

ISSUE NO. 2 – SIGNATURE EDITION

THE STUDIO DROP.

OCTOBRE 2025

AUTOMNE STRATÉGIQUE.

“Pourquoi l’automne
2025 marque-t-il une
saison de changement
pour les marques les
plus agiles ?”

crelle



*The Studio Drop —
Une revue éditoriale mensuelle signée
CREME STUDIO — Un studio créatif français.*



DANS CE NUMÉRO



LV

01

LA REVUE RECAP.

Les actus phares de septembre

02

BEHIND THE BRAND.

Louis Vuitton Beauty, version décryptée

03

THE RADAR.

Les gagnants, les perdants, les imposteurs

icône.
AFRO HAIR STUDIO



04

STUDIO VOICE.

Entretien exclusif avec Niya, fondatrice d'ICONE Afro Hair Studio
(Quand l'héritage rencontre la modernité)

05

THE BRAND TEST.

Quiz

Quiz interactif : mesurez votre brand culture

06

THE MAP DROP.

5 leaders créatifs à suivre ce mois-ci



07

NEXT NOW.

TikTok : le nouveau terrain de jeu des marques ?



08

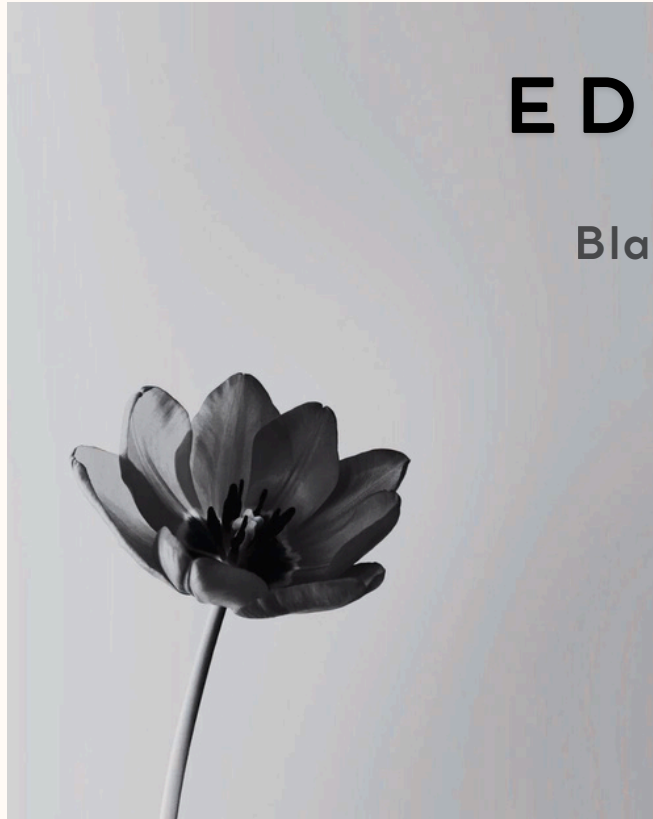
STUDIO GIFT.

Le bonus du mois → The Essential Entrepreneur Checklist (à télécharger gratuitement)



EDITO.

Bla Bla Bla.



Octobre confirme le tournant.

Dans le brouhaha ambiant, une évidence s'impose : les marques ne se contentent plus de suivre les tendances, elles cherchent du sens. Elles bâtissent leur pertinence.

Cette saison, CREME STUDIO ouvre un nouveau chapitre avec La Revue : un regard quotidien sur ce qui bouge, ce qui change, ce qui inspire.

Voici ce qui compte maintenant.

01

LA REVUE RECAP.

3 actualités qui ont marqué septembre 2025.

02. RHODE X SEPHORA

La marque d'Hailey Bieber signe un lancement record. L'entrée la plus fulgurante de l'histoire de Sephora.



01. LOUIS VUITTON BEAUTY

La maison entre dans la beauté avec panache. Codes du luxe, storytelling maquillage, et un buzz mondial.



03. META X RAY-BAN DISPLAY

Quand la tech rencontre le lifestyle : les lunettes connectées débarquent. Une plongée dans le futur de l'expérience de marque au quotidien.

 Suivez [@larevue.ai](https://www.larevue.ai) pour vos actus quotidiennes.

02

BEHIND THE BRAND.

La marque qui s'impose ce mois-ci : LV Beauty



Luxury. Power. Beauty

Pourquoi ça marche.

Vuitton n'entre pas sur un marché : il le conquiert.

