chaque perle, sertie dans de petites arcades de métal précieux, devient l'image d'autant d'édicules terrestres qui démultiplient, tout en la convoquant, l'image de la Jérusalem céleste.

A la Renaissance, la perle retrouve pour quelques siècles encore, sa forte symbolique féminine et les reines d'Occident cousent des milliers de grains – l'unité de masse dans laquelle cette gemme est pesée- sur leur robes d'apparat. Ce succès ne se démentira plus jusqu'à la seconde guerre mondiale.

Les rois dépensent des fortunes dans l'acquisition de perles parfaites, telle la Pérégrina acquise par Philippe II d'Espagne, qui entre dans la légende au point que Verdi lui consacre un ballet où la reine Elisabeth de Valois, personnifiant la mythique gemme, paraît à l'ouverture d'un coquillage géant, à l'instar de Vénus naissante. Les perles dites baroques sont aussi très prisées. Montées en orfèvrerie, ces «dents de chien», comme on les appelle parfois, mordent l'imagination, formant le corps qui d'un redoutable Neptune barbu, qui d'une terrible chimère ou d'une sirène douce et enchanteresse. Elles sont aussi montrées pour elles-mêmes, beautés protéiformes, dans les cabinets de curiosités au programme desquels figurent cornes de licorne –en fait, des rostres de narval–, coquillages exotiques et autres bézoards –des concrétions issues de l'estomac de ruminants…

Au début du siècle dernier, l'aristocratie a déjà transmis ce goût raffiné à la bourgeoisie, et les mers du globe, les rivières des quatre continents déversent des flots ininterrompus de gemmes nacrées. On en admire le lustre, c'est-à-dire la brillance, et l'orient, ces irisations dues à la dispersion de la lumière sur les couches superficielles de la nacre. A ce jeu, les perles de rivière, plus ternes mais plus blanches, le cèdent souvent aux perles venues de la mer. Les semences de perles, minuscules et difficiles à enfiler, sont serties sans perçage ou intégrées aux broderies. Un peu plus grosses, elles sont rassemblées en multiples rangs pour former des colliers bayadères. Les colliers simples se déclinent en ras de cou, choker, princesse, sautoir, opéra et long, selon leur longueur. Les élégantes aiment aussi se parer de soufflures de perles qui sont bien utiles car creuses et légères, pour conclure avec charme les longues aiguilles à chapeaux.

Quant aux hommes, ils ne portent plus de perle, en Occident, depuis la fin de l'Empire byzantin et de sa sphère d'influence vénitienne. Seuls l'Orient indien et l'Orient chinois n'ont jamais cessé de couvrir, littéralement, l'élite mâle de kilogrammes de perles, jusqu'aux révolutions politiques du milieu du XXe siècle. Heureux Maharadjah de Patiala qui put profiter de ses perles jusqu'à sa mort prématurée, à l'âge de 46 ans !

De par le symbole qu'elle véhicule, la perle est fragile et notre monde moderne a eu raison de la reine des gemmes. La perle de culture, développée à l'aube du XXe siècle par le japonais Mikimoto, a permis de forcer les mollusques à produire des matières largement constituées d'un noyau de nacre greffé par la main de l'homme. La disponibilité en perle de culture est devenue contrôlable, en quelques années. Et le monde en fut submergé ! La technique a fait le reste. Au début des années 1970, la production de perles de culture en eau douce a commencé à concurrencer significativement celle en eau de mer. Non par la qualité, mais par la quantité. Ces perles de culture connues sous le nom de Biwa, le lac où elles étaient produites, étaient à l'origine de la taille d'un grain de riz. La pollution ayant bientôt tué les moules des lacs du Japon, la technique a été introduite en Chine où la production de perles de culture rondes et grosses, 20 mm et plus, a radicalement changé le marché mondial, provoquant un effondrement temporaire des prix.

Et puis, le diamant, aidé par le marketing, a supplanté la perle dans le cœur des femmes. En 1969, la Pérégrina faillit être croquée par le toutou de Liz Taylor, le soir même de sa livraison, dans un palace du Nevada… cruel symbole d'une fin de règne.

Aujourd'hui, la perle de culture est une gemme courante grâce à l'infinie production chinoise. Forme et couleur sont relativement maîtrisées, car scientifiquement comprises, entre autres par le type de cellules greffées et par la nourriture apportée aux mollusques. Les techniques de production sont multiples et seule la perle jaune dorée et flamboyante du mélo, un gros escargot de mer, demeure exclusivement fine. **La perle était un don, elle est devenue un produit**. Ainsi distingue-t-on la perle qui, sans autre qualificatif, désigne légalement la perle fine,

Photos : Mildred Fo

c'est-à-dire provoquée naturellement au sein d'un mollusque pêché, de la perle de culture qui est un produit issu de la perliculture.

