

# Variance soigne les seins

■ La société lance une ligne de lingerie fluide inspirée de la cosmétique. ■ Elle sera disponible dès le mois d'avril.

PAR CÉLINE VAUTARD

Un soin intégré directement dans un soutien-gorge: tel est le programme annoncé par Hydrabra, de Variance. Dans la mouvance des produits deux en un et de la cosméto-textile, la marque lance en effet une ligne de lingerie invisible qui s'enrichit d'un soin aux effets hydratants et tenseurs.

Pour obtenir ce résultat, elle a placé dans la partie inférieure du bonnet, au contact direct de la peau, une lingette ultraplate, en tissu amovible et imprégnée d'une lotion. Fruit de la recherche du laboratoire Cosmétél, elle est à base d'extraits d'algue brune, la *Padina*



Avec deux vaporisations, Hydrabra propose une hydratation continue.

*Pavonica*, connue pour favoriser le maintien de l'hydratation, la tonicité et l'élasticité de la peau.

Conditionnée dans un flacon pompe, la lotion parfumée à la fleur de nymphéa se pulvérise sur la lingette, qui peut être réimprégnée tous les deux lavages. Le principe actif est ainsi diffusé tout au long de la journée.

## Préserver la beauté des seins

Le concept d'Hydrabra a été élaboré à la suite d'un sondage réalisé par la société Porter Novelli France au mois de décembre dernier auprès d'un panel de 50 journalistes.

Aux termes de cette mini-enquête, il résultait que, faute de temps, 88 %

des femmes n'utilisent pas de soin spécifique pour le buste, alors que 82 % utilisent un lait corporel.

À la question "qu'est-ce qui préserve le mieux la beauté de vos seins?", 29 % ont répondu le soutien-gorge, 29 % la gymnastique et 19 % les cosmétiques. D'où la mise au point d'Hydrabra, qui s'annonce comme une solution deux en un, avec son maintien à la texture peau d'ange et ses lingettes imprégnées.

Décliné en coloris perle et blush, le soutien-gorge sera vendu aux environs de 25,90 € dans les grandes surfaces. Il s'accompagnera d'un slip (10,20 €) et d'un string (9,30 €). Reste à imaginer un packaging suffisamment explicite et informatif, pour réussir à vendre ce concept sans conseil dans les hypermarchés... ■