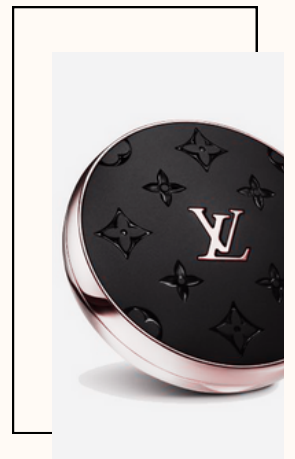
En déclinant ses codes du luxe dans la beauté, la Maison envoie un signal fort : le prestige aujourd'hui ne se porte plus seulement, il s'affiche jusque sur la peau.

**Ce n'est pas un simple lancement,
c'est une déclaration de domination.**

Ce qu'on retient.

Quand une maison patrimoniale s'étend, ce n'est jamais une question de produits. C'est une question de pouvoir.

Ce mouvement prouve que la beauté est devenue le territoire naturel de toute marque qui revendique une influence culturelle.



03

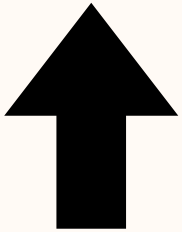
LE RADAR.

Les gagnants, les perdants, les imposteurs.

The hype.

The trap.

The truth.

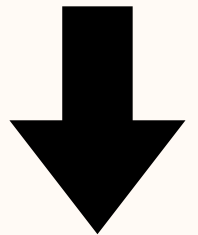


EN PROGRESSION.

- **Bien-être de luxe** → les compléments alimentaires deviennent des accessoires premium.
- **Campagnes IA** → l'intelligence artificielle ne sert plus à automatiser, mais à créer.
- **Quiet luxury 2.0** → le minimalisme reste roi, mais plus chaud, plus humain.

EN PERTE DE VITESSE.

- **Collabs d'influenceurs à la chaîne** → trop, c'est trop. Le public zappe.
- **Contenus trop parfaits** → place aux formats bruts et imparfaits, jugés plus vrais.
- **Lancements génériques** → sans niche, pas d'impact.



LE BLUFF.

- **Durabilité en façade** → encore trop de storytelling "green" sans preuve réelle.
- **Métavers** → déjà dépassé, remplacé par le concret : AR, IA, wearables.

"Les tendances vont vite. Le Radar les remet à leur place."

04

STUDIO VOICE.

Ce mois-ci, rencontre avec :
Niya, fondatrice d'**ICÔNE**
Afro Hair Studio

“ L'héritage est mon code de style. ”

Q: ICÔNE est plus qu'un salon. Qu'est-ce qui fait sa singularité ?

R: *Chaque coiffure est une signature. Chez ICÔNE, les textures afro et métissées ne sont pas une mode passagère, mais une **expression intemporelle de l'identité.***

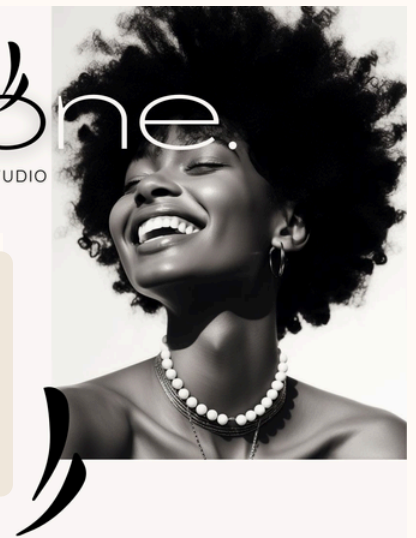
Q: Quelle est pour vous la définition de la beauté aujourd'hui ?

R: *La beauté, c'est la liberté. La liberté de porter ses racines avec fierté, et de réinventer la tradition avec une **élégance contemporaine.***



icône.
AFRO HAIR STUDIO

Sa vision.
Faire en sorte que chaque cliente se sente iconique.



new

05

BRAND TEST.

Quiz interactif : jusqu'où va votre culture des marques ?



Testez vos connaissances avec notre quiz express en 3 questions.

Scannez le QR code, jouez, et découvrez si vous êtes un **Brand Insider**, un **Brand Watcher** ... ou encore un **Brand Explorer**.



Play.

Learn.

Win.

 Le quiz est en ligne.

3 questions.

1 résultat.

Prêt-e à jouer ?

Comment jouer :

1 → Scannez le QR code ou cliquez [\[ici\]](#) pour lancer le quizz.

2 → Découvrez votre résultat :



◆ Brand Insider

Vous respirez la culture des marques.



◆ Brand Watcher

Vous suivez le rythme, presque expert.



◆ Brand Explorer

Restez connecté-e, La Revue affinera votre regard.

“Vous pensez être un Brand Insider ? Partagez votre score avec nous.”

06

THE MAP DROP.

5 leaders créatifs à suivre ce mois-ci

*Vision.
Culture.
Future.*



Chichi Eburu
- USA

Fondatrice de Juvia's Place, elle a bâti une marque beauté iconique ancrée dans son héritage nigérian.



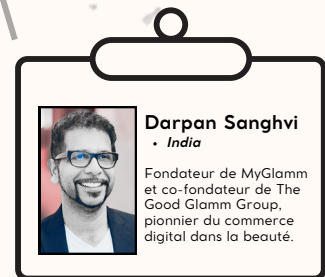
Christina Oster-Daum
- Germany

Co-fondatrice de Cosnova Beauty, elle a transformé une entreprise familiale en puissance mondiale de la beauté accessible.



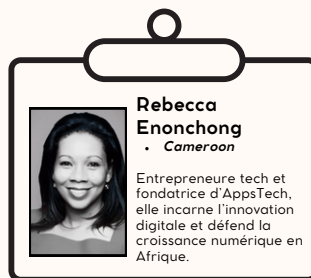
Babba C Rivera
- Chile

Fondatrice de Ceremonia, elle réinvente la beauté latino-américaine à travers les rituels et les ingrédients natifs.



Darpan Sanghvi
- India

Fondateur de MyGlamm et co-fondateur de The Good Glamm Group, pionnier du commerce digital dans la beauté.



Rebecca Enonchong
- Cameroon

Entrepreneure tech et fondatrice d'AppsTech, elle incarne l'innovation digitale et défend la croissance numérique en Afrique.

07

NEXT NOW.

TikTok, le nouveau moteur de recherche de la Gen Z ?

TikTok n'est plus seulement du divertissement.

Pour la Gen Z, la plateforme devient l'**outil réflexe** : où acheter, quoi tester, qui croire.

Google perd du terrain, car les jeunes préfèrent des réponses courtes, visuelles et validées par leurs pairs plutôt qu'une liste infinie de liens.

Search. Scroll. Shop.

Pour les marques, ce basculement change tout : la visibilité ne se joue plus sur Google, mais dans la capacité à **posséder la culture TikTok**.

Le nouveau terrain de jeu ?

Quand la recherche rencontre le divertissement.

*Celui qui maîtrise l'algorithme TikTok maîtrise aussi **la découverte des marques de demain.***



08

STUDIO GIFT.



Le bonus du mois :

→ **La Checklist Essentielle de l'Entrepreneur**

10

**incontournables
pour démarrer
fort et
construire
solide.**

Votre cadeau du mois.



À l'intérieur :

Démarrer, c'est dur. Ne perdez pas de temps à deviner ce qu'il vous faut.

On a fait la liste : outils, étapes, essentiels ... pour que vous puissiez construire, pas tâtonner.

Téléchargez-la, utilisez-la, cochez-la.

**TÉLÉCHARGEZ
VOTRE CHECKLIST**

(Exclusivement offert aux lecteurs
de THE STUDIO DROP.)





THE STUDIO CONNECT.



DÉCOUVRIR
CREME STUDIO

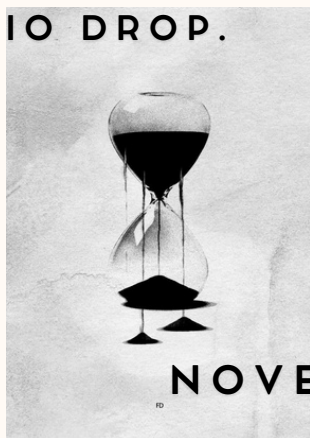
WORK WITH US.

Stay inspired!



SUIVEZ-NOUS
SUR INSTAGRAM

COMING NEXT
STUDIO DROP.



Abonnez-vous pour recevoir
le prochain numéro :

JE M'INSCRIS



contact@cremestudio.ai

© 2025 · CREME STUDIO edition



creMe
STUDIO

Brand with Soul.



Merci d'avoir feuilleté ce numéro de THE STUDIO DROP.

Cette édition a été pensée comme un rappel :

la stratégie n'est pas du bruit, c'est de la clarté.

**Plongez dans la stratégie.
Restez concentré·e, restez aligné·e**