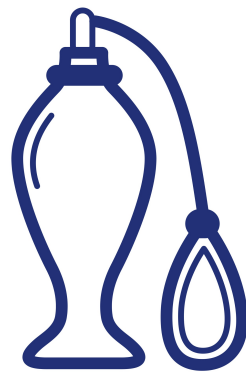


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

COSMÉTIQUES

Avril 2020 - Octobre 2020



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

Un Oriculi "made in France" en bioplastique pour remplacer le coton-tige

Publié Le 20 Avril 2020 à 13h11

Une nouvelle innovation zéro déchet ! Pour nettoyer et retirer le cérumen à l'entrée du conduit auditif, Lamazuna lance son Oriculi, fabriqué en France et garanti à vie, composé de bioplastique 100% biosourcé.



Une nouvelle innovation zéro déchet ! Pour nettoyer et retirer le cérumen à l'entrée du conduit auditif, Lamazuna lance son Oriculi, fabriqué en France et garanti à vie, composé de bioplastique 100% biosourcé.

Depuis le 1er janvier 2020, [les cotons-tiges en plastique sont interdits à la vente](#). Pourquoi cette décision ? parce que derrière les bouteilles plastiques, ils arrivaient en deuxième position sur le triste podium des déchets que l'on retrouvait le plus dans les océans.

Des solutions durables et écologiques les remplacent aujourd'hui : [des cotons-tiges avec une tige en papier biodégradable](#), mais aussi [des cure-oreilles réutilisables en acier inoxydable](#), ou des encore des [sprays auditifs naturels pour nettoyer les oreilles](#).

La dernière innovation ? l'Oriculi en bioplastique que vient de lancer la marque Lamazuna, spécialiste des cosmétiques solides et des produits écologiques pour une maison Zéro déchet.

Cet objet durable, dont le concept vient d'Asie, permet de nettoyer et de retirer le cérumen à l'entrée du conduit auditif et remplace ainsi les bâtonnets ouatés.

Cet Oriculi, fabriqué en France et garanti à vie, est composé de bioplastique 100% biosourcé. Lamazuna a décidé d'utiliser ce matériau d'origine 100% renouvelable, dérivé de l'huile de ricin, pour remplacer ainsi définitivement sa version précédente en bambou afin d'être davantage "Made in France".

Et pour que le produit soit totalement vertueux, la marque propose à ses clients de le renvoyer en cas de casse afin de lui redonner une seconde vie, et de le remplacer par un autre gratuitement, et cela autant que nécessaire, puisque le produit est garanti à vie.

L'Oriculi est disponible au prix de 4,50€, en 5 couleurs pour que chaque membre de la famille. A retrouver dès le lundi 22 avril sur le [site de Lamazuna](#), en magasins bio et chez tous leurs revendeurs.

Mathilde Emery

Lien : <https://www.bioaddict.fr/article/un-oriculi-made-in-france-en-bioplastique-pour-remplacer-le-coton-tige-a6422p1.html>

Dons de produits, aide financière : ces marques beauté solidaires pendant le coronavirus

Face à la pandémie de coronavirus, chacun peut être solidaire. Et les entreprises de la cosmétique sont nombreuses à participer à l'effort collectif, qu'il s'agisse de dons pécuniaires ou en nature.



iStock

Le vendredi 13 mars, un arrêté ministériel autorisait les entreprises du secteur cosmétique à produire du gel hydroalcoolique en raison de la pandémie de coronavirus. Une décision qui avait incité des grands noms de la beauté (LVMH, Eugène Perma, L'Oréal, Aroma-Zone...) à en fournir aux autorités sanitaires, aux hôpitaux, aux pharmacies et/ou aux EHPAD. Depuis, les marques du secteur de la cosmétique ne démeritent pas et prennent même des initiatives nouvelles pour être toujours plus solidaires en cette période de pandémie.

Solidarité coronavirus : les marques beauté qui offrent une aide financière

Océopin s'engage à reverser 10% du montant des achats réalisés sur sa boutique en ligne à la Fondation des Hôpitaux de France. Une jolie occasion de découvrir les soins de la marque bio made in France tout en faisant un geste solidaire.

Produits d'entretien, savons ou lessives "propres"... Notre sélection de sites écoresponsables

On profite du confinement pour se lancer dans un grand nettoyage de printemps. Notre sélection de sites écoresponsables.

La marque regroupe tous les [produits naturels pour prendre soin de soi et de son intérieur](#), le tout dans des flacons en PET recyclables, fabriqués avec des ingrédients hypoallergéniques, à 95 % d'origine naturelle. [Les huiles végétales](#) (olive, amande, coprah, beurre de karité) viennent du sud de la France, du château familial de Virant, et toutes les formules qui se rincent sont biodégradables. Le savon de Marseille y est décliné en cube, en copeaux, en liquide ; les saveurs aromatiques sont créées à Grasse. Mention spéciale pour le spray nettoyant multi-usages et la lessive en copeaux qui sentent bon la Provence !
Plus d'informations sur www.compagniedeprovence.com.

Andrée Jardin

Si on y trouve le fameux liquide vaisselle aux saveurs exquises (pamplemousse rose, menthe-citron ou sauge-basilic) et le savon exfoliant Le Seigneur, on plébiscite [le site](#) pour sa gamme de brosses en tous genres, 100 % made in France à La Chapelle-sur-Erdre, près de Nantes. Un des rares endroits où l'on peut encore acheter un vrai balai, un plumeau ou une brosse de nettoyage digne de ce nom, autrement dit fabriqués dans des bois locaux (hêtre ou frêne) avec des fibres naturelles comme le tampico, le crin ou la soie, dans le respect d'un savoir-faire que la marque s'emploie à perpétuer depuis plus de cent ans. Une mine !

Fer à Cheval

Créée en 1856, c'est la plus ancienne [savonnerie de Marseille](#). Elle propose deux gammes : L'Authentique savon de Marseille sous forme brute, idéale pour la maison mais aussi pour la peau car hypoallergénique. Et La Maison, douze produits composés à 99 % d'ingrédients d'origine naturelle, sans substance cancérogène, ni dérivés pétrochimiques.

Maison Empereur

On ne passe pas à Marseille sans visiter cette institution née en 1827. La totalité de leurs produits - objets artisanaux, insolites et introuvables, comme la raquette à tapis ou la planche à laver... - sont disponibles sur leur [e-shop](#).

Lessives propres : notre best of

[Pikoc](#) : la lessive *green* qui reprend les codes de la parfumerie avec trois fragrances (Éclats d'Iris, Oranger en fleurs, Bois mythique).

[Les Petits Bidons](#) : des formules écolo avec 99,6 % d'ingrédients naturels qui ont nécessité huit mois d'essais avant d'être viables pour l'environnement.

[L'alchimiste](#) : des kits de lavage de composition minimaliste *ultraclean*, avec des ingrédients naturellement efficaces et des packagings réutilisables.

Lien : <https://www.femina.fr/article/dons-de-produits-aide-financiere-ces-marques-beaute-solidaires-pendant-le-coronavirus>

Kate Winslet : son produit de beauté préféré est français !

20/04/2020 à 13h03 | par Caroline Ricard | Crédits photos : Getty Images

On adore connaître les secrets de beauté de nos célébrités préférées. Cette fois-ci, c'est au tour de Kate Winslet de révéler quel est son produit de soin préféré. Et il est français !

Nombreuses sont les célébrités qui craquent **pour des marques françaises**. Aussi bien en mode, qu'en beauté. Il faut dire que le made in France est extrêmement côté dans **le milieu du skincare**. Et ce n'est pas **l'actrice Kate Winslet** qui dira le contraire, puisque nous venons de découvrir que **son produit de beauté préféré** était... français !

L'actrice britannique, âgée de 44 ans, raffole du célèbre *Baume de Rose* de **la marque By Terry**. Elle a d'ailleurs détaillé, pour la version en ligne du Vogue britannique, sa routine beauté :

" Je porte un maquillage minimaliste. Un fond de teint rapide, intégral et le plus léger possible. Je recourbe toujours mes cils par habitude. Mais pas de mascara pendant la journée. Je dois préserver mes cils qui diminuent. Et un peu de baume à lèvres. Je suis assez accro au Baume de Rose de By Terry depuis aussi longtemps que je me souviens."

Le *Baume de rose* de **la marque By Terry** est d'ailleurs **un bestseller de la marque**. Il est connu et reconnu pour **apporter hydratation et brillance** aux lèvres, grâce à la **cire essentielle de rose** et à la **vitamine E**, tout en conservant **un effet naturel**, très *French Touch*, dont le monde entier raffole ! Seul petit bémol, il faut tout de même **compter 46€** pour 10 grammes de produit.

Lien : <https://www.voici.fr/beaute/kate-winslet-son-produit-de-beaute-prefere-est-francais-678715#:~:text=Et%20ce%20n'est%20pas,de%20la%20marque%20By%20Terry.>

5 produits Made in France à moins de 20€ pour entretenir sa barbe

CYRIL BOURBONIL Y A 1 SEMAINE



Barbe Made in France

Toujours barbu en 2020, vous êtes convaincus que les produits Made in France sont encore trop chers. Stop aux idées reçues ! Il existent des cosmétiques fabriqués dans nos régions, conçus pour prendre soin de votre barbe ... et le tout à moins de 20€.

Monsieur Barbier

Sa mission ? Proposer des produits de qualité pour entretenir votre barbe, ou à défaut, rendre votre routine rasage plus agréable.

Sa devise ? Des lames fraîches, de beaux produits, et le sourire. Chaque matin. Et le tout, à prix malin.

Ces experts français du *grooming* (ou l'art de prendre soin de soi pour un homme), proposent depuis 2013, des produits innovants et le plus souvent à base d'ingrédients d'origine naturelle.

C'est pourquoi Monsieur Barbier a mis au point une huile à barbe à la formule non grasse mais hyper hydratante. "Pour éviter que ça gratte".

Cosmétique incontournable des barbus (en devenir ou aguerris), ce produit, composé à 100% d'ingrédients d'origine naturelle, a la particularité d'être labellisé Ecocert Cosmos Nat.

Son doux parfum naturel Atlas (cèdre, orange, vetiver) viendra définitivement convaincre les plus hésitants qu'entre vous. Surtout à 12,99€.

Bleu de peau

Cette entreprise lyonnaise, composée de Quentin et Martin, a pour but de proposer des produits cosmétiques à la fois simples, de qualité, accessibles ... et fabriqués en France.

Pari osé mais pari réussi. Une campagne de financement Ulule, en 2018, leur permet de créer et de lancer leur propre huile pour barbe, qui connut un succès immédiat.

A 99% naturel et à 99% issus de l'agriculture biologique, leur produit reçoit le label Ecocert et Cosmébio.

Présent au dernier salon du Made in France, la petitesse de leur stand est en proportion inverse à l'efficacité de leurs produits : grande.

Comptez 19,90€ pour une huile qui nourrira et adoucira le poil de votre barbe, en la parfumant très légèrement.

Butin de Nature

"Tout à commencé dans ma cuisine." Voilà les premiers mots de Julien, fondateur de Butin de Nature, lorsqu'il explique la création de son concept.

Jeune pousse française, Butin de Nature ne propose pour le moment qu'un savon et une huile à barbe. Tous deux réalisés par une artisane savonnière en région parisienne, ses produits sont fabriqués en petites quantités afin d'en assurer la qualité.

Garantie sans paraben ni dérivés de l'industrie pétrochimique, sans Sodium Lauryl Sulfate, ni Sodim Laureth Sulfate, l'intégralité de la gamme est garantie non testée sur des animaux.

L'huile, vendue 18,90€, sera composée d'ingrédients à 100% d'origine naturelle, et à 99,2% bio.

Son parfum, quant à lui, sera ambré aux notes chaleureuses et subtiles. Une vraie réussite. Pas étonnant lorsqu'on sait qu'il a été élaboré dans un laboratoire du Sud de la France uniquement à base d'extraits végétaux.

Azéline

Azéline, marque du sud de la France, propose des produits naturels, Chic, Ethique & Zen.

Mais derrière cette marque, se cache Alban Lapie, artisan savonnier. Tous ses savons seront fabriqués grâce à la méthode de saponification à froid, et ne contiendront aucun détergent synthétique comme dans les gels douches habituels.

Son objectif ? Proposer des produits simples, naturels, élégants, utilisables par tous, généreux pour le corps et bons pour la nature.

Il en va de même pour sa gamme de soins pour barbe, avec notamment son Baume des Cavernes (sic). Pour les hommes nostalgiques de l'âge de pierre ? Pas vraiment. Surtout lorsque l'on sait qu'il est décliné en deux parfums : senteurs boisés et fragrances Chyprées.

Vendu 19€, ce baume permettra de dompter les barbes les plus rebelles, tout en nourrissant en profondeur les poils.

Gustave de la savonnerie AMOA

C'est une jolie histoire qui se cache derrière cette savonnerie, située à Palleau en Saône-et-Loire.

Partie découvrir Saint-Emilion et ses vins, Sophie ne sait pas encore que la rencontre d'une bulle de savon (et de la boutique de laquelle elle s'est échappée) transformera sa vie. Elle deviendra savonnier quelques années plus tard, en 2010. La savonnerie AMOA est née.

Tout comme Azéline, tous ses savons sont fabriqués de façon traditionnelle, à froid, et sans produit chimique. 100% biodégradables, ils n'engendrent aucune pollution de l'eau et de la terre pendant leur fabrication et leur utilisation.

Fort de plus de dix ans d'expérience dans la manipulation des huiles végétales, la gamme pour hommes Gustave voit le jour. N'échappent pas à la tendance actuelle, c'est tout naturellement que l'on y retrouve, entre autre, une huile à barbe ... à base de Graines d'Huile de Moutarde.

Spécialement conçue pour assouplir et hydrater la barbe, cette huile, vendue 19€, sera suffisamment consistante pour être aussi utilisée comme produit avant-rasage (pour les barbes drues) ou comme après-rasage (pour les peaux sensibles).

Lien : <https://lifestyle.boursorama.com/art-de-vivre/5-produits-made-in-france-a-moins-de-20e-pour-entretenir-sa-barbe/>

Lancement officiel de Luminity®, nouvel actif cosmétique de Deinove, pour un teint éclatant

- **Luminity® est un concentré de neurosporène, un caroténoïde extrêmement rare, qui contribue à la vitalité de la peau et à la beauté du teint.**
- **Les tests cliniques ont confirmé sa capacité à booster l'éclat et l'uniformité du teint et réduire le développement de taches brunes et la formation de cernes.**
- **Puissant antioxydant, il protège également la peau des effets néfastes d'une surexposition à la lumière, prévient l'hyperpigmentation et l'apparition de rougeurs.**
- **Innovation brevetée DEINOVE, Luminity® est un actif 100% d'origine naturelle produit par fermentation de sucres.**



Luminity®, nouvel actif cosmétique de Deinove (Graphic: Deinove)

April 23, 2020 12:30 PM Eastern Daylight Time

MONTPELLIER, France--([BUSINESS WIRE](#))--Regulatory News:

Lancement officiel de Luminity®, nouvel actif cosmétique de Deinove, pour un teint éclatant

[Tweet this](#)

DEINOVE (Paris:ALDEI) (Euronext Growth Paris : ALDEI), société de biotechnologie française qui s'appuie sur une démarche d'innovation radicale pour développer des antibiotiques innovants et des ingrédients actifs biosourcés pour la cosmétique, **annonce le lancement officiel de Luminity®, son deuxième actif cosmétique propriétaire. Concentré de neurosporène, un caroténoïde extrêmement rare, Luminity® est à la fois un antioxydant exceptionnel, un énergisant cellulaire et un booster d'éclat. Il protège notamment des effets néfastes de la lumière bleue.**

« Depuis le pré-lancement de Luminity®, en novembre dernier, nous avons activement préparé la mise sur le marché de notre deuxième actif propriétaire. La formation des forces de vente est en cours et nous préparons une série d'actions marketing afin de présenter ce nouvel actif aux plus grandes marques. Nous nous appuyons pour cela sur des données cliniques robustes qui valident l'action de Luminity® sur plusieurs dimensions cosmétiques très innovantes, » **déclare Coralie MARTIN, Responsable Marketing de DEINOVE.**

Combinant des propriétés protectrices, modulatrices et stimulantes, chacune avec des niveaux d'efficacité remarquables, la proposition de valeur de Luminity® consiste à maximiser les effets bénéfiques naturels de la lumière, tout en protégeant la peau de ses effets néfastes.

Le rayonnement lumineux, un enjeu pour la santé et la beauté de la peau

La lumière est essentielle à la vie, et son rôle crucial pour la santé est largement reconnu. L'exposition lumineuse agit positivement sur le niveau d'énergie et l'humeur, permet la synthèse de la vitamine D, régule les cycles biologiques, améliore les fonctions cognitives.

Alors que l'exposition mesurée à la lumière favorise aussi la santé de la peau, une exposition excessive à certaines longueurs d'onde et l'utilisation croissante de sources de lumière artificielle peuvent perturber les fonctions métaboliques, entraînant un vieillissement cellulaire prématuré. Les effets nocifs des rayons UV sont largement connus. Ces dernières années, l'attention s'est également portée sur la lumière bleue. A la limite du spectre lumineux visible, elle a une longueur d'onde plus élevée que les UV et pénètre plus profondément la peau, provoquant des dégâts insidieux sur l'épiderme, et notamment l'apparition de taches brunes.

Alors que l'éclat de la peau devient un enjeu majeur de l'anti-âge, Luminity® apporte une solution positive, à la fois protectrice et stimulante, de la relation à la lumière.

Luminity® contribue à réguler et à préserver le métabolisme cutané

Concentré unique de neurosporène, un caroténoïde extrêmement rare et un antioxydant exceptionnel, Luminity® contribue à réguler les réponses de la peau à la lumière, à préserver et resynchroniser l'horloge biologique (« rythme circadien ») et à améliorer la fluidité du métabolisme cutané via plusieurs mécanismes :

- En protégeant les composants cellulaires et notamment les mitochondries, essentiels pour la production d'énergie, Luminity® stimule le métabolisme énergétique et ainsi revitalise la peau. Les signes de fatigue, notamment les cernes, sont atténués.
- En inhibant la synthèse et le transport de la mélanine, Luminity® améliore l'éclat et l'uniformité du teint. Les taches brunes sont estompées.
- Par ses propriétés absorbantes, et son action à la fois sur l'activation du métabolisme cellulaire et sur la réduction de la production et du dépôt de mélanine, Luminity® protège les cellules de la peau contre la longueur d'onde spécifique de la lumière bleue. La peau est également préservée de l'apparition de rougeurs.

Les effets de Luminity® ont été validés par de robustes données *in vitro*, *ex vivo* et cliniques.

Ces propriétés ouvrent la voie à différentes applications cosmétiques :

- Crème visage éclat du teint
- Crème anti-âge, anti-taches
- Crème énergisante, pour les peaux ternes et fatiguées
- Crème de défense quotidienne
- Crèmes BB (anti-imperfections) et CC (anti-rougeurs)
- Masque beauté de nuit, etc.

Le neurosporène, un caroténoïde désormais accessible grâce à la technologie DEINOVE

Intermédiaire métabolique de la formation du lycopène à partir du phytoène, le neurosporène est un caroténoïde qui est rarement accessible directement dans la nature. Cependant, il est accumulé par des bactéries photosynthétiques¹ et des micro-organismes extrêmophiles. On le trouve également dans l'œil, où il contribue à protéger les photorécepteurs.

Grâce à son expertise unique dans la biosynthèse des caroténoïdes à partir de microorganismes extrêmophiles, DEINOVE a réussi à optimiser la production endogène de neurosporène par *Deinococcus geothermalis*. Il est maintenant disponible pour la formulation de produits cosmétiques.

Innovation brevetée, Luminity® est un actif 100% d'origine naturelle issu d'une production durable par fermentation de sucres, et fabriqué en France.

À PROPOS DE DEINOVE

DEINOVE est une société de biotechnologie française, leader de l'innovation radicale, qui entend contribuer à relever les défis que représentent la résistance aux antibiotiques et la transition vers un modèle de production durable pour les industries de la nutrition et de la cosmétique.

DEINOVE a développé une expertise unique et exhaustive dans le domaine des bactéries rares qu'elle sait décrypter, cultiver, optimiser pour en révéler les possibilités insoupçonnées et ainsi leur faire produire à l'échelle industrielle des molécules biosourcées aux activités d'intérêt. A cette fin, DEINOVE constitue et documente depuis sa création une réserve inégalée de diversité biologique qu'elle exploite grâce à une plateforme technologique unique en Europe.

DEINOVE se développe dans deux domaines d'activité :

- **ANTIBIOTIQUES, anti-infectieux de nouvelle génération** : un premier candidat-antibiotique, DNV3837, est désormais en Phase II. La Société poursuit également l'exploration systématique de la biodiversité pour alimenter son portefeuille en nouveaux leads, s'appuyant notamment sur des partenariats avec bioMérieux et Naicons (Programme AGIR soutenu par Bpifrance).
- **BIOACTIFS, ingrédients actifs d'origine naturelle** avec la cosmétique comme premier marché, et des potentiels en nutrition : le portefeuille compte quatre actifs innovants commercialisés, propriétaires ou développés en partenariat avec Greentech et Hallstar France, et plusieurs produits en développement, notamment un actif cosmétique développé avec Dow, et une gamme d'additifs en nutrition animale avec le groupe Avril.

Au sein du parc d'activités Euromédecine situé à Montpellier, DEINOVE emploie 60 collaborateurs, essentiellement des chercheurs, ingénieurs et techniciens, et a déposé plus de 350 demandes de brevets à l'international. La société est cotée sur EURONEXT GROWTH® depuis avril 2010.

Lien :

<https://www.businesswire.com/news/home/20200423005560/fr/>

PARIS : Les Enfants Sauvages lancent leur déodorant sur Ulule

Written by [Floriane](#). Posted in [INFOS NATIONALES](#)

Avec la volonté d'aller jusqu'au bout d'une démarche engagée et éthique, la jeune start-up fondée en 2018 par William Wauters souhaite apporter un vent de changement avec son déodorant d'un genre nouveau.

Fabriqué en France, à Aix-en-Provence, celui-ci allie composition bio, packaging zéro déchet et efficacité optimale.

Le lancement de la campagne de financement participatif sur la plateforme Ulule est prévue du 21 avril au 20 mai.

Le projet

L'idée est de repartir de zéro afin de fabriquer des produits cosmétiques en adoptant une démarche globale pour qu'ils soient sains, efficaces et écologiques. Et pour commencer, Les Enfants Sauvages décident de s'attaquer à l'un des cosmétiques qui suscite le plus de polémiques : le déodorant.

William Wauters souhaite montrer qu'il est possible de produire un déodorant sain ET vraiment efficace, grâce à une formule 100% naturelle, bio et vegan.

« J'ai discuté autour de moi du problème de trouver un déodorant sain et efficace. Une amie m'a même parlé de l'huile essentielle de palmarosate à appliquer directement sous les bras... J'ai testé, c'est très efficace mais pas pratique, ça sent fort et cela irrite pour la peau.

J'ai alors réalisé qu'il y avait un problème dans ce que proposaient les magasins niveau déodorant bio et naturel. Aucun ne reprenait ce principe de simplicité et d'efficacité, avec des produits de qualité comme les huiles essentielles. Alors j'ai décidé de me lancer dans cette aventure avec la confection de ce fameux déodorant. » **William Wauters, fondateur de Les Enfants Sauvages**

La composition

Ce déodorant mixte se définit par une formulation simple composée exclusivement d'actifs de grande qualité. Il élimine les odeurs grâce à la présence d'huiles essentielles bio, du bicarbonate de sodium, du zinc ricinoleate (naturel) et du farnesol (isolat d'huile essentielle) Il apaise et hydrate la peau à l'aide d'extraits glycéринés de concombre, d'huile de concombre et d'extrait originel d'orange, le tout bio. Le gomme tara biologique lui confère une texture idéale. Sa composition répond ainsi à une charte très rigoureuse pour proposer un déodorant bio, 100% naturel, vegan, formulé à froid, sans aluminium ou pierre d'alun, sans huile de palme ou dérivé et sans alcool.

Le packaging

Ce déodorant éco-responsable est fabriqué à Aix-en-Provence dans un flacon réutilisable et complétement zéro déchet. Le principe est simple : il suffit d'acheter des recharges une fois le flacon vide, au bout de la 5ème recharges la marque adresse au client un bon de retour à joindre au colis, celui-ci sera simplement à déposer dans sa boîte aux lettres et un livreur viendra s'en charger.

Ce produit haut de gamme, au design épuré, est pratique à transporter (30mL de contenance) et à utiliser.

Le pack de base, un déodorant à bille longue durée (4mois d'utilisation) avec livraison en France métropolitaine, est vendu au prix exclusif pour la campagne de 20€ frais de port compris.

Un financement participatif pour les préventes

Tout au long des deux années de développement, Les Enfants Sauvages ont fait tester leur déodorant par leur communauté, pour s'assurer de répondre parfaitement à leurs attentes. Ils ont obtenu aujourd'hui le produit de leurs rêves.

C'est pour cette raison que la marque lance une campagne de financement participatif Ulule du 21 avril au 20 mai, afin d'avoir suffisamment de pré-commandes pour lancer la première production et concrétiser ce projet ambitieux et durable.

Lien : <http://www.presseagence.fr/lettre-economique-politique-paca/2020/04/28/paris-les-enfants-sauvages-lancent-leur-deodorant-sur-ulule/>

EURE-ET-LOIR - Loesia : une gamme de rouges à lèvres 100% naturels

Par [Radio Intensité](#) le Lundi 4 mai 2020 - 13:54



Des rouges à lèvres 100% naturels et made in France créés en [Eure-et-Loir](#). Ils sont proposés par la marque « Loesia » fondée l'année dernière par Catherine Lam. L'aventure a débuté au sein de l'incubateur CM 101 au [Coudray](#). Cette jeune entreprise compte bien se développer et faire sa place au sein de la cosmétique. Pour en savoir plus, connectez-vous sur [loesia.fr](#). Ecoutez le reportage de Ludovic Ravailleau.

Le reportage de Ludovic Ravailleau

Lien : <https://intensite.net/2009/actu2020/eure-et-loir-loesia-une-gamme-de-rouges-a-levres-100-naturels-314561>

Qu'est-ce que le baume des vallées ?

[Allan Kinic](#) 13 mai 2020 [no comment](#) No tags



Pour vos soins corporels, pour avoir une odeur agréable en permanence et pour que vos muscles et articulations se décontractent, il est fortement recommandé d'utiliser le baume des vallées. Cette crème aux multiples vertus est grandement appréciée par ses utilisateurs. Mais, qu'est-ce que le baume des vallées ? C'est ce à quoi nous allons tenter de vous répondre ci-dessous. Lisez plutôt.

Beaume des vallées : 10 composants essentiels

Si vous n'en avez partiellement ou jamais entendu parler, sachez que le baume des vallées est une crème corporelle aux ingrédients 100% naturels. Il est composé de beurre de karité (substances grasses comestibles) et de beurre de cacao. Hormis ces deux ingrédients, il contient également de l'huile de Noyau d'abricot, de coco et de jojoba. Ces huiles sont fréquemment exploitées dans les industries cosmétiques pour accélérer le rythme d'hydratation corporel.

Le baume des vallées est une crème aux mille plantes. Parmi ses ingrédients, on peut aussi citer :

- La labiée, plante assouplissant la pression artérielle ;
- Le romarin, plante originaire du midi de la France qui permet de lutter contre les rhumatismes et les microbes ;
- Le Tea Tree pour empêcher les bactéries de se propager sur le corps ;
- La Gaulthérie, arbuste aux feuilles persistantes qui fournit l'équilibre de wintergreen. Idéale pour les courbatures ;
- Et pour finir, l'aspic, pour une régénération de la peau et la disparition des taches.

Quels sont les bienfaits du baume des vallées ?

Les composants du baume des vallées ne sont pas qu'un simple mélange de multiples ingrédients. Chaque plante est exploitée lors de la fabrication pour ses vertus, et chaque vertu apporte son lot de satisfaction. Ainsi, le baume des vallées appliqué au niveau d'une articulation (genou) ou sur un muscle aide à relaxer ou à détendre la partie du corps en question. Appliqué au front, il facilite la séance de relaxation et la séance de yoga. En plus d'être un bon décontractant des muscles, le baume de vallées est reconnu pour son apport hydratant. N'hésitez pas à l'appliquer sur le corps si votre peau est particulièrement sèche.

Par ailleurs, vous trouvez que vous ne sentez pas très bon ? Alors, une pincée de baume des vallées appliquée sur le corps ou les aisselles vous apportera la satisfaction d'une odeur agréable en permanence. En outre, le rôle du baume de vallée ne s'arrête pas qu'aux bienfaits cités précédemment. Il soigne et protège en éliminant toutes les cicatrices du corps et en empêchant les bactéries, microbes et virus de se propager.



Notre avis sur le sujet

Fabriqué en France, certifié ISO, le baume des vallées a vu le jour en Haute-Savoie et ne cesse de faire parler de lui dans toutes les régions. Les professionnels de sports comme le foot, le ski ou encore la natation ne tarissent pas d'éloge sur ses bienfaits. Compte tenu de ce qu'il apporte en soin corporel et musculaire, le Baume des vallées apportera une belle expérience utilisateur.

Pour résumer, le [baume des vallées](#) est un baume aux multiples vertus, qui aide à résoudre des problèmes aussi bien musculaires qu'esthétiques. Constitué de plusieurs plantes, c'est un produit naturel et biologique sans effets secondaires. Il peut être utilisé sur tout type de peau sans exception.

Lien : <https://www.streetnsports.fr/quest-ce-que-le-baume-des-vallées/>



19 Mai 2020

PARIS : Émotion Tropicale, une eau de parfum made in France

Written by Floriane. Posted in [EVASION](#), [INFOS NATIONALES](#)

Alors que près de 300 nouveaux parfums, flankers ou autres déclinaisons sont lancés en moyenne chaque année, en France, de nouveaux créateurs bousculent les codes.

Ils revendiquent l'originalité et conçoivent le parfum comme une authentique philosophie de vie, valorisant la sincérité, l'estime de soi, la grande qualité des ingrédients et une réelle implication pour préserver l'environnement. À l'image de Bioléanes, une nouvelle marque française de parfums qui ose la singularité et crée une Eau de Parfum à la fois authentique et exotique : Émotion Tropicale, une véritable ode à l'évasion et au bien-être. Elle révèle une senteur d'outremer troublante et rare, celle de la floraison des plantations de caféiers lors du printemps austral.

Une fragrance exceptionnelle pour créer un parfum-soin au caractère innovant

Subjugués par le parfum que transporte l'alizé des mers du Sud durant la brève floraison des plantations de caféiers, Gérard et Mireille, les créateurs de la Marque n'oublieront plus cette petite fleur blanche que l'on appelait jadis le jasmin d'Arabie. Une émotion tropicale qui ne les quittera plus ! Mais comment capturer cette fragrance magique pour en faire un parfum ? Il va falloir des mois, beaucoup d'essais et toute la passion d'un artisan-parfumeur pour réussir à donner vie à la senteur tant attendue... et tellement différente de celle du fameux « *petit noir* » issu des grains torréfiés. Cette aventure créatrice donnera naissance à « *Émotion Tropicale* », une Eau de Parfum, avec une concentration supérieure, formulée à partir de 7 Huiles Essentielles issues de l'Aromathérapie. Gérard et Mireille, créateurs de Bioléanes, confient : « *Nous avons voulu partager une approche olfactive plus authentique, plus personnelle et plus intime du parfum. « Émotion Tropicale » est davantage dans la résilience que dans la séduction. C'est un parfum pour prendre soin de soi, un parfum qui fait du bien. Comme un rayon de lumière sur la peau...* » La touche finale (concentration, macération) de ce floral frais et fruité a ensuite été confiée à un parfumeur de Grasse.

Une fabrication Made in France & éco-responsable

Dès sa création, Bioléanes s'est engagée dans une démarche éthique et responsable. Un choix qui s'affiche jusque dans son nom puisque « *Bioléanes* » est la contraction de « *Bio* » (= biodiversité) et de « *Oléanes* », la première gamme de leur marque créée en Nouvelle-Calédonie. Bioléanes fait réaliser tous ses produits et ses emballages en France, et connaît personnellement tous ses fournisseurs. La Marque souhaite en effet soutenir le travail artisanal local et réduire la pollution liée aux transports. Cette localisation lui permet d'ailleurs de garantir une qualité supérieure à ses clients, grâce à l'expertise, à la passion et au sens du détail des fabricants de parfums français. Bioléanes s'engage aussi à préserver l'environnement. À l'heure de l'urgence

climatique, elle a déjà pratiquement réussi à atteindre le niveau « *zéro plastique* » ! Ses emballages sont également recyclables pour éviter le gaspillage. De plus, Bioléanes privilégie des matières premières naturelles, sans colorants ni autres ingrédients indésirables. Zoom sur la mini-gamme Émotion Tropicale Trois produits associés permettent de se créer un petit rituel ludique et intime tout au long de la journée, au gré des envies de bien-être de chacune :

Pour l'épanouissement des sens : l'Eau de Parfum

Élaborée à Grasse, une ville mondialement connue pour son savoir-faire en matière de parfums, cette Émotion Tropicale est formulée à base d'Huiles Essentielles toniques, équilibrantes et régénérantes. Note de tête : Fraîche (huiles essentielles d'agrumes fines : Limette, PetitGrain, Mandarine, Citron d'Italie) Note de cœur : Florale (huiles essentielles de Géranium et de Patchouli) Note de fond : Boisée-fruitée (huiles essentielles de Cèdre de Virginie, notes de Santal et de Vanille) Prix : 74,90 € le vaporisateur de 100 ml. Pour l'hydratation et le soin : le savon parfumé extra-doux

Ce savon-douceur diffuse sur la peau le voile délicat d'une mousse onctueuse et parfumée. Sa belle couleur blanche naturelle est issue de l'alliance bienfaisante de l'argile blanche, du beurre de karité bio et du talc. Il s'agit d'un véritable concentré de soin-toilette à la fois hydratant et régénérant. Le savon Emotion Tropicale est composé à 95 % minimum d'ingrédients d'origine naturelle. Il est garanti sans colorants et notamment sans adjonction de Titanium dioxide (CI. 77891, un pigment blanc toujours autorisé, mais de plus en plus déconseillé). Prix : 4,95 € le savon de 100 grammes.

Pour se détendre : les fondants de cire végétale parfumée

Ces fabuleux fondants sont une invitation à embarquer pour un voyage olfactif apaisant. Grâce à leur diffusion douce, ils créent dans la maison une atmosphère propice à l'évasion et à l'harmonie. Ils peuvent être utilisés à chaud, en faisant fondre la cire dans un brûle-parfum, ou à froid en déposant simplement ces petits galets dans un tiroir à linge ou une armoire. Prix : 11,90 € l'étui-plumier de 5 fondants.

À propos de Gérard et Mireille, deux voyageurs passionnés de senteurs

Couple d'infatigables bourlingueurs, lui Capitaine de la Marine Marchande, elle Technicienne de Laboratoire, les créateurs de la marque BIOLÉANES ont beaucoup voyagé à travers le monde. Particulièrement dans les îles de l'Océan Indien et du Pacifique Sud où ils vont séjourner 15 ans et se passionner pour les plantes à parfum. De Madagascar aux Comores, des îles du Vanuatu à la Nouvelle-Calédonie, ils vont ainsi cueillir en chemin, les plus belles senteurs de la nature tropicale. Comme autant de cartes postales parfumées, ces senteurs au long-cours se métissent dans leur mémoire. Le capiteux parfum de l'Ylang-Ylang leur évoque l'île de Nosy-Bé, Mayotte et les Comores. Sur la Côte Est de Madagascar Cannelle, girofle, Vanille et Poivre noir sèchent côte à côte sur des nattes imprégnées de ces odeurs mêlées. Au printemps austral le parfum magique des fleurs de caféier s'échappe de luxuriantes vallées de la Nouvelle-Calédonie, celui du Tiaré et des Frangipaniers embaume les Iles Sous le Vent. Les puissants effluves du bois de Santal annoncent la présence de minuscules distilleries de brousse dénichées dans les îles de la Mélanésie. De ces voyages et rencontres ils auraient pu largement écrire un beau livre plein d'images. Mais un autre projet les attire bien plus encore, et aussi plus risqué sans doute : ils vont écrire... un parfum. Écrivains de parfum, voilà ce qu'ils vont faire ! Et ainsi va naître ÉMOTION TROPICALE, l'Eau de Parfum aux senteurs d'Outremer.

Pour en savoir plus

Site web : <https://bioleanes.com/>

Facebook : <https://www.facebook.com/bioleanesEvasionCosmetique/>

Instagram : <https://www.instagram.com/bioleanes/>

Lien : <http://www.presseagence.fr/lettre-economique-politique-paca/2020/05/19/paris-emotion-tropicale-une-eau-de-parfum-made-in-france/>

Cosmétiques : « Pomponne », la marque de maquillage d'une montpelliéraine qui donne le sourire

Originaire de Montpellier, Agathe Chadelas Etori, pharmacienne, a créé une marque de cosmétiques responsables avec son associée Charline. De quoi répandre le « Smile Power ».

Publié le 19 Mai 20 à 17:23



Agathe et Charline, les créatrices de la marque (©Pomponne)

Pomponne est une marque de **maquillage** à la fois sain et naturel, qui ne fait pas de compromis sur la performance. Une proposition clean, vegan, eco-responsable et **Made in France**. Les créatrices, toutes **deux pharmaciennes**, ont voulu ainsi créer des produits qui « cochent toutes les cases pour donner le sourire aux femmes », comme l'explique Agathe Chadelas Etori.

Des rouge à lèvres en prévente

Le premier produit de la marque est le meilleur allié du sourire : **le rouge à lèvres**. Et chez Pomponne, ils sont semi-mats, avec un minimum de 95% et jusqu'à 100% d'ingrédients d'origine naturelle, notés « excellents » sur Yuka, vegan et avec un pack 100% recyclable.

« Sa formule est unique sur le marché, avec ses actifs testés cliniquement qui lui donnent une dimension soin hydratante et anti-gerçures. Sa performance en termes de tenue, pigmentation, couvrance a été validée par des makeup artists », ajoute Agathe.

On retrouve ici le confort d'un stick, avec un parfum vintage 100% naturel « qui rappelle le baiser de nos grands-mères ».

La sécurité des produits

Ce qui est proposé par Pomponne est fabriqué en France : pensé par une montpelliéraine et une limougeaude, formulé en Bretagne et produit en région parisienne.

« C'était important pour nous de favoriser l'économie du pays et le savoir-faire français, mais aussi pour la sécurité des produits, car la réglementation européenne est l'une des plus strictes », analyse la pharmacienne montpelliéraine.

Pas de suremballage, ni de superflu

Pour Agathe et Charline, « le meilleur déchet est celui qu'on ne produit pas ». Ainsi, les rouges à lèvres ne contiennent pas de notice, ni d'étui. « On fait les choix qui nous semblent être les meilleurs pour que la planète garde le sourire, explique Agathe. Là déjà, avec nos 714 rouges à lèvres de pré-vendus, le fait de ne pas mettre d'étui va nous éviter de gâcher quasiment 3kg de papier carton ».



Le « Smile Power » de Pomponne (©Pomponne)

Avec Pomponne, les deux pharmaciennes veulent avant tout redonner le sourire aux femmes. Un vrai lien s'est d'ailleurs créé entre elles et les consommatrices sur les réseaux sociaux et une communauté est née : la « Pomponette Family ». « Elle nous aide à répandre le Smile Power », ajoute Agathe.

Les égéries utilisées, « Pomponne Models », sont en fait des Pomponettes qui ont le sourire « qui se retrouve même en clin d'œil dans nos formules avec des 'smile active', qui ont le pouvoir d'attirer la positivité ».

Un concept participatif

La communauté de Pomponettes participe grandement au développement de la marque, mais aussi du maquillage. « À chaque étape de la création de la marque, on demande l'avis des femmes sur notre logo, le nom des teintes... ce qui sert également pour connaître leurs attentes et développer avec elles le maquillage idéal. Et puis on organise des Pomponne tests pour les rencontrer en vrai et leur faire essayer les formules. En fonction de leurs retours, on les fait évoluer ».

Un formulateur est également de la partie. Pas moins de 65 essais de formules ont été faits, en fonction des retours des utilisatrices, afin d'arriver au rouge à lèvres actuel.

Une montpelliéraine engagée

Agathe Chadelas Etori est originaire de Montpellier. **Après des études à la fac de Montpellier**, cette dernière a fait un mastère marketing à l'ESSEC. Après cinq ans à

travailler avec son actuelle collaboratrice dans une entreprise de cosmétiques, elles ont décidé de réunir leur énergie afin de créer leur propre marque.

« En tant que consommatrices, on s'est rendues compte qu'on faisait attention à consommer mieux pour notre alimentation, nos soins cosmétiques, mais qu'on venait tout gâcher avec le maquillage », se souvient-elle.

Pomponne a donc été créée, afin de pouvoir consommer mieux, jusque dans sa trousse à maquillage. « En tant que pharmaciennes, on a voulu ajouter une dimension soin à ce maquillage pour le rendre actif et qu'il prenne soin de notre peau en plus de la pomponner ».

Bref, Agathe et Charline voient la vie en rouge au quotidien. Et ça ne se voit pas que sur leurs lèvres, leur visage est flamboyant.

Par : [Manon Haddouche](#)

Lien : https://actu.fr/occitanie/montpellier_34172/cosmetiques-pomponne-marque-maquillage-dune-montpellieraine-donne-sourire_33723814.html

Un déo tout bio fabriqué à Aix-en-Provence

Par O.D.-V.



William Wauters a lancé sa marque écologique.*PH. DR*

Avec la marque *Les enfants sauvages*, un jeune entrepreneur aixois lance la fabrication d'un déodorant naturel mais efficace. À l'instar de beaucoup de jeunes entrepreneurs en pleine révolution écologique, William Wauters veut faire de sa marque de fabrique une réalité écologique, bio, vegan, zero déchet et *made in France* !

Pour avoir testé le marché des déodorants naturels et leur "*leur manque d'efficacité*", l'idée de trouver la bonne formule s'est imposée :

"Beaucoup de gens retournent au chimique car les déodorants bios n'ont pas fonctionné et utilisent le système D en faisant de la cosmétique home made. Il y avait donc quelque chose à faire ! J'ai testé des centaines de formulations pendant plus d'un an. La formule en poche, j'ai travaillé de concert avec un laboratoire d'huiles essentielles et un laboratoire de cosmétique bio de la région."

Deux gammes

Revenu dans sa région natale il y a deux ans pour lancer son projet avec sa compagne qui s'occupe de toute la partie communication. "*Le nom de notre marque évoque l'idée des enfants managers très proches de la nature, à la fois bienveillants avec ce côté naturel. Notre produit est à base d'huiles essentielles, 100 % naturel sans aucun produit nocif pour l'utilisateur. Nous lançons deux gammes, 'le yuzu' senteur agrumes et une autre plus boisée, 'le sental'. Aussi plus économique un flacon dure 4 mois !"*

"C'est dans la même démarche éthique et engagée que nous aimerions proposer d'autres produits du monde de la salle de bains. Proposer un système zéro déchet sans pour autant changer les habitudes des gens". Depuis le 20 avril, lors d'une campagne de financement participatif sur la plateforme Ulule, William a déjà récolté plus de 4000 préventes. Une formule qui sent bon la réussite!

Lien pour le financement participatif aux préventes [ulule.com/les-enfants-sauvages](https://www.ulule.com/les-enfants-sauvages)

Lien : <https://www.laprovence.com/actu/en-direct/5996314/un-deo-tout-bio-fabrique-a-aix-en-provence.html>

Comment le groupe Lemoine est devenu le seul fabricant d'écouvillons en France en un mois seulement

JULIEN COTTINEAU MATÉRIELS MÉDICAUX , SANTÉ , ORNE , COVID-19 , QUOTIDIEN DES USINES

PUBLIÉ LE 25/05/2020 À 09H30

MADE IN FRANCE. Spécialiste mondial des produits d'hygiène et de soins à base de coton, le groupe Lemoine est aujourd'hui le seul producteur en France d'écouvillons, ces dispositifs essentiels pour les prélèvements des tests virologiques du Covid-19. Cette aventure industrielle s'est mise en place en un mois seulement et va perdurer.



Le groupe Lemoine a installé une ligne de production inédite d'écouvillons dans son usine de Caligny. © Groupe Lemoine

Qu'importe la décrue des hospitalisations ou l'entame du déconfinement : les tensions perdurent sur le marché des tests de dépistage du Covid-19. Le 22 mai encore, un porte-parole de la Direction générale de la Santé (DGS) attestait que des tensions d'approvisionnement "*existent depuis plusieurs mois sur les automates, réactifs et consommables*", et que ces "*tensions se*

maintiendront probablement tant que la demande mondiale restera importante dans un contexte de pandémie".

Face à cette situation, le groupe Lemoine s'est engagé dès le 25 mars dans une nouvelle aventure industrielle : les écouvillons, dispositifs médicaux indispensables aux prélèvements pour les tests virologiques du Covid-19.

Une ligne de production en un mois

Basé à Caligny, dans l'Orne, ce groupe de 900 salariés, dont 250 en France, et qui a généré 140 millions de chiffre d'affaires en 2019, se présente comme le leader européen et le numéro deux mondial des produits d'hygiène et de soins à base de coton. Spécialiste des cotons tiges et des disques démaquillants, le groupe français s'est lancé en un petit mois seulement sur le créneau des écouvillons.

"Nous avons mis une semaine à mettre au point un prototype de dispositif rhino-pharyngé nécessaire aux tests de dépistage virologique, puis nous l'avons soumis au Service de santé des armées et l'AP-HP pour validation", raconte Jeanne Lemoine. La co-fondatrice et directrice générale du groupe ajoute ensuite que le *"travail en étroite collaboration avec ces services de santé a rendu possible le dépôt d'un dossier auprès de l'Agence nationale de sécurité du médicament (ANSM)",* puis l'obtention d'un accord dérogatoire le 21 avril qui a *"permis de commencer à livrer dès les 23-24 avril"*.

1 million d'écouvillons par semaine

Ce projet d'écouvillons n'a été implanté que dans son usine de Caligny. Il n'a pas été dupliqué dans les sept autres usines du groupe, établies en Allemagne, Pays-Bas, Estonie, Espagne (deux sites), Mexique et Philippines, ni dans les deux autres sites français, dans l'Orne, à Tinchebray (fabrication de tiges) et à Athis de L'Orne (injection plastique). Cette nouvelle production ne vise qu'à répondre aux besoins d'écouvillons en France. Pour le moment du moins. Aujourd'hui, le groupe Lemoine dispose d'une ligne de production dédiée, d'une capacité de 1 million d'écouvillons par semaine. Le projet a conduit au recrutement de 15 collaborateurs supplémentaires sur ce site d'environ 200 salariés.

L'industrialisation a été très rapide car, relève Jeanne Lemoine, *"nous maîtrisons tout le process industriel. Nous fabriquons nous-mêmes nos tiges, nous avons modifié une extrudeuse et créé une machine d'assemblage pour les spécificités des tiges et des embouts"*. Techniquement, les écouvillons sont des longs bâtonnets en polypropylène de 15 centimètres, dont la tige est sécable à 7 cm de l'embout cotonné pour faciliter les transports vers les laboratoires une fois le prélèvement effectué sur un patient. Après production des dispositifs, suivent les opérations d'ensachage et de stérilisation.

Produire au-delà de la crise sanitaire

Le projet a nécessité au moins 430 000 euros d'investissement, ainsi qu'une forte mobilisation pour adapter et créer les procédés industriels de cette ligne inédite dans l'usine. Laquelle produit en flux tendu en raison des besoins actuels, en particulier avec la forte montée en puissance des tests virologiques en France. Malgré ce projet mis en place en urgence, le maintien de cette ligne de production d'écouvillons à Caligny est désormais prévu. Jeanne Lemoine précise que *"nous continuerons de produire au-delà de cette crise sanitaire, pour que désormais reste fabriqué en France un tel dispositif. Nous travaillons aussi avec des partenaires pour l'associer à un liquide de transport et nous étudions des compléments de gamme"*.

Lien : <https://www.usinenouvelle.com/article/commet-le-groupe-lemoine-est-devenu-le-seul-fabricant-d-ecouvillons-en-france-en-un-mois-seulement.N967561>

Armencelle, le rituel naturel bio pour toutes les peaux

LA RÉDACTION EN PARTENARIAT AVEC ARMENCELLE VENDREDI 5 JUIN 2020 MIS À JOUR LE VENDREDI 5 JUIN 2020



Tout commence par un homme, père de famille, qui ne voulait plus voir sa femme et ses filles prendre soin d’elles avec des cosmétiques aux ingrédients controversés.

Pour “ses petites femmes”, il a fusionné sa vision et son désir, entremêlant les prénoms de ses deux filles, Armelle et Laurence, une marque de cosmétique Bio et naturelle made in France est née : Armencelle...

Pour répondre aux besoins de toutes les femmes, ils ont puisé dans des composants naturels aux actifs performants afin de réguler l’ensemble des problématiques de peau et notamment sur l’anti-âge : Extraits de bambou, huile de pépin de figue, eaux florales et acide hyaluronique forment un choix minutieux d’actifs qui composent la gamme visage, les soins corps et la collection huiles pour un panel complet qui permettra à chacune de trouver le rituel en accord avec la nature de sa peau.

site web: www.armencelle.com

[facebook.com/Armencelle](https://www.facebook.com/Armencelle) – twitter.com/armencelle

[instagram.com/armencelle_boites_roses](https://www.instagram.com/armencelle_boites_roses)

Lien : <https://www.mariefrance.fr/beaute/armencelle-rituel-naturel-bio-toutes-peaux-481390.html>

Nouveau à Rouans : Brunette, facilitatrice en produits responsables

Laure Gillot a créé Brunette, à Rouans. Une entreprise autour de valeurs qui met le français, le local, l'écologique et l'accessible au centre des produits qu'elle propose.



Laure Guillot dépose aussi des petites maisons dans les salons de coiffure relais pour faire découvrir quelques-uns de ses produits. (©le Courrier du pays de Retz)

Par **Rédaction Courrier du Pays de Retz** Publié le 10 Juin 20 à 9:39

Elle, c'est « **Brunette** » ! Son credo : acheter français et à deux pas de chez soi. **Laure Gillot**, habitante de **Rouans** (Loire-Atlantique) depuis quatre ans, jeune trentenaire dynamique avec des idées à revendre, a relevé le défi en créant son entreprise « made in Rouans », au cours de l'automne 2019.

C'est avec une solide expérience professionnelle qu'elle s'est engagée par conviction dans cette voie entrepreneuriale.

J'ai travaillé six ans sur Nantes dans une agence web en tant que chef de projet et deux dernières années responsables ressources humaines.

Et puis, le déclic est arrivé, « c'est un peu cliché mais c'est vrai, j'ai eu envie de passer le cap après la naissance de mon deuxième enfant et de redonner du sens à mon travail », résume-t-elle.

Rendre les produits accessibles

D'une petite brunette, comme elle (et tout comme la majeure partie de ses copines souligne-t-elle, amusée), est née son entreprise locale. « Le projet, c'était de rendre accessible l'achat responsable avec des **produits français issus d'entreprises françaises**. J'ai fait une étude de marché sur le secteur en préalable. Les gens sont pour ! On trouve beaucoup de choses à

Nantes même mais moins en périphérie. Or, si on se déplace sur Nantes, ça ne devient plus un achat responsable ! Je me suis dès lors demandé comment apporter du service en rapportant ces produits-là, en étant facilitatrice d'accès. J'ai donc concrétisé le projet avec un objectif majeur : je commercialise mais je veux aussi rendre ces produits accessibles à tous. Le made in France, ce n'est pas que du haut de gamme et je veille donc à avoir des prix abordables. »

C'est via [son site](#) qu'elle vend ses produits de toute sorte : homme, femme, enfant, maison et cosmétiques.

Elle choisit tous ses produits avec soin pour proposer ce qu'elle pense être « un bon produit », **le plus naturel et écologique possible**.

Et mieux, elle les teste ou **les fait tester à la maison**, et ce, pendant un mois au moins ! « Ce sont des produits dans lesquels je crois, que j'aime. Je ne suis pas une influenceuse ! », affirme-t-elle avec énergie.

Les salons de coiffure en relais

Une fois la commande passée, la livraison aussi est axée locale avec une valorisation du commerce de proximité : **les salons de coiffures du secteur** qui sont les points retraits des commandes, une vingtaine pour le moment.

C'est aussi une profession qui a envie d'apporter du service à sa clientèle et à sa commune. Et, pour retirer la commande, c'est largement ouvert et c'est pratique.

Laure y dépose elle-même les commandes en quelques jours. Elle veut aussi, à court terme, rendre possible la **vente à domicile**, comme elle le fera ce dimanche (masques de rigueur) : « J'aimerais ouvrir mes portes plus régulièrement. Ça me permet d'expliquer et de garder le côté humain, le contact ! »

Infos pratiques :

[Brunette](#), 7 Moulin de Bec, à Rouans, sur [Facebook](#) et [Instagram](#) aussi.

Lien : https://actu.fr/pays-de-la-loire/rouans_44145/nouveau-a-rouans-brunette-facilitatrice-en-produits-responsables_34185241.html

Pourquoi la nouvelle ligne de soins de Nuxe va-t-elle cartonner ?

BEAUTÉ 12 JUIN 2020

La marque de cosmétiques lance Nuxe Bio, une nouvelle gamme de soins bios simple, sensorielle, mixte et engagée.

par La rédaction Beauté .

De Nuxe, on connaît les produits devenus cultes que sont la Crème Fraîche ou encore l'Huile Prodigieuse, reconnus, entre autres, pour leurs effluves si particuliers et si identifiables...mais aussi la ligne Bio Beauté lancée en 2008. Parce que les technologies vertes ont considérablement progressées, Nuxe se réinvente et imagine une nouvelle gamme, Nuxe Bio, vegan, 100% made in France et construite autour d'ingrédients naturels simples reconnus pour leur efficacité. Au programme, neuf produits visages et une huile corps, pour filles et garçons.

On est immédiatement séduit par les packagings verts, jolis et sobres. Côté écologie, l'éco-conception est optimisée et le recyclage des flacons, des pots en verre et des étuis assuré. (Pour les capots, les pompes, les films plastiques protecteurs et les opercules, il faudra attendre.) Une fois le nez au-dessus des formules, on s'emballe car tout sent divinement bon la nature ! Chaque produit affiche une composition simple élaborée à partir d'ingrédients clés performants : graines de chia pour un sérum de jour antioxydant, riz (rouge, noir et blanc) et cocktail d'huiles (avocat, macadamia, sésame et jojoba) pour l'huile nocturne, noyaux réduits en poudre pour exfolier le visage et graines de moringa pour le nettoyer, ou encore noisette pour l'huile corps nourrissante...Ligne NUXE BIO, NUXE. De 16 à 39 euros, en pharmacie.

Previous arrow



Lien : <https://www.numero.com/fr/beaute/nuxe-bio-nouvelle-collection-bio>

Q•Re la beauté intérieur exprimée à l'extérieur

17 JUIN 2020



Q•Re comme Quotidien Revitalisant est une toute nouvelle marque de soins nutricosmétiques créée en 2019 par Emmanuelle Ravanas. Elle propose deux cures de compléments alimentaires : une pour les cheveux et une autre pour la peau. Ces routines sont toutes deux naturelles, sans gluten, sans OGM et fabriqué en France. En résumé, il s'agit d'une jolie marque responsable à découvrir. Voilà les points de départ fondateurs du projet de la jeune femme baptisé Q•Re. Une « cure » de naturel au service du bien être grâce à la beauté révélée.

Une marque aux convictions fortes

Pour Emmanuelle, « chaque personne détient une beauté naturelle et unique qu'elle doit laisser s'exprimer ». D'ailleurs, avant de se lancer dans cette aventure, la jeune femme a toujours baigné dans l'univers de la naturopathie. Elle a rapidement constaté que les produits cosmétiques traditionnels se composent majoritairement de substances chimiques, parfois nocives à long terme. Pour elle, la qualité de ce que l'on ingère est la clé de la santé et du bien-être. En effet, pour elle « c'est de l'intérieur que l'on peut agir durablement et efficacement sur le corps ». Cette conviction est au cœur de son projet.

La nutricosmétique ciblée

Les zones qui ont besoin d'être revitalisées sont ciblées grâce aux nutriments qui sont ingérés et qui vont agir directement à la source du problème. La beauté de chacun est ainsi naturellement magnifiée.



Des produits innovants ne contenant que l'essentiel

Les soins Q•Re, ont été conçus en collaboration avec des naturopathes, des docteurs en pharmacie et des professionnels spécialisés dans le domaine de la nutricosmétique. Ils sont fabriqués à partir d'ingrédients naturels de grande qualité, ils sont aussi responsables. Seulement 4 principes actifs par soin ont été concentrés en une gélule sans transiger sur des valeurs environnementales et éthiques : un packaging en verre et en carton 100% réutilisable et recyclable, ainsi que du made in France.

Une Q•Re aux actifs végétaux d'exception afin de réhydrater la peau

Ces compléments alimentaires ont spécialement été élaborés à base d'ingrédients essentiels pour une peau éclatante, hydratée et repulpée. Ce soin dispose de propriétés remarquables grâce à son équilibre parfait entre l'extrait de blé sans gluten, la SOD B, le Zinc et la Vitamine C.



Une Q•Re pour fortifier les cheveux

Ces nutricosmétiques ont été élaborés à partir de Kéranat regroupe tous les principes actifs essentiels pour lutter contre la chute des cheveux et améliorer leur repousse en apportant brillance, éclat et volume.



Q•Re, une marque qui prône l'estime de soi

Le rapport intime à l'estime de soi est une autre cause chère à Emmanuelle. En effet, la jeune femme a souffert de l'uniformisation des stéréotypes, des diktats de beautés imposées. Après un travail sur soi qui lui a permis de dépasser ses maux, elle a souhaité mettre son projet au service d'une ambition simple : aider chacun à révéler sa beauté. « Personne ne devrait être tenté de ressembler à celui qu'il n'est pas. La vraie beauté est celle qui nous différencie ».

Agir en harmonie avec le corps et la nature afin que chacun puisse laisser parler sa propre beauté. Améliorer son bien être grâce à cette beauté révélée. Telle est l'ambition de Q•Re.

Lien : <https://www.sohealthy.fr/q%E2%80%A2re-la-beaute-interieur-exprimee-a-lexterieur/>

Comment ce laboratoire de cosmétiques seynoïis a trouvé la bonne formule pour fêter ses 10 ans

PAR AMBRE MINGAZ Mis à jour le 24/06/2020 à 12:30 Publié le 19/06/2020 à 18:30



Grégoire Tutenuit, président, et Julien Gros, directeur général de Pôle Cosmétique (au centre polo noir et chemise claire) sont entourés désormais d'une vingtaine de salariés. Une équipe jeune et soudée durant le confinement pour produire à la tonne du gel hydroalcoolique. (Photo D.R.)

Le laboratoire de formulation de produits cosmétiques à l'origine, fondé à La Seyne il y a dix ans par deux ingénieurs chimistes, a beaucoup évolué depuis ses débuts. Sa machine Emuage a fait son succès.

Se démarquer, être agile, innover et rebondir en temps de crise. Pôle Cosmétique, la société fondée il y a tout juste dix ans à La Seyne-sur-Mer par Grégoire Tutenuit et Julien Gros, s'est appliquée à le faire. Une formule qui lui a réussi puisqu'aujourd'hui l'entreprise compte 21 salariés et réalise un chiffre d'affaires d'1,5 million d'euros. Après le confinement, trois personnes viennent même d'être recrutées. Une entreprise qui a pourtant failli fermer ses portes en 2014 à la suite d'un contrôle drastique de l'Agence nationale de sécurité et du médicament. Pourtant, malgré cela, la société a survécu, s'est déployée et s'est fait connaître jusqu'à devenir une incontournable pépite dans l'écosystème économique varois et régional. L'entreprise a même, en mai dernier, alors qu'elle soufflait ses dix bougies, contribué à l'élan solidaire national en produisant du gel hydroalcoolique livré dans toute la France. Aujourd'hui encore, elle est en capacité de produire 15 tonnes de gel par semaine. 100 tonnes ont déjà été commandées.

DES DÉBUTS À TVT DANS UN BUREAU DE 12 M2

Tout a commencé en 2010 lorsque Grégoire Tutenuit et Julien Gros décident de créer leur propre laboratoire de formulation. Les deux ingénieurs chimistes se sont connus à l'école. Ils ont par la suite travaillé dans la même entreprise en Suisse. A l'époque, ils développaient des formulations cosmétiques dédiées à la marque L'Oréal. Arrivés à Toulon en 2010 où Grégoire a de la famille, les deux hommes frappent à la porte de l'association TVT Innovation. **"Nous avons commencé dans un petit bureau de 12 m², se souvient Grégoire Tutenuit. Nos clients venaient avec des idées, des projets, et nous leur faisons la formule du produit puis nous sous-traitons la fabrication."**

Pôle Cosmétique réalise à ses débuts des formules pour des produits capillaires, notamment pour le fameux lissage brésilien. **"Nous étions les premiers en France à le faire. Notre objectif était de répondre à la demande des petits entrepreneurs qui voulaient lancer leur gamme pour créer de A à Z leurs produits cosmétiques. A l'époque, très peu d'entreprises le faisaient. Ça a plutôt bien marché."**

La filiale Cosméprod est créée en 2012, dédiée à la fabrication, car les deux hommes ne sont pas satisfaits de la sous-traitance. **"Nous avons des problèmes de qualité. C'était un frein à notre croissance."** TVT et la Région, par des prêts à la création et au développement d'un montant total de 120.000 euros leur permettent de réaliser eux-mêmes la fabrication des produits. Fin 2012, deux personnes sont embauchées pour rejoindre l'équipe. **"On pataugeait dans les cuves de shampoing"**, se souvient Grégoire Tutenuit.

2013 est alors **"une excellente année"**. Les clients nationaux et internationaux se pressent. **"Des entreprises de plus en plus grosses ont fait appel à nous."** Mais en 2014, l'Agence nationale de sécurité et du médicament (l'équivalent de la répression des fraudes) procède à un contrôle. Un mauvais souvenir. **"ça a été très difficile mais, en moins de six mois, nous avons réussi à répondre aux injonctions de l'ANSM et ça nous a permis d'atteindre un niveau de qualité parmi les plus hauts standards en France."**

UNE FILIALE R&D AVEC B2B COSMETICS

2015 marque alors un tournant. Pour résister au poids des grosses marques dans ce domaine et **"sortir de l'activité traditionnelle des laboratoires de cosmétiques"**, les ingénieurs décident de créer une filiale R&D B2B Cosmetics qui leur permettra de mettre au monde leur produit Emuage, une machine qui permet, à l'image de la Nespresso, de confectionner soi-même, chez soi, ses propres produits cosmétiques à l'aide de capsules. **"Il nous fallait nous démarquer en**

proposant quelque chose d'innovant, qui sorte de l'ordinaire. Nous voulions mettre l'innovation au cœur de nos priorités."

Alors que les deux hommes avaient d'abord pensé créer un site internet pour permettre à leurs clients de choisir leurs produits et parfums pour confectionner des shampoings personnalisés, c'est en revenant d'un cours de cuisine qu'ils ont l'idée d'Emuage et de cette machine. **"Le potentiel était beaucoup plus grand."**

Fin 2015 commence la recherche. Et presque cinq ans de R&D plus tard, le prototype final de la machine est arrêté. **"Nous avons encore quelques corrections à faire mais nous devrions pouvoir lancer la production fin**

septembre." Il aura fallu presque 1,5 million d'euros pour lancer l'outillage et

produire en masse. **"Cette semaine, nous envoyons les pièces pour**

leur fabrication industrielle." Des pièces made in France qui seront

assemblées à Toulon pour commencer car, la prochaine étape, en 2021, consistera à trouver un sous-traitant français pour l'assemblage de la machine.

D'ici là, l'avenir s'annonce sous les meilleurs auspices. BSF, le numéro un mondial allemand de la chimie a choisi d'investir dans ce projet dès 2018 à hauteur de plus d'un million d'euros. Ce que n'a pas osé faire L'Oréal, plus frileuse à l'idée de se lancer à

l'époque. **"En septembre dernier, lorsque nous les avons**

rencontrés, ils nous ont dit que c'était la meilleure plateforme pour faire ses cosmétiques maisons qu'ils avaient vue jusqu'ici.

Mais BASF nous a fait tout de suite confiance. Les perspectives

sont mondiales. Grâce à Emuage, nous avons augmenté notre

expertise sur la personnalisation du packaging et les injections

en flacon."

AUJOURD'HUI TOURNÉE VERS LA BLUE BEAUTY

Aujourd'hui Pôle Cosmétique, forte de 300 clients, se lance ainsi dans une autre voie: la blue beauty. Pour limiter l'impact environnemental de nos déchets plastique rejetés dans les océans, la société varoise a décidé de les racheter à la tonne pour les recycler

elle-même afin d'en faire de nouveaux flacons personnalisables pour ses clients. **"C'est tout nouveau. Nous souhaitons capitaliser sur notre expérience**

avec Emuage pour proposer de nouveaux services et aussi parce

que c'est l'avenir. L'industrie cosmétique est extrêmement

polluante. Nous sommes obligés de jeter des matières

premières. L'idée est de limiter l'impact environnemental et de

corriger les erreurs du passé. Or, l'une de nos priorités est le

développement durable. Et c'est un service très rare en France.

En internalisant la fabrication et l'injection plastique, c'est un

plus pour nos clients."



Grégoire Tutenuit et Julien Gros ont décroché un award deux années de suite au CES de Vegas pour leur machine Emuage, issue de leur filiale de R&D B2B Cosmetics. (Photos A.M.) Photo doc. A.M.

REPÈRES

2010: Création à La Seyne de Pôle Cosmétique pour la formulation de produits cosmétique.

2012: création de Cosméprod, la filiale de fabrication.

2015: création de B2B Cosmetics pour l'innovation.

2017: Les créateurs d'Emuage décrochent 30.000 euros de prêt de Bpifrance et TVT.

2018/2019: La machine Emuage décroche un award au CES de Vegas, ainsi qu'en 2019 grâce au soutien de la Région. BASF y a investi plus d'1 million d'euros. Pôle Cosmétique a investi 1,2 million d'euros dans un nouveau bâtiment de 1.300m² à Six-Fours pour abriter son laboratoire de formulation et de fabrication. De 10.000 euros de chiffre d'affaires en 2010, la société a réalisé 1,5 million d'euros en 2019.

Lien : <https://www.varmatin.com/economie/comment-ce-laboratoire-de-cosmetiques-seynoises-a-trouve-la-bonne-formule-pour-feter-ses-10-ans-528532>

Les box mensuelles : des initiatives green et locales dans votre boîte aux lettres

Les box mensuelles ne sont pas toutes de simples boîtes remplies de produits. Découvrez les box qui apportent écologie, petits producteurs et initiatives inspirantes directement chez vous.

Publi-Rédactionnel - 19 juin 2020

Grenadia sur *POSITIVR* - Cet article vous est proposé à l'initiative de Grenadia, indépendamment de la Rédaction *POSITIVR*.



Photo : Grenadia

Connaissez-vous le concept des box mensuelles ? L'idée est née aux États-Unis. Katia Beauchamp et Hayley Barna, deux étudiantes diplômées de la Harvard Business School, ont lancé en 2010 la toute première box par abonnement, **Birchbox**. Le but ? Faire parvenir chaque mois à des abonnées des miniatures de produits de beauté, afin de pouvoir les tester à moindres frais. Depuis, Birchbox a traversé l'Atlantique pour conquérir le cœur des Françaises. À ce jour, la box beauté compte plus de 4 millions d'abonnées et de clientes dans le monde entier. Et bien sûr, elle a fait des émules.

Aujourd'hui, il existe près de 250 box en tout genre en France (qui sont référencées et testées par deux sites principaux : [Toutes les Box](#) et [La Box du mois](#)), dont le principe est le même qu'à l'origine : livrer des produits directement aux consommateurs, en échange d'un abonnement mensuel. Et s'il s'agit d'une méthode originale pour tester des cosmétiques ou de la nourriture à moindre coût, les box peuvent aussi être une bonne façon de soutenir des producteurs ou entrepreneurs locaux, de s'offrir des produits naturels ou vegan, ou encore de découvrir des méthodes éducatives alternatives.



Photo : Grenadia

Car le concept des box mensuelles a permis de mettre en avant le travail et le talent de petites entreprises. De nos jours, une part très importante des box présentes sur le marché

sont issues d'initiatives locales. Il faut dire qu'en envoyant directement leurs produits à domicile, les petits producteurs et entrepreneurs peuvent considérablement étendre leur zone de chalandise : au lieu de toucher une clientèle purement locale, ils peuvent proposer leur savoir-faire à toute la France. Un bon moyen de découvrir leur univers !

Les box mensuelles permettent également de s'offrir des produits plus éthiques et respectueux de l'environnement à prix doux. La valeur du contenu des box étant toujours supérieure au prix de l'abonnement, on peut ainsi facilement changer sa façon de consommer tout en découvrant des marques pas forcément accessibles en temps normal, qu'il s'agisse de leur prix ou de leur disponibilité.

Sachez que les box mensuelles sont aussi une source d'activités particulièrement ludiques pour les enfants. Au lieu de les diriger vers la télévision et les smartphones, plusieurs box pour enfants leur proposent des kits afin de booster leur créativité, de leur apprendre de nouvelles choses et de les sensibiliser à l'écologie, à l'art ou encore aux questions de société.

Enfin, les box mensuelles ont un dernier avantage, et non des moindres : elles font plaisir. En recevant des coffrets surprise chez eux, nombre de gens peuvent ainsi s'offrir un moment de joie chaque mois, comme s'ils recevaient un cadeau. C'est d'autant plus important pour les personnes isolées et n'ayant pas forcément accès à ces produits selon la région où elles vivent, mais aussi pour les personnes à mobilité réduite.

Si toutefois vous doutez encore du pouvoir positif des box mensuelles, voici quelques initiatives qui vont peut-être vous faire changer d'avis.

Les box beauté engagées



Photo : Grenadia

Aimer la beauté ne veut pas dire renoncer à son éthique ou à ses principes. Si vous souhaitez consommer des produits naturels, bio ou encore vegan, plusieurs solutions s'offrent à vous dans l'univers des box beauté.

[Nuoo](#) est probablement l'une des [box beauté](#) naturelle les plus connues. Comme l'indique sa charte, Nuoo sélectionne ses produits selon trois critères : la composition (minimum 95% d'ingrédients naturels et exclusion des produits contenant des ingrédients indésirables), la démarche éthique des marques (contre les tests sur les animaux, packagings recyclés et/ou recyclables ou zéro déchet, processus de fabrication respectueux de l'environnement) et sensorialité et efficacité des produits. Côté emballages, Nuoo utilise du carton recyclé,

fabriqué en France, ainsi que des encres végétales. Les packagings en tissu sont quant à eux fabriqués en coton certifié bio.

[Biotyfull Box](#) s'engage également à proposer des produits bio ou naturels, fabriqués en France et en format vente. Ses critères de sélection sont clairs : produits de qualité à plus de 95% d'ingrédients naturels et processus de fabrication réalisés strictement en France. Biotyfull Box s'appuie sur une analyse précise de la liste INCI des produits, c'est-à-dire la liste des ingrédients, pour choisir les produits qui rejoindront la box. Ils sont aussi garantis cruelty-free.

Citons aussi [Belle au Naturel](#), qui fait aussi le choix de promouvoir des marques françaises et de livrer des produits 100% bio et labellisés. Tous sont en format vente et non testés sur les animaux. Par ailleurs, Belle au Naturel a choisi du carton recyclé pour son emballage et plante un arbre pour chaque nouvelle abonnée.

Nous pouvons parler aussi de la [Beautiful Box](#), dont les box sont conçues et conditionnées en France, dans des coffrets certifiés par les écolabels FSC / PEFC.

Les box enfants pour apprendre en s'amusant



Photo : Grenadia

Le confinement l'a montré : difficile d'occuper ses enfants sans les abandonner quelques heures devant la télé et les jeux vidéo. Si vous souhaitez réduire les écrans dans leur quotidien, plusieurs box mensuelles proposent des activités ludiques et enrichissantes.

[Pandacraft](#) a par exemple pour objectif d'aider les enfants à découvrir le monde, mais aussi à se découvrir eux-mêmes, en promouvant des valeurs d'ouverture et d'épanouissement. Pandacraft envoie donc chaque mois des kits sur une thématique (nature et animaux, histoire et géographie, sciences et arts et société), en accord avec la tranche d'âge de l'enfant. Ces kits contiennent un magazine, une activité manuelle et une sélection de contenus pour aller plus loin dans le thème.

La [toucanBox](#) est elle aussi une box créative, créée par une éducatrice Montessori et son équipe. Là aussi, vous recevez un magazine contenant des recettes, des expériences et des jeux, ainsi que deux activités créatives à réaliser pas à pas. De quoi booster la confiance en soi des enfants et contribuer à leur éveil artistique.

Merci Mercredi est quant à elle une box proposant des activités à visée écologique. Chaque mercredi, vous recevez par mail une activité éco-créative à réaliser en famille, et tous les mois, un atelier pour éveiller les consciences sur l'importance de la biodiversité, de l'égalité et du recyclage, entre autres. Merci Mercredi plante également un arbre pour chaque abonnement.

Les box de vins issus de petits producteurs



Photo : Grenadia

Rien de plus simple que d'acheter une bouteille de vin : on en trouve au supermarché, et même en supérette. Cependant, quand on veut goûter des vins plus « authentiques » sans s'y connaître vraiment ou vivre dans une région très viticole, la tâche peut sembler ardue. C'est pourquoi certaines [box de vins](#) mettent un point d'honneur à privilégier des petits producteurs.

Trouve ton Vigneron, par exemple, vous propose de découvrir un domaine en dégustant une ou trois bouteilles de vin, selon votre abonnement, choisie(s) par le vigneron lui-même. Le livret qui les accompagne présente l'histoire et la localisation du domaine en question, contient une interview du vigneron et des fiches sur les vins sélectionnés.

Trois Fois Vins s'attache également à travailler avec des petits producteurs et des vigneron méconnus, afin de soutenir la viticulture responsable. Les bouteilles sont choisies par Marie-Dominique Bradford, experte en dégustation.

Les box de bières artisanales



Photo : Grenadia

Dans l'univers des bières aussi, il est possible de changer des marques célèbres pour découvrir des brasseries plus confidentielles. Et pour les trouver, rien ne vaut les box mensuelles.

Si vous êtes particulièrement friand(e) de bières belges, optez pour Belgibeer, la box qui remplit vos colis au fil de ses découvertes en brasseries artisanales du plat pays. Celles-ci utilisent en effet des processus différents de ceux des industries, qui ont tendance à ajouter du sucre ou de la graisse. Belgibeer a donc pour objectif de soutenir les artisans brasseurs.

Si vous êtes plus chauvin(e), Ma Bière Box propose quant à elle des bières 100% françaises. Là aussi, le mot « artisanal » est la clé, et vous recevez même des conseils d'accords culinaires.

Enfin, Le Cercle de l'Orge vous promet également des bières françaises, issues de microbrasseries, qui sont plus de 1500 dans l'Hexagone. Autant dire que vous avez de nombreuses découvertes à faire, tout en aidant ces artisans à poursuivre leur activité.

Les box de thés et infusions de qualité



Photo : Grenadia

À l'instar du vin ou de la bière, le thé de qualité, créé par des marques qualitatives, peut-être difficile à trouver quand on ne dispose pas de boutiques spécialisées près de chez soi. Heureusement, il existe des box qui s'occupent de les dénicher pour vous.

La plus connue, La Thé Box, propose chaque mois 30 dégustations de thés et infusions, choisis avec soin chez des marques reconnues pour leur excellence, comme Dammann Frères, mais aussi chez des petites marques comme Tamia & Julia ou Chic des Plantes, spécialisée en infusions bio.

La box Colors of Tea expédie quant à elle un assortiment de 5 thés et tisanes bio. Il est possible de la personnaliser entièrement, de recevoir une sélection basée sur ses goûts ou de choisir la surprise totale. En plus, les packagings sont entièrement recyclables.

Les box geek pour vivre sa passion à fond

Quand on est geek, mais qu'on n'a pas accès à des grandes surfaces spécialisées pour démarrer une collection de figurines ou s'offrir des T-shirts à l'effigie de nos héros, la frustration peut se faire ressentir. Preuve que les box geek ont encore de beaux jours devant elles !

Wootbox est une célèbre box geek livrant chaque mois au minimum 50 € de produits dérivés de la pop culture : T-shirt, figurines, pin's et accessoires en tout genre. Idéal pour proclamer sa passion pour les jeux vidéo ou les films de super héros.

Mentionnons aussi MyLudikBox, qui se spécialise dans les jeux de société. Vous pouvez choisir le thème qui vous correspond le mieux (jeux enfants, jeux d'ambiance, jeux de stratégie ou jeux à deux) et profiter ainsi de jeux que vous ne trouverez pas dans le premier supermarché venu.

Les box livres pour bouquiner facilement

Les box mensuelles peuvent aussi apporter un peu de culture dans notre foyer. Il existe en effet plusieurs box de lecture, pour assouvir vos besoins en romans, nouvelles et autres essais.

Kube est une box permettant de recevoir un livre en grand format ou format poche, choisi sur mesure par un libraire indépendant, en fonction de vos goûts (grâce à un questionnaire rempli par vos soins). Très pratique pour faire de belles découvertes lecture sans pour autant tomber sur un bouquin à l'opposé de ce que vous aimez.

Cependant, si vous êtes plutôt du genre à aimer les surprises, My Book Box est une bonne option pour vous. Les livres envoyés aux abonnés sont en effet choisis en fonction d'un thème, qui change tous les mois. Cette box est idéale pour sortir de sa zone de confort.

Les box fleurs et jardinage écolo



Photo : Grenadia

Vouloir adopter un mode de vie plus proche de la nature, cela peut aussi passer par le fait de créer son propre potager, ou de fleurir sa maison. Là encore, il existe plusieurs options pour

vous mettre au jardinage au naturel, ou décorer votre intérieur de fleurs de saison [avec des Box fleurs](#).

Mon Petit Coin Vert est une box de jardinage bio qui va vous envoyer chaque mois des graines bio de légumes à faire pousser dans votre jardin ou sur votre balcon. Sont inclus également des pastilles de coco, pour cultiver les légumes dès réception, ainsi que des conseils et une surprise horticole.

La Box à Planter a un peu le même principe (graines bio et françaises), mais envoie ses coffrets de façon saisonnière, ce qui est pratique quand on dispose de peu de place. De plus, les papiers et cartons de la box sont recyclés et imprimés en France à partir d'encre végétales.

Si vous aimez les fleurs, la box Monsieur Marguerite peut vous en livrer en respectant 5 grands engagements : privilégier les producteurs locaux, sélectionner des variétés de saison cultivées sans chauffage, travailler avec exploitations en culture raisonnée, utiliser un maximum de matières renouvelables dans les produits et packagings et trier les déchets.

Les box bijoux made in France

Il est souvent difficile de savoir d'où viennent les bijoux que nous achetons en magasin. La plupart des bijoux fantaisie sont fabriqués à l'autre bout du monde, et il est légitime de chercher à s'offrir un joli collier tout en soutenant des créateurs locaux. C'est ce que proposent les box suivantes.

La box ChoosEmi, notamment, a décidé de fabriquer des bijoux en acier inoxydable en tenant compte des enjeux environnementaux. Les bijoux sont créés et fabriqués à Rennes, et l'emballage est 100% recyclable.

Emma & Chloé est une box qui fabrique quant à elle ses bijoux en laiton doré à l'or fin ou argenté rhodié dans son atelier parisien, avec des pierres naturelles.

Les autres box qui font du bien

Les box mensuelles ne se cantonnent pas aux catégories citées plus haut. Il en existe dans tous domaines imaginables.

Par exemple, la box Les Nouveaux Fromagers vous permet de recevoir chaque mois des fromages AOP et des découvertes dénichées auprès de petits producteurs. La Gourmet Box livre quant à elle des produits d'épicerie fine issus du terroir français. Ookies propose des préparations pour pâtisserie labellisées bio. Sans oublier Pousse Pousse, qui vous donne toutes les clés pour adopter le zéro déchet dans votre maison.

Box rhum, box bonbons, box sport, il y en a pour tous les goûts et tous les budgets. Les box mensuelles mettent en avant une façon nouvelle de consommer et facilitent l'accessibilité de nombreux produits. Elles sont aussi un moyen formidable de découvrir le savoir-faire

d'artisans, producteurs et créateurs de notre beau pays, et soutiennent souvent des valeurs écologiques et sociétales fortes. À vous de trouver celle qui vous correspond le mieux !

Retrouvez toutes les Box mensuelles sur laboxdumois.fr et touteslesbox.fr.

Lien : <https://positivr.fr/box-mensuelles-beaute-educatives-nature/>

Anti-âge : ce soin bio contient l'une des huiles les plus puissantes du monde végétal pour lutter contre les rides... Et il est français

Lutter contre les rides avec des actifs naturels et bio ? C'est la promesse tenue par cette gamme anti-âge qui inclut l'huile de pépins de figue de barbarie, l'un des antioxydants les plus efficaces issu du monde végétal.

Cynthia Lahoma



iStock

C'est une ligne de beauté qui prend naissance au cœur du Pays basque : **Ostium**. Première marque bio de luxe **anti-âge** française, elle a pour seul objectif d'offrir une routine globale, respectueuse de la santé et de la planète. Au cœur de ses soins ? Une formulation aux actifs aussi rares que puissants, soigneusement choisis, qui démontre que la nature regorge de merveilles. En effet, la gamme d'Ostium repose sur un phytocomplexe unique : OPUNTIA 14 G. Composée de quatre actifs 100 % naturels, cette préparation inclut de l'huile de pépins de Figue de Barbarie. Et si l'on insiste sur la présence de cette dernière, ce n'est pas parce qu'il s'agit de l'une des **huiles** les plus chères, mais parce qu'elle est reconnue comme étant « *l'antioxydant le plus puissant du monde végétal* » indique la marque. De quoi lutter contre les radicaux libres et le stress oxydatif responsables de l'accélération du vieillissement cutané. Cette précieuse huile est associée, entre autres, à l'algue Wakam et à de l'acide hyaluronique obtenu par extraction du blé. Le combo parfait pour stimuler la synthèse du collagène, repulper la peau et lui assurer une parfaite hydratation.

Des soins anti-âge français et respectueux

Si **Ostium** se distingue, c'est parce que ses soins sont dépourvus de superflu et de dérivés controversés. Son seul but est d'offrir à notre épiderme ce qu'il y a de meilleur afin de prévenir les effets du vieillissement cutané et de les corriger. La gamme se décline en une Crème Riche Jour & Nuit, un Sérum Tenseur anti-rides, un Masque Repulpant et une Huile Démaquillante Lactée, enrichis en aloe vera, beurre de karité ou encore en eau florale de Rose de Damas. De quoi régénérer, nourrir et assouplir notre **peau** tout en lui assurant une protection face aux agressions extérieures. Autre détail qui a son importance, les soins nous parent d'un parfum naturel créé par un Maître parfumeur à Grasse. Et ce n'est pas le seul point « made in France » propre à Ostium puisque la marque est fondée sur cet axe. Pour fabriquer ses produits, contenus dans des packaging recyclables, elle met à l'honneur l'activité locale en travaillant avec un éco-laboratoire situé en plein cœur de la campagne landaise. Autant d'exigences qui ont permis à Ostium de recevoir la certification ECOCERT Cosmos Organic.

Lien : <https://www.femina.fr/article/anti-age-ce-soin-bio-contient-l-une-des-huiles-les-plus-puissantes-du-monde-vegetal-pour-lutter-contre-les-rides-et-il-est-franc>

CRÈME, GEL, BAUME : NOTRE SÉLECTION DE DÉODORANTS SANS SELS D'ALUMINIUM ET EFFICACES

Publié le 27 juin 2020 - Mis à jour le 30 juin 2020

Par [Léa Dechambre](#)

Pendant cette période de grosses chaleurs, il est très important de bien choisir son déodorant. Composés d'ingrédients bio et naturels, ces sept déodorants vous apporteront la fraîcheur dont vous avez besoin tout au long de la journée, garantis sans sels d'aluminium pour respecter votre peau et votre santé.

1. Crème Glacée de Karité 2 en 1- Hydra déodorante, Karethic

Gourmande et fondante, la crème glacée déodorante est une recette au karité Grand Cru frais 100 % non traité, naturel et certifié bio. Contrairement à un déodorant classique, elle peut s'appliquer sur tout le corps, protège votre peau tout en éliminant les bactéries à l'origine des odeurs désagréables. Économique, zéro plastique, zéro déchet et zéro gaspillage, elle remplace un déodorant et une crème hydratante. Deux recettes sont proposées : avec huile essentielle d'agrumes et sans huile essentielle.

Elle est fabriquée par un artisan savonnier en région Lyonnaise et testée par un panel durant 12 mois.

[9 euros chez Karethic](#)

2. Déodorant peaux sensibles "Le délicat", Omum

Fabriqué en France et garanti sans sels d'aluminium, sans alcool, sans bicarbonate et sans huile essentielle, ce déo neutralise les mauvaises odeurs sans irriter les peaux plus sensibles. Non gras, il ne tache pas les vêtements. Il est composé de triethyl citrate et d'hydrolat d'hamamélis, deux actifs 100 % naturels qui préviennent la prolifération des bactéries responsables des mauvaises odeurs. Le bambou régule l'humidité, matifie la peau et absorbe la sueur et le sébum. L'aloé vera et l'extrait de lotus protègent et adoucissent la peau sensible des aisselles même après le rasage ou l'épilation.

Il convient aux femmes enceintes et allaitantes.

[6,32 euros chez Mademoiselle Bio](#)

3. Gel-crème déodorant "Dôme", Guérande

Ce déodorant gel-crème aux Eaux-Mères assainit la peau des aisselles sans l'irriter. Il protège contre les odeurs tout en laissant la peau respirer, et absorbe l'humidité sans bloquer la transpiration naturelle. Il évite les traces sur les vêtements. Son parfum marin et végétal est frais et délicat.

Son dôme applicateur pratique glisse sur la peau tout en douceur.

[10,90 euros chez Guérande](#)

4. Déodorant solide en stick "Keep cool", oOlution

Ce déodorant régule la transpiration et neutralise les odeurs sans laisser de traces. Sa synergie de plus de 25 actifs végétaux bio (huiles végétales et beurres végétaux) purifiants et absorbants est issue de cueillettes durables. Il s'applique facilement et rapidement grâce à son stick pratique et zéro déchet, et à sa texture douce et non grasse. Il convient aux peaux sensibles et peut s'utiliser à tout moment, même après épilation.

Son parfum, 100 % d'origine naturelle, est un délicieux mélange aux notes douces d'agrumes.

[12 euros chez oOlution](#)

5. Déodorant douceur fleur d'amandier, Acorelle

Composé de terre de diatomée absorbante et d'eau de menthe poivrée rafraîchissante, ce déodorant absorbe la transpiration et neutralise les mauvaises odeurs pendant 24 h tout en laissant un délicat parfum d'amande sur vos aisselles. Formulé pour les peaux sensibles, ce déodorant stick a une texture onctueuse qui fond sur la peau sans l'irriter et sans laisser de traces.

Ses ingrédients sont d'origine naturelle et issus de l'agriculture biologique.

[10,90 euros chez Mademoiselle Bio](#)

6. Baume déodorant aux huiles essentielles "Le Poudré", Clémence et Vivien

Dans son joli pot aux nuances bleutées, ce déodorant crème renferme des huiles essentielles précieuses de fleur d'oranger et de lavande, très délicates pour la peau. Il offre un parfum incroyable inspiré de la parfumerie, très fleuri avec une dominante de lavande. Le déo s'applique aux doigts, et son touché est soyeux et non gras.

Ce déodorant est 100 % naturel et sans sels d'aluminium.

[8,90 euros chez Doux Good](#)

7. Déodorant nature bio sans parfum, Aroma-zone

Sans parfum, sans dérivés d'huile de palme, sans alcool ni sels d'aluminium, ce déodorant est certifié bio et garantit une efficacité 24 h contre les mauvaises odeurs. Sa formule brevetée 100 % d'origine naturelle associe les meilleurs actifs antibactériens et absorbants pour une efficacité anti-odeur et anti-humidité terre de diatomée pour absorber l'humidité, le zinc ricinoléate pour neutraliser les mauvaises odeurs, l'huile végétale de coco bio aux propriétés antimicrobiennes, l'aloé vera pour une peau toute douce et l'huile végétale de souchet bio réputée pour freiner la pousse des poils.

Ce déodorant s'utilise tel mais peut aussi être personnalisé selon vos besoins et goûts en ajoutant actifs et/ou parfums naturels.

[3,90 euros chez Aroma-zone](#)

Lien : <https://www.femininbio.com/beaute-mode/selections-shopping/7-nouveaux-deodorants-anti-transpirants-bio-sels-d-aluminium-99923>

Maison Sarah Lavoine dévoile sa ligne de cosmétiques naturels et 100 % Made in France



© MAISON SARAH LAVOINE

29 juin 2020 à 09h05

Par **Chloé Maurin**

Maison Sarah Lavoine vient de dévoiler ses produits de beauté naturels qui font la belle part aux agrumes dans des flacons designs.



© MAISON SARAH LAVOINE

Agrumes en beauté chez Maison Sarah Lavoine

La ligne de beauté inédite de la créatrice mode et déco.

[A découvrir ici.](#)



© MAISON SARAH LAVOINE

Naturels et 100 % Made In France

Le soin et savon de Maison Sarah Lavoine.

[A découvrir ici.](#)



© MAISON SARAH LAVOINE

Les produits naturels de Maison Sarah Lavoine

La crème fondante aux notes d'agrumes.

[A découvrir ici.](#)

Après la décoration avec son bleu canard iconique et la mode avec ses collections résolument dans l'air du temps, la créatrice touche-à-tout et **spécialiste de l'art de vivre Sarah Lavoine** s'essaye à la beauté avec beauté avec sa griffe Maison Sarah Lavoine. 100 % Made in France, sa **ligne de soins naturels** est composée de deux indispensables beauté aux notes d'agrumes - **parfum signature de l'architecte d'intérieur** - et à la texture toute douce : une crème mains et corps ainsi qu'un savon liquide. Leurs plus ? Un design ultra-chic qui n'est pas sans rappeler l'univers déco léché de Sarah Lavoine.

Les produits de beauté responsables de Maison Sarah Lavoine

Parce qu'en 2020, le **snobisme beauté ultime** est de prendre en soi en respectant la planète, **Maison Sarah Lavoine** vise juste sa ligne à travers un prisme le plus naturel possible : au programme, des produits fabriqués uniquement en France et qui font la belle part à des **ingrédients naturels issus de l'agriculture bio**. Entièrement made in France et naturelle : notre routine beauté lui dit merci d'avance !

Lien : [grazia.fr/beaute/soins-visage-corps/maison-sarah-lavoine-devoile-sa-ligne-de-cosmetiques-naturels-et-100-made-in-france-962421](https://www.grazia.fr/beaute/soins-visage-corps/maison-sarah-lavoine-devoile-sa-ligne-de-cosmetiques-naturels-et-100-made-in-france-962421)

Euro Wipes lance son offre de masques imprégnés durables made in France

Groupe Anjac H&B
29 juin 2020



Euro Wipes, Groupe Anjac Health & Beauty, expert dans les solutions imprégnées pour les applications hygiènes, cosmétiques, maison et santé inaugure sa première ligne de fabrication de masques supports et offre des solutions naturelles, biodégradables et compostables. Une diversification stratégique pour ce leader français qui offre des produits efficaces clés en main et sur-mesure, le tout en full service 100% made in France.

En collaboration avec la R&D du laboratoire Shadeline, Euro Wipes étend son offre de produits dermo-cosmétiques avec notamment un **masque visage anti-démangeaison et irritation à base de prébiotiques avec 99% d'ingrédients d'origine naturelle.**

« La société travaille également des formulations avec des actifs encapsulés pour améliorer leur biodisponibilité et booster leur efficacité sur la peau », explique Guillaume Cantelou, Directeur Général d'Euro Wipes.

Enfin, la société lancera en fin d'année un nouveau format de masque avec un **système innovant Bi-compartment, sans ajout de conservateur.** Cette offre de masques sera proposée en **sachet recyclable en papier ou en mono-matériau** pour une **conception 100% écologique.**

Un effort que la société entend bien soutenir avec un rythme continue d'innovations durables, à forte valeur ajoutée en **dermo-cosmétiques et cosmétiques.**

Avec cette nouvelle offre, Euro Wipes confirme son positionnement d'expert français sur supports imprégnés en proposant des solutions **toujours plus efficaces et durables.** Avec des supports 100 % naturels, biodégradables, des références certifiées « home compost » ou « bio » et des

packagings sans plastique, la société fait le pari d'une **innovation responsable et transparente** avec l'appui notamment du groupe ANJAC et sa vision très engagée en termes de durabilité environnementale.

Lien : <https://www.premiumbeautynews.com/fr/euro-wipes-lance-son-offre-de,16928>

Saint-Lô : la boutique de produits cosmétiques naturels made in France

Augustine arrive en ville

Il y a quelques jours, Augustine a ouvert ses portes dans le centre-ville de Saint-Lô (Manche). Cette nouvelle boutique propose des cosmétiques naturels fabriqués en France.



Avec Augustine, Mélanie et Christelle Enguehard, 41 ans, proposent des produits respectueux de l'environnement et de la santé. (© Côté Manche)
Par **Vincent Giard** Publié le 6 Jul 20 à 19:13

Depuis l'ouverture **le vendredi 26 juin 2020**, la boutique ne désemplit pas. Les clientes se pressent pour acheter les derniers produits proposés par [Augustine](#) et découvrir **cette jeune société créée en décembre 2017** par deux sœurs, Mélanie et Christelle Enguehard.

Originaires de Marigny (Manche), elles ont décidé de créer [Augustine](#) **pour consommer mieux et plus sainement**. Les précisions de Mélanie Enguehard, 41 ans.

Nous travaillons avec une trentaine de marques engagées, qui proposent des produits cosmétiques naturels (sans huile de palme), uniquement bio, fabriqués exclusivement en France. Nous testons tous les produits présents en boutique. S'ils remplissent nos critères, nous mettons en place un partenariat avec les marques. »

Une ascension rapide

Dès le début de l'aventure, Mélanie et Christelle ont lancé **leur boutique en ligne** baptisée Augustine, en hommage à leur arrière grand-mère.

Puis, rapidement, elles ont décidé d'ouvrir un magasin dans **une ferme située à Giéville** (Manche), près de Saint-Lô.

Nous étions ouverts tous les samedi après-midis, de 14 h à 17 h. Cela marchait très bien, alors on s'est dit que si ça fonctionnait en pleine campagne, pourquoi ça ne marcherait pas en ville. »

Ni une, ni deux, **les deux frangines** se sont mises en quête d'un local.

Nous avons trouvé notre bonheur avec cet emplacement idéalement situé, juste à côté de la Fnac (ex-Planet'R). Il correspondait à nos attentes. En trois semaines, grâce à l'aide de nos conjoints respectifs, nous avons fait quelques travaux (parquet, peinture, pose d'étagères, déco)... »

Avant d'ouvrir **il y a quelques jours**.



La boutique Augustine a déménagé fin juin 2020, de Giéville à Saint-Lô. (© *Côté Manche* – Vincent Giard)

Des nouveautés à découvrir

Les jumelles ont profité de l'installation à Saint-Lô (Manche) pour **étoffer la gamme de produits**.

Nous avons intégré de nouvelles marques, comme Douces Angevines (produits à base de plantes uniquement) ou Zofé (cosmétiques au lait de jument fabriqués dans le Sud-Manche). Nous proposons davantage de produits par marque et nous avons étendu l'offre avec l'arrivée de cosmétiques solides Manucurist et du vernis green semi-permanent. »

Et ce n'est pas tout. Augustine se lance à fond dans **le zéro déchet**.

Augustine mise sur le zéro déchet

Chez Augustine, vous trouverez **toute une gamme de cosmétiques zéro déchet** (shampoings solides, brosses à dents compostables ou rechargeables, savons, rasoirs pour hommes en chêne, limes à ongles en pierre naturelle...), mais aussi **des produits pour la cuisine et la salle de bain**.

Nous travaillons avec une couturière qui réside près du Viaduc de la Souleuvre (Calvados), Claudine Sanson. Elle réalise des carrés démaquillants, éponges, recouvre-bols, pochettes en tissu... »



Augustine propose toute une gamme de cosmétiques zéro déchet, dont les produits en tissu d'une couturière du Calvados. (© Côté Manche)

Les artistes locaux sont mis à l'honneur

En plus de la couturière, Augustine travaille également avec **des artistes locaux**.

Vous pouvez également venir chiner en boutique, car nous exposons des produits de créateurs, comme ceux de Sitz (une marque qui commercialise des meubles rétro vintages) ou des dessins de la Caennaise Alice Dufay (c'est elle qui a réalisé le logo dans la boutique). »

De quoi vous permettre de repartir avec **des produits cosmétiques... et un fauteuil, une chaise ou un dessin** en même temps.



Dans la boutique Augustine, Sarah Weinberger, tapissière en ameublement, expose et vend certaines de ses réalisations. Profitez-en pour vous faire plaisir. (© *Côté Manche* – Vincent Giard)

Des cosmétiques au lait de chèvre en projet

D'ici la fin de l'année 2020, la boutique Augustine proposera également des produits cosmétiques au lait de chèvre. « Nous avons des chèvres de la race locale chèvre des fossés sur notre ferme de Giéville, explique Mélanie Enguehard. Notre but est donc de commercialiser des cosmétiques au lait de chèvre. Pour le moment, nous sommes en pleine élaboration des produits. D'ici la fin de l'année, nous devrions être en mesure de les vendre dans la boutique. »

Lien : https://actu.fr/normandie/saint-lo_50502/saint-lo-la-boutique-de-produits-cosmetiques-naturels-made-in-france-augustine-arrive-en-ville_34739465.html

Womake, Le Crayon Magic by Womake : mon allié beauté de l'été

LA RÉDACTION EN PARTENARIAT AVEC WOMAKE VENDREDI 3 JUILLET 2020
MIS À JOUR LE MARDI 7 JUILLET 2020



Fini le maquillage qui coule après le sport et une baignade en mer, ou qui disparaît au bout de quelques heures...

Grâce au Crayon Magic semi-permanent de la marque Womake, vous serez sûre de garder des yeux parfaitement maquillés et des lèvres bien dessinées jusqu'au soir ! Avec sa texture veloutée, vous pouvez l'utiliser en eye-liner, redessiner la courbe du sourcil, ajouter subtilement de l'ombre aux paupières pour un regard de velours, mais aussi l'appliquer sur les lèvres pour une bouche élégante.

Il se décline en 18 couleurs, du noir intense au kaki légèrement irisé, en passant par le rouge. Impossible de s'en défaire, il ne vous laissera pas tomber de la journée ! A moins que vous ne l'enleviez avec un simple démaquillant. Fabriqué en France, il convient aux yeux sensibles. C'est l'indispensable beauté à glisser dans votre trousse de maquillage cet été !

Vous trouverez le crayon en pharmacie et parapharmacie ainsi que sur le site internet : <https://www.womake-eshop.com/>

Facebook : <https://www.facebook.com/womakecosmetic>

Instagram : <https://www.instagram.com/womake/>

WOMAKE PARIS

Lien : <https://www.mariefrance.fr/beaute/womake-crayon-magic-by-womake-allie-beaute-de-lete-485580.html>

[Interview] Eric Cantona et Rachida Brakni (Nostra) : "Notre marque s'inspire de la nature"

Publié par Céline Tridon le 9 juil. 2020 | Mis à jour le 10 juil. 2020 à 11:06



En couple dans la ville et dans les affaires, Éric Cantona et Rachida Brakni ont lancé en novembre 2019 Nostra, leur marque de cosmétiques, qui repose sur des concepts essentiels comme la naturalité ou le made in France.

Comment est née la marque Nostra ?

Rachida Brakni : Elle est le fruit du **hasard** et d'un coup de coeur. C'est lors d'une balade en Sardaigne qu'Éric a trouvé une sorte de **menthe sauvage** que nous ne connaissions pas du tout. Son odeur était si agréable que nous nous sommes dits que nous aimerions bien la retrouver dans un **gel douche** ou un **shampooing**. Nous avons alors commencé à rêver à haute voix.

C'est-à-dire ?

RB : Nous avons imaginé une **gamme de produits** qui répondrait à un cahier des charges précis : du **mixte**, du **naturel**, de l'**intergénérationnel** et du **made in France**. Il fallait également privilégier les emballages **sans plastique** (notre choix se portera finalement sur ceux à base de canne à

sucre). En somme, nous voulions arrêter le superflu et nous centrer sur l'essentiel.

Vous avez dû aussi vous mettre en quête de professionnels ?

Éric Cantona : Dans un premier temps, nous avons fait des recherches sur cette plante, qui s'est avérée une **plante rare**, mais qui pousse dans de nombreux pays. Elle est riche en **propriétés médicinales**. Alors, nous nous sommes rapprochés du **docteur en biologie** Jean-Claude Bozou, pour en savoir davantage sur la "technicité" de cette plante et sur les propriétés de la grenade, du romarin ou de la fleur d'oranger que nous voulions aussi travailler.

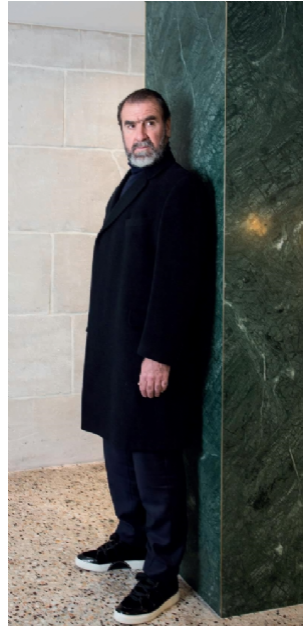
Ensuite?

EC : Pour nous, les **senteurs** sont importantes : elles sont à la **base** de notre **concept**. C'est pourquoi, nous avons rencontré **un nez**. C'est presque comme un psy d'ailleurs ! Il nous a amenés vers des **senteurs** liées à notre **histoire**, ce qui nous a permis d'imaginer **trois eaux de Cologne**.

Votre couple fait donc partie de l'ADN de la marque ?

RB : Il est vrai que nous portons cette marque tous les deux. Les choses se font assez naturellement, après tout cela fait 18 ans que nous sommes ensemble. Nous avons **conscience** de notre **complémentarité** : pas besoin de le formuler, ni de le mettre par écrit.

Comment avez-vous composé votre gamme de produits ?



RB : Nous avons voulu la **segmenter** pour proposer quelque chose qui va à l'essentiel, pour se **délester du superflu**. Nous avons voulu sortir du consumérisme à l'excès en termes de produits, en imaginant des articles qui combinent plu-sieurs actions : par exemple, un gommage visage et corps, une crème mains et pieds, etc. Il devient difficile de se retrouver dans la sur-proposition de produits, d'autant plus quand on sait que l'heure est à la **lutte** contre le **gaspillage** !

Quelles sont les personnes qui vous accompagnent dans cette aventure ?

RB : En plus de Jean-Claude Bozou qui nous épaulé au quotidien, nous nous sommes rapprochés de Chrystelle Lannoy, ancienne collaboratrice de Clarins. Elle est devenue notre **chef de projet**, elle qui a aussi lancé sa propre **marque de cosmétiques**, Gemology. Grâce à son expertise, elle nous a grandement facilité la gestion des producteurs. Il est important qu'ils soient basés en **France** et que la matière première soit sourcée sur le **bassin méditerranéen**. Aujourd'hui, nous travaillons avec trois pôles de production, formulation et conditionnement en France. Tous sont agréés pour fournir des produits biologiques : cela fait aussi partie de notre cahier des charges.

Pourtant, vous revendiquez aussi une certaine indépendance...

EC : Nous avons eu en effet deux chances. La première est d'être entourés de **gens à l'écoute**, à chaque étape de création de notre entreprise : ce sont de vrais professionnels qui nous ont **beaucoup soutenus**. Par exemple, j'ai créé le **logo de la marque**. L'**agence BETC** nous a aidés à créer l'univers qui en découlerait et surtout le nom de la marque qui irait avec ! L'autre chance, c'est de pouvoir être indépendants. Nostra est un projet que nous avons **entièrement financé par nous-mêmes** : près de **1,5 million d'euros** à ce jour.

RB : L'indépendance nous permet d'être décideurs et de pouvoir créer cette marque en accord avec ce en quoi nous croyons. Puisque nous sommes **indépendants**, il était important de ne travailler qu'avec des PMI indépendantes, pour pouvoir être en lien direct avec elles. Cela est très valorisant. De plus, nous n'avons pas encore nos usines...

Est-ce quelque chose que vous envisagez déjà ?

EC : Évidemment, le calcul peut se faire. Seulement, il ne faut pas **se faire bouffer par un système** ! Ce projet ne doit **pas devenir** une **machine de guerre** où nous pourrions perdre notre vie. Il faut trouver le juste **milieu** entre le **plaisir**, le **côté naturel** et la **nécessité de vendre**. Nous ne nous empêchons pas pour autant de penser à de petites usines qui nous appartiendraient. Ce qui nous motive, c'est le plaisir et la création.

Selon vous, l'art d'entreprendre, c'est donc de créer ?

EC : Certains patrons ont créé des choses extraordinaires. On dit souvent qu'un créateur c'est un peintre, un metteur en scène, un réalisateur, un sculpteur. Mais ça peut aussi être un **chef d'entreprise** ! Il y en a plein, à différentes époques, qui sont arrivés avec des idées révolutionnaires. Je ne sais pas si c'est de l'art, mais ils ont créé quelque chose.

Où en est Nostra aujourd'hui ?

RB : Nous aimons voir notre **marque grandir**. Elle est encore jeune puisque nous l'avons **lancé** en **novembre dernier**. Dans un premier temps, 350 000 produits ont été fabriqués. Nous les vendons **en ligne**, sur le **site marchand** de la marque, et dans les magasins **Monoprix**.

Pourquoi votre choix s'est-il porté sur ce distributeur ?

RB : Notre volonté est de proposer des produits **accessibles à tous**. Monoprix est un partenaire qui va dans ce sens car on trouve ses magasins **partout en France**. On y trouve des personnes différentes, aux origines sociales diverses.

Comment avez-vous appréhendé le monde de l'entrepreneuriat ?

RB : Nous avons des amis issus de **milieux différents**. Aussi, bien avant cette aventure, nous avons eu connaissance des **difficultés** qui composent le **quotidien** d'un entrepreneur. En nous lançant, nous savions que nous n'allions pas vers l'**angélisme** parfait, en nous disant que ce serait une grande **promenade de santé**.

Et que reprenez-vous de ces premiers mois à la tête de Nostra ?



RB : Chaque étape de **création** et de **développement** a son importance. On ne peut pas les brûler. Entreprendre, c'est une **école de la patience**. Mais c'est aussi une histoire de curiosité. Étonnamment, c'est Éric qui a contribué à tous les **aspects artistiques** de notre démarche.

EC : Le secret d'une entreprise, le principal talent d'un chef d'entreprise même, c'est de savoir **bien s'entourer**. Il faut donc avoir soi-même une

grande **capacité d'écoute**. Même si techniquement, on ne connaît pas certaines choses, on est épaulé de personnes dont c'est le métier. Ce sont des professionnels qui vont **traduire vos idées et vos convictions**.

Éric, en quoi votre passé de sportif vous a-t-il aidé à envisager l'entrepreneuriat ?

EC : Le **sport** est une formidable **école de la vie** parce qu'il enseigne à être humble, à se battre, à se relever après un échec. On apprend aussi à continuer de travailler même si on vient de gagner, à être à 100 % **individuellement**, tout en évoluant au sein d'un groupe. Le sport enseigne la **relation avec les autres**, ce qui revient à ce que propose l'entreprise qui est le lieu de la **gestion des Hommes**, celui où tout le monde a sa part de responsabilités au service d'un groupe.

Nostra à l'international, vous y pensez ?

EC : Grâce aux ventes sur notre **site**, nous y sommes **déjà présents** : au Portugal, en Italie, en Angleterre. Bien sûr, l'objectif est de renforcer cette présence dans ces pays qui, de plus, font partie de notre histoire à Rachida et moi. Mais ce sont des projets lourds financièrement et en termes de stress...

RB : Nous espérons même aller **plus loin que l'Europe** ! Et pour cette étape, il devient nécessaire de trouver de nouvelles personnes pour nous accompagner. Il nous faut des **partenaires** (experts et financiers) pour nous soutenir dans notre démarche à l'international.

La gamme Nostra va-t-elle s'agrandir ?

RB : En effet, la **gamme de produits s'agrandira**. Seulement, nous voulons aussi penser la marque comme un **concept lifestyle**. C'est un projet qui **ne s'arrête pas** à la **cosmétique**, mais qui aborde l'idée de **bien-être** dans sa **globalité**. Alors, prochainement, peut-être y aura-t-il des **hôtels** ou des **concepts stores Nostra**...

EC : Nostra c'est un esprit, un **art de vivre** même. Il y a vraiment quelque chose à inventer. Seulement, nous ne pourrons pas le faire seuls. Pour continuer à grandir, il faut des gens dont c'est le cœur de métier : l'aspect commercial, par exemple, doit être géré par des collaborateurs expérimentés. Nous, nous voulons continuer d'**incarner cette marque**.

Votre principale source d'inspiration ?

RB : L'observation des autres.

EC : La beauté, la puissance et l'énergie de la nature.

Si vous deviez explorer un autre métier ?

RB: Avocate.

EC: Architecte.

Votre meilleur souvenir professionnel ?

RB : Celui à venir.

EC : Ma mémoire me sert à oublier.

Ce que vous recherchez le plus chez vos partenaires ?

RB : L'esprit d'initiative.

EC: L'engagement.

Le manager que vous êtes ?

RB: Fédératrice.

EC : Je demande aux autres ce que je m'impose à moi-même : de l'exigence et de la rigueur.

L'entreprise que vous auriez voulu inventer ?

RB : Je sèche...

EC : Les valises à roulettes et l'évasion de Carlos Ghosn.

Une citation que vous aimez vous répéter ?

RB : Bella figura en toutes circonstances!

EC : Respectons-nous nous-mêmes et nous respecterons les autres.

Un entrepreneur que vous admirez ?

RB : Mercedes Erra, fondatrice de BETC.

EC : François Pinault et Richard Branson.

Lien : <https://www.chefdentreprise.com/Thematique/actualites-1056/Breves/Interview-Eric-Cantona-Rachida-Brakni-nostra-Motives-plaisir-creation-351011.htm#>

Clever Beauty, le vernis à ongles bio et anti-gaspi, fabriqué en Provence

Par [Lisa Domanech](#) 13 juillet 2020



A Aix-en-Provence, une start-up commercialise depuis 2018 des produits pour les ongles bio et respectueux de l'environnement.

A l'initiative du concept, Maëva, une jeune Aixoise diplômée en sciences des cosmétiques. Depuis toujours, sa mère lui inculque la valeur des produits, transvase les restants de ses vernis dans d'autres, « *Car le pinceau est trop court. Au moins, ça ne se gaspille pas* », répète-t-elle systématiquement. Un geste a priori écologique, qui met pourtant à mal son corps. C'est ce que découvre sa fille au cours de ses études, un état de faits qui la pousse à repenser notre rapport aux vernis à ongles.

Créée en 2017, Clever beauty innove en proposant des vernis à ongles aux formules biosourcées, sans substances chimiques. Et Maëva Bentitallah ne s'est pas arrêtée là en terme d'innovation esthétique, puisqu'elle a également imaginé un bouchon anti-gaspi permettant, par une simple pression, de faire descendre le pinceau jusqu'au fond du flacon et d'utiliser jusqu'à la dernière goutte de vernis, soit 20% de produit en plus. D'autre part, un dissolvant naturel comprenant 98% d'ingrédients naturels à base de maïs est lui aussi à découvrir parmi les produits de la marque.

Une épopée entrepreneuriale depuis 2015

Cruelty free, vegan, made in France, recyclable... Les produits de la petite entreprise semblent avoir tout pour plaire. Un sentiment qui se confirme, au vu de l'engouement sur le projet dès sa conceptualisation.

« J'avais cette idée en tête pendant mon master, nous raconte la fondatrice. J'ai adhéré à un organisme permettant de créer sa boîte en 2015, permettant de participer à un concours adressé à des étudiants-entrepreneurs. Je l'ai remporté. Ça m'a confirmé que j'étais sur la bonne voie et je me suis lancée par la suite. J'ai d'abord mis à jour de nouvelles formules naturelles, élaborées avec du maïs, du coton et du manioc, sans perturbateur endocrinien. Puis le packaging astucieux et recyclable, permettant de ne pas

gaspiller le produit et d'être éco-responsable. En 2018, le premier vernis est arrivé ainsi que le dissolvant grâce à notre première campagne Ulule ».

Déploiement de la start-up

Forte du succès de sa gamme de vernis à ongles green et anti-gaspi, la start-up attaque aujourd'hui le marché des soins. Deux nouveaux produits sont dès maintenant en prévente sur [la plateforme Ulule](#). Et l'on peut déjà parler d'une réussite car 100% de l'objectif a été atteint dès les premiers jours de campagne. Le concept semble plaire : récemment, un partenariat a été signé avec Les Galeries Lafayette pour le nouveau nail bar "Le Patio Green" du Centre Bourse jusqu'en octobre 2020.

Composée actuellement de 3 personnes, la petite équipe est en cours de recrutement, profils commercial et communication, pour assurer distribution des produits de la jeune marque en France et à l'étranger. De belles perspectives d'avenir, donc, pour nos entrepreneurs du Sud.

Lien : <https://madeinmarseille.net/71208-verniss-ongles-bio-anti-gaspillage-dechet-environnement-preservation-ecologie/>

Se détendre avec l'Huile du Tigre de la Canopée

[Victoria MARION](#) 11/08/2020 [corps](#), [Dossiers](#), [Été / Beauté](#), [Mode](#), [Soins](#), [Test de produit](#) [Laissez un commentaire](#) 778 Vues

Je ne sais pas vous, mais en vacances je passe mon temps à marcher. C'est aussi la période des mariages où on passe la journée debout à piétiner. Pour certains, c'est synonymes de sports extrêmes : voile, wakeboard, etc. Le corps en prend un coup, et il est essentiel d'en prendre soin. Je vous propose donc de découvrir l'Huile du Tigre de La Canopée qui est devenu mon allié détente !



La Canopée ? Connais pas.

Ce n'est que très récemment que j'ai découvert la marque La Canopée. Fidèle à mes principes, j'ai tout de suite apprécié leurs valeurs. En effet, La Canopée est une marque qui valorise les produits de la nature pour composer des soins naturels, vegan et made in France. Cécile, ingénieure chimique, et Juliette, designer et communicante, ont lancé le projet il y a 3 ans à Grasse, dans la capitale des parfums. Elles nourrissent le désir de proposer des cosmétiques éco-responsables, bons pour l'environnement et pour nous. Ainsi, dans la mesure du possible, La Canopée privilégie le grade vierge ou biologique de chaque matière, et travaille à des contenants entièrement recyclables.

Avec les avancées de la chimie verte, il n'y a plus vraiment d'excuse maintenant pour continuer à se servir de matières synthétiques nocives pour notre peau et pour l'environnement. Il y a de plus en plus de choix et La Canopée est venue se positionner sur le marché. Avec des cosmétiques entièrement naturels, pointus et bons pour notre peau et pour la planète, leur recette part gagnante ! La marque propose des 5 gammes de soin visages et des soins corps riches et généreux. On peut également chercher ce qui nous convient par activité (anti-pollution, antioxydant, hydratant et repulpant, etc.).

L'huile du Tigre de La Canopée



J'ai pu tester l'Huile du Tigre et j'ai rapidement été convaincue. Destinée aux personnes sportives (que je ne suis pas), ça ne m'a pas empêché de m'approprier ses bienfaits. Il n'y a pas besoin d'avoir l'étiquette sportive pour avoir envie de détendre ses muscles. Et comme je le précisais au début de cette article, observez l'état des muscles de vos jambes après douze heures à rester debout à un mariage, à piétiner et danser, et on en reparle. J'affirme donc que ce soin est à destination de tout le monde et fait un bien fou. La texture huileuse est parfaite pour les massages, permettant aux mains de bien glisser sur la peau.

Lorsque j'ai reçu cette huile, je ne connaissais pas du tout La Canopée. J'avoue aussi que je n'avais pas vraiment l'habitude d'utiliser ce genre de produit. Si j'avais des courbatures, je me contentais de souffrir en silence ou de râler. Ça allait bien passer, de toute façon. Mais j'ai voulu tester, car le seul décontractant musculaire que j'utilise aujourd'hui est l'indémontable baume du tigre. J'ai été intriguée car je me demandais si c'était un clin d'œil à ce produit miracle !

À peine ai-je ouvert le flacon que l'odeur m'a emportée. Bon, elle ne ressemble en rien à celle du baume du tigre. Au contraire, elle est beaucoup plus douce et florale, j'ai tout de suite adoré. Composée de camphre, de menthol, de sésame et d'eucalyptus, l'ensemble décontracte et revigore en détendant les tensions accumulées. La fraîcheur du menthol agit comme un coup de fouet sur les muscles avant de se réchauffer sous le contact des mains massieuses. Son action anti-inflammatoire permet de soulager la douleur en l'associant aux mouvements de massages. Le camphre est souvent utilisé pour soulager les contractures musculaires et relaxer la peau. Quant à l'eucalyptus et l'huile de sésame, elles permettent d'en faire un véritable soin nourrissant et apaisant en relaxant muscles et articulations.

Lien : <https://www.franceninfos.com/se-detendre-avec-lhuile-du-tigre-de-la-canopee-203282/>

Atelier populaire : des savons à froid bio aux parfums uniques !



©Atelier Populaire

15/07/2020 - Mise à jour 20/07/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Aujourd'hui, nous offrons la possibilité à une personne de remporter un lot de produits Atelier Populaire d'une valeur de soixante euros.

[Atelier populaire](#), c'est l'aboutissement d'une rencontre explosive entre Elsa, spécialiste en **cosmétique naturelle**, et Jean & Jean, deux **entrepreneurs dans l'âme**, passionnés de micro-industrie. Depuis son lancement en 2018 au cœur de Paris, la marque n'a cessé de se développer et compte aujourd'hui neuf **collaborateurs engagés** qui s'activent chaque jour pour proposer une large gamme de cosmétiques respectueux non seulement de votre peau, mais aussi de la planète !

Leur conviction ? **Être engagé ne doit pas rimer avec se priver !** Avec ses produits fun et colorés, la marque entend bien proposer une **alternative saine**, qui soit aussi glamour qu'efficace, à la cosmétique industrielle.

Dans l'optique de **proposer des produits de qualité, doux et sans danger** pour les peaux même les plus sensibles, Atelier Populaire n'a recours qu'à la **saponification à froid**. Le but ? Offrir des **produits surgras naturellement glycerinés** et **sans conservateurs** qui nettoient la peau tout en l'hydratant, contrairement aux savons industriels qui ont tendance à l'agresser et/ou à la dessécher.

Autre atout de la saponification à froid ; elle ne nécessite que peu d'eau et d'énergie puisque le savon n'a pas besoin d'être chauffé. Un bon point en plus quand il s'agit de **s'engager pour la planète !**

Composés **d'ingrédients 100 % d'origine naturelle rigoureusement sélectionnées** et ne contenant ni matières synthétiques ni dérivé de plastique ou de pétrochimie, les produits d'Atelier Populaire sont **certifiés biologiques par l'organisme Ecocert** selon le référentiel COSMOS et ont reçu les mentions **Cosmebio** et **Slow Cosmétique**.

Atelier Populaire c'est aussi l'engagement de produire de manière éthique, en respectant tant l'environnement que l'homme, mais également le bien-être des animaux, trop souvent oublié quand il s'agit de production cosmétique. Les produits proposés par la marque sont ainsi **certifiés vegan et cruelty free**.

Engagée jusque dans son packaging, la marque utilise des **emballages éco-conçus** à partir de papier et encres végétaux, au maximum recyclables. Pensés de manière artistique, les boîtes des 4 produits de la gamme VOYAGE sont illustrées de dessins qui, une fois tous assemblés, représentent un paysage complet pour vous faire voyager aux quatre coins de la France depuis votre salle de bain.

Dans une démarche **zéro déchet**, la marque offre également la possibilité d'acheter ses produits sans boîte afin de satisfaire **ses clients les plus engagés !**

Dans l'optique de proposer **produits irréprochables et engagés**, Atelier populaire a à cœur de **maîtriser le plus possible tous les aspects de son activité** c'est pourquoi, du développement de ses recettes à leur fabrication et conditionnement, en passant par le marketing, tout est **« fait maison » et 100 % Made in France** dans leur manufacture du 19^{ème} arrondissement à Paris. Les Pavés de Paris ont d'ailleurs reçu en 2019 le Label "Fabriqué à Paris" ayant pour objectif de **valoriser l'artisanat parisien**.

Lien : <https://www.linfodurable.fr/technomedias/atelier-populaire-des-savons-froid-bio-aux-parfums-unique-18964>

La Rosée Paris, des cosmétiques sains, naturels et responsables !



©Rosée Paris

19/07/2020 - Mise à jour 27/07/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Aujourd'hui, nous offrons la possibilité à une personne de remporter une routine pureté La Rosée Paris d'une valeur de quarante-neuf euros.

Coline et Mahault, deux pharmaciennes passionnées par la cosmétologie et la beauté naturelle, décident de fonder La Rosée Paris suite à la rencontre, au comptoir de leur pharmacie, avec de nombreuses femmes et hommes à la recherche d'une offre **plus naturelle, plus responsable et plus vraie** pour prendre soin de leur peau.

Convaincues que tout est possible lorsque l'on est à l'écoute de ses consommateurs, elles créent ainsi **une marque engagée et de confiance** répondant aux demandes de leurs clients en leur proposant des produits hydratants **écoresponsables et ultra-clean** grâce à leur composition jusqu'à **100 % d'origine naturelle**.

Cet **idéal responsable**, les deux pharmaciennes le construisent jour après jour depuis 5 ans, en s'appuyant toujours sur le retour de leurs consommateurs afin de trouver le parfait équilibre pour des soins adaptés aux différents types de peaux, même les plus sensibles. Pour cela, Coline et Mahault ont choisi d'épurer au maximum les formulations de leurs produits en supprimant tous les ingrédients controversés afin de proposer des **formules les plus naturelles possible**.

Désireuses de **préserver la planète** du mieux qu'elles le peuvent, les deux pharmaciennes choisissent de prendre des **engagements forts et concrets** pour une marque responsable ! Formulations **naturelles et biodégradables**, produits **100 % Made in France et en circuits-courts**, suremballage inexistant, **alternatives saines et naturelles** au plastique issu de la pétrochimie, compensation de l'empreinte carbone des emballages grâce à des **packagings 100 % recyclables et d'origine végétale** réalisés à base de canne à sucre, suppression des intermédiaires... de la formulation jusqu'à la distribution, la totalité de la gamme proposée par La Rosée Paris a ainsi été réfléchi, pensée et créée, autour du respect de notre peau et de la **préservation de notre environnement**.

La Rosée Paris met également en place des **actions responsables et engagées** tout au long de l'année en reversant une partie de ses bénéfices à diverses associations à l'occasion du Green Friday, 'Octobre rose ou encore de la Journée de la Femme.

Depuis Juillet 2019, la marque a décidé d'aller un cran plus loin en **s'engageant aux côtés de l'ONG Planète Urgence**. L'objectif ? Planter 15 000 arbres dans des zones de déforestation massive comme l'Indonésie, Madagascar ou encore le Cameroun, afin de **lutter contre le dérèglement climatique, de participer à la préservation de la biodiversité et de relancer l'économie locale**.

« La Rosée est née d'une volonté sincère d'offrir des produits qui ne mentent pas, avec la transparence la plus totale, ultra sains pour notre peau mais aussi pour la planète. Nous sommes soucieux du monde que nous laisserons à nos enfants, et nous avons la conviction que chacun doit agir de manière responsable dans ce qu'il entreprend. » Coline et Mahault, co-fondatrices de La Rosée Paris.

Lien : <https://www.linfordurable.fr/technomedias/la-rosee-paris-des-cosmetiques-sains-naturels-et-responsables-19178>

Biotanie, une alternative éthique et verte aux cosmétiques conventionnels !



© Biotanie

30/08/2020 - Mise à jour 08/09/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Cette semaine, nous offrons à cinq personnes la possibilité de remporter un Déo qui fait Débat conçu par la marque Biotanie, d'une valeur unitaire de douze euros.

[Biotanie](#), c'est une **entreprise familiale** née dans l'esprit de trois jeunes entrepreneurs, Cécile, Claire et Anthony. Si ces derniers choisissent de créer leur marque, c'est parce qu'ils sont animés par la volonté de proposer une **alternative écoresponsable** et saine aux **cosmétiques classiques**, souvent riches en additifs chimiques. Pour ce faire, ils font le pari d'une communication transparente, loin du *green washing* plébiscité par certains fabricants, et d'une **production française**. Fabriquées entre leur laboratoire situé dans la région **Centre-Val de Loire** et les bureaux en région parisienne, les créations estampillées Biotanie respectent un cahier des charges précis. Elles sont toutes **naturelles, biologiques, made in France** et **végétaliennes**.

Les cosmétiques de Biotanie sont formulés **à partir d'actifs végétaux** tels que le **chanvre**, utilisé pour l'élaboration de la gamme « Hydrapaise ». Le chanvre serait effectivement doté de vertus régénérantes pour la peau, mais pas que : ses propriétés apaisantes en font un allié de choix pour le traitement de maladies cutanées telles que l'eczéma ou la psoriasis. Le chanvre tient également lieu d'ingrédient de base pour le nouveau déodorant de la marque, « **le Déo qui fait débat** ». Formulé sans perturbateurs endocriniens, ce déodorant est certifié d'origine **100% naturelle**, et **88% bio**.

Pour **limiter la consommation de ressources naturelles** induite par la fabrication de ses produits cosmétiques, Biotanie fait également le choix de remplacer l'eau par du **jus de concombre**, dont l'extraction peut être réalisée moyennant un **impact écologique réduit**. En définitive, les créateurs de Biotanie entendent combattre les maux du corps par les voies naturelles. Ce faisant, ils se démarquent de nombre de fabricants de cosmétiques conventionnels, qui formulent leurs solutions au moyen de substances toxiques. Rien de tel chez Biotanie, dont les créations se veulent **éthiques et qualitatives**.

Comme indiqué par Anthony Martin, co-fondateur, les cosmétiques de la marque sont **conçus dans le respect de tous les êtres vivants**. Biotanie s'engage ainsi à ce qu'aucun de ses produits ne soit testé sur les animaux : ni en France, ni ailleurs. De fait, toutes les créations de la petite entreprise sont **cruelty free**. En outre, le *packaging* est, lui aussi, pensé pour produire une empreinte environnementale minimale. Pour ce faire, des **matériaux recyclables** tels que le verre et le bois sont utilisés. Enfin, le caractère éthique et responsable de l'activité de la marque se répercute tout au long du cycle de vie de ses produits, puisque les créateurs de Biotanie ont mis en œuvre un système de **consigne**, permettant aux consommateurs de **leur renvoyer les pots et flacons de leurs cosmétiques** dès lors que ces derniers sont vides !

L'engagement de Biotanie, c'est de **responsabiliser les acheteurs de cosmétiques** en leur prouvant qu'il est possible de prendre soin de sa peau tout en respectant l'environnement. Intimement liée aux luttes de l'époque durant laquelle elle a vu le jour, la jeune marque a pour ambition de transformer ses clients en véritables **consomm'acteurs** !

Lien : <https://www.linfodurable.fr/technomedias/biotanie-une-alternative-ethique-et-verte-aux-cosmetiques-conventionnels-19809>

JEOM, des cosmétiques sains et solides pour une routine beauté naturelle !



© JEOM

31/08/2020 - Mise à jour 08/09/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Cette semaine, nous offrons à une personne la possibilité de remporter un lot de produits cosmétiques formulés par JEOM, pour une valeur totale de cinquante-trois euros.

Amoureux de la nature et férus de nouvelles découvertes, Mélanie et Frédéric ont directement observé l'impact de l'activité humaine sur les écosystèmes au cours de leurs voyages à travers le monde. C'est ce constat qui leur a donné envie de **changer nos habitudes de consommation**, en développant [JEOM](#), une marque de **produits cosmétiques sains et durables**.

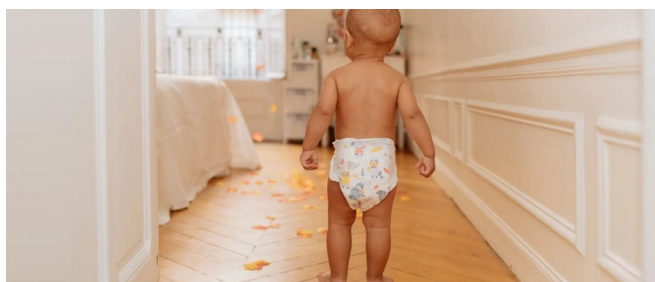
Allier plaisir d'utilisation et respect de l'environnement, telle est l'ambition des deux créateurs de JEOM. Les produits de la marque contiennent plus de 86% de **matières biologiques**, et leur étiquetage est placé sous le signe de la transparence. L'ingrédient de base utilisé pour la formulation des **cosmétiques** de JEOM, c'est le **ginseng**, une plante vivace découverte par Frédéric et Mélanie au cours de leurs pérégrinations en Corée du Sud. Utilisée en médecine naturelle depuis quatre millénaires, cette « plante miracle » jouit d'une grande popularité en Asie du fait de ses vertus thérapeutiques. Le ginseng est au cœur de « *Racine de Vie* », la première gamme développée par JEOM. Pour autant, il ne s'agit pas du seul **actif végétal** utilisé par la marque. Parmi les ingrédients biologiques contenus dans ses cosmétiques, on trouve notamment de **l'argile blanche**, de **l'huile de ricin**, de **l'extrait de pomme...**

Écologique et éclectique, la gamme « *Racine de Vie* » comporte du savon surgras, de **l'exfoliant**, du **shampooing solide** et du **baume pour le corps**. Les créations de cette gamme ont vocation à nous accompagner au quotidien, pour chaque étape

de notre routine de beauté matinale. Mais le plus important, c'est que ces produits sont formulés suivant un **processus écoresponsable**, du laboratoire jusqu'à l'emballage. Tous les cosmétiques estampillés JEOM sont **vegan**, garantis **cruelty-free** et **made in France**, puisque leur fabrication est confiée à un artisan travaillant dans l'Essonne, à quelques encablures de la capitale.

Pour confectionner les savons de la marque, le fabricant utilise un procédé propre ayant fait ses preuves : la **saponification à froid**. La synthèse du savon est réalisée grâce à une réaction chimique entre la soude et les huiles, ce qui préserve les vertus de ces dernières. Les produits finis sont solides, et leur durée de vie est largement supérieure à celle des cosmétiques industriels, emballés dans du plastique. Chez JEOM, on ne jure que par un **packaging durable**. Les savons de la marque sont contenus dans des boîtes en kraft recyclable, mais ils peuvent également être rangés dans les **pochettes en coton bio** (et conçues par des artisans lyonnais !) disponibles sur le site Internet de la marque. En outre, s'accompagnent de jolis porte-savons en bois, taillés dans les Vosges et en Alsace. JEOM milite ainsi pour une **beauté française**, placée sous le signe de l'artisanat écoresponsable. **Une beauté sans dommage pour notre corps et pour la planète !**

Lien : <https://www.linfodurable.fr/technomedias/jeom-des-cosmetiques-sains-et-solides-pour-une-routine-beaute-naturelle-19837>



Joone lève 10 millions d'euros

PEGGY BARON

LE 14 SEPT. 2020

Joone, la marque d'hygiène et de cosmétique pour bébé, annonce une levée de fonds de 10 millions d'euros.

Avec cette levée de fonds de 10 millions d'euros, Joone ambitionne de devenir le leader en Europe des produits d'hygiène et de cosmétiques sains pour toutes les familles. Ce nouveau tour de table permettra à Joone d'accélérer son développement autour de 4 axes :

- Accélérer son développement en Europe
- Elargir sa gamme de produits cosmétiques pour femme
- Etendre Doorz, sa dernière innovation de traçabilité Blockchain, à l'intégralité des produits cosmétiques en Europe
- Développer sa stratégie de distribution

À propos de Joone

Fondée en 2017 par Carole Juge-Llewellyn, Joone a été la première marque à publier les analyses toxicologiques de ses couches, qui sont classées n°1 par 60 millions de consommateurