

# Les produits bio préférés des Français en GMS

Un jury de 3 000 consommateurs a testé une sélection de 30 produits bio vendus en grandes et moyennes surfaces, 11 d'entre eux ont reçu la distinction «Sélection Bio» ; un label qui identifie les produits d'excellence certifiés bio tout en garantissant leur goût et leur efficacité. Explications.

Jusqu'ici, il n'était pas facile pour les Français de repérer les vrais bons produits issus de l'agriculture biologique ou écologiquement efficaces en grandes surfaces. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, la distinction «Sélection Bio» change la donne. En effet, un jury de 3 000 consommateurs a testé une sélection de 30 produits bio vendus en GMS. 11 d'entre eux ont été primés.

Les produits alimentaires, les produits de santé et cosmétiques, les produits d'entretien pouvaient concourir.

**LES CRITÈRES D'INSCRIPTION**  
À l'exception des marques

distributeurs ou d'enseignes, toutes les marques distribuant des produits labellisés bio auprès des circuits de distribution de la GMS pouvaient concourir, à condition de détenir un des labels : AB (Agriculture Biologique), Austria Bio Garantie, BDIH, Bio Cohérence, Bio Équitable, Bio Europe, Bio Solidaire, Biody, Cosmèbio, Demeter, Ecocert, Natrue, Nature & Progrès, Soil Association, USDA Organic, Ecolabel.

**ÉVALUATION DES PRODUITS**  
Les produits goûtés et jugés méticuleusement ont été notés durant l'automne 2017 suivant différents critères (odeur, texture, efficacité, etc.) et catégories auxquelles ils appartiennent. Aussi, la distinction «Sélection Bio» n'a été accordée qu'aux produits ayant obtenu une note moyenne supérieure ou égale à 16/20. En cas d'égalité entre deux produits, seul le meilleur des deux a été distingué.

**DÉMOCRATISER LE BIO**  
Avec cette distinction, «Sélection Bio» entend replacer le consommateur au centre des préoccupations, en lui donnant la possibilité de valoriser l'excellence bio en GMS. Mais aussi de faire remonter aux marques son avis, afin de voir évoluer les

produits. Quant aux marques, ces retours consommateurs leur donneront une valeur ajoutée en réseau de distribution. Sans oublier les bienfaits de l'identification, en tant que produit bio, bon et efficace.

## L'Open Spa de Clarins

Il est désormais possible de vivre une expérience inédite au cœur de la Boutique Clarins nouvelle génération.

Ce nouveau concept de boutique signé Clarins bouscule les codes et s'installe au cœur de Paris : bienvenue dans l'Open Spa parisien.

Clarins y propose de vivre une véritable expérience shopping et une immersion dans le temple du bien-être, dans une ambiance douce et feutrée, parée de rouge, de blanc et de bois.

### 7 SOINS DE 30'

Nouveau : 30 minutes de soin expert, 30 € avec ou sans rendez-vous.

C'est ce que Clarins a imaginé pour les femmes et les

hommes souhaitant s'offrir une pause zen, dans le tourbillon de leurs journées bien remplies.

Les 7 soins visage en 30 minutes chrono offrent la quintessence d'un soin Clarins pour une réelle efficacité beauté et une sensation de bien-être instantané.

#### • Goodbye peau sèche

Une peau toute douce, à nouveau confortable malgré les agressions quotidiennes.

#### • Flash bonne mine

Coup d'éclat immédiat : adieu marques de fatigue et teint terne.



#### • Jeunesse express

Manque de fermeté ? Voici le soin qu'il faut pour un visage ferme, lisse et repulpé.

#### • SOS détox

Le soin idéal pour aider en éclair les peaux asphyxiées à retrouver éclat, fraîcheur et équilibre.

#### • Top forme pour lui !

La pause express des hommes pour retrouver une peau nette et énergisée.

#### • Focus regard

Pour défatiguer et lisser le contour de l'œil... Résultats immédiats, miroir à l'appel.

#### • Halte tensions !

Épaule, nuque, cuir chevelu et mains... Le nec plus ultra pour un lâcher-prise immédiat : les tensions musculaires se dissipent, l'esprit s'évade...

Boutique Clarins, 128 rue de la Pompe, 75116 Paris.  
Tél. 01 44 05 05 26.



## La nouvelle campagne Rouge Coco de Chanel

Chanel a renouvelé sa confiance à Lily-Rose Depp en la choisissant pour incarner sa nouvelle campagne maquillage «Rouge Coco».

En clin d'œil à la campagne culte du parfum «Coco», réalisée en 1992 par Jean-Paul Goude, Lily-Rose Depp se balance assise sur une balançoire.