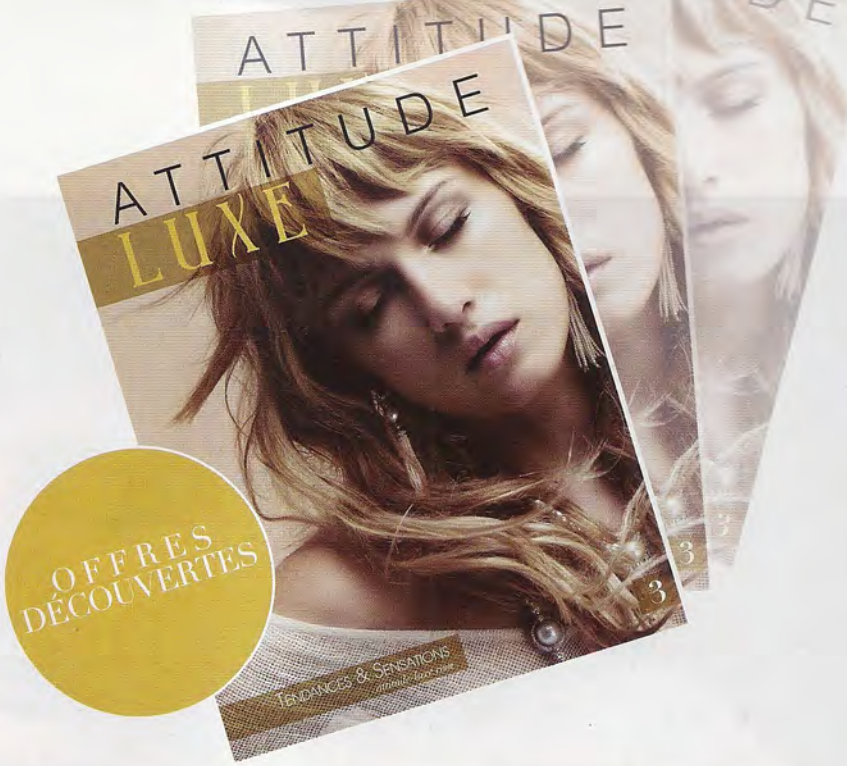
La perle fine est encore pêchée, de manière très confidentielle, dans les pays du Golfe arabique et il y a beaucoup de perles fines anciennes sur le marché de l'occasion dont les prix flambent : ainsi la Pérégrina, sauvée de justesse de la voracité canine, fut récemment vendue 300 fois le prix que l'avait payée Richard Burton. Cela justifie le maintien de l'interdiction de l'usage du mot perle comme terme générique incluant les produits de culture.

Mais, à la rareté naturelle qui faisait de la perle un luxe, a succédé un luxe de production.

Et si l'antique symbole s'est largement essoufflé ces dernières décennies, les fermes perlières des mers du sud et d'Australie, de par leur grande technicité, la préservation de leurs écosystèmes fragiles et un savoir-faire sans cesse amélioré, confèrent à la perle à tout jamais de culture, un caractère luxueux authentique amplement mérité et une symbolique renouvelée, en phase avec les aspirations écologiques du millénaire naissant. ■

Hyacinthe Girasol

Photo : **Mildred Forman**



BULLETIN D'ABONNEMENT

OUI, je souhaite m'abonner à Attitude Luxe et profiter des *OFFRES DÉCOUVERTES*

ABONNEMENT PREMIUM PRO (RÉSERVÉ AUX PROFESSIONNELS)
Magazine papier, accès PC, tablette et smartphone, lecture des articles en ligne, newsletter, accès dossiers pro, tarif privilège aux événements, invitations à des manifestations, dépôt d'offres d'emploi, dépôt de petites annonce et CV, accès aux CV déposés.

☐ 1 an : ~~149 €~~ 119 €
☐ 2 ans : ~~249 €~~ 219 €

ARTISANS, CRÉATEURS SANS SALARIÉS ET ÉTUDIANTS

☐ 1 an : 75 €
☐ 2 ans : 129 €
(sur présentation d'un justificatif)

ABONNEMENT GRAND PUBLIC
Magazine papier, accès PC, tablette et smartphone, newsletter, accès offres d'emploi et dépôt de CV. Offre d'Ateliers & Invitations à des manifestations.

☐ 1 an : ~~79 €~~ 69 €
☐ 2 ans : ~~129 €~~ 109 €

Offres valables uniquement en France métroplitaine.
Pour en savoir plus sur nos abonnements à l'international ou en ligne, rendez-vous sur notre site **www.attitude-luxe.com**

Raison Sociale .....
Prénom ..... Nom .....
Adresse .....
Code postal ..... Ville .....
Tél ..... Mobile .....
Email .....
Date de naissance ..... / ..... / .....

☐ Je souhaite recevoir la Newsletter

Réglement : je joins un chèque à l'ordre des éditions Galatée

Si adresse de facturation différente :
Raison Sociale .....
Nom ..... Prénom .....
Adresse .....
Complément d'adresse .....
Code postal ..... Ville .....

À envoyer dans une enveloppe affranchie à :
Éditions Galatée - 55 rue Lacordaire - 75015 PARIS

Conformément à la loi Informatique et Liberté du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et de suppression de vos données auprès de notre Service Abonnements : Éditions Galatée 55 rue Lacordaire 75015 Paris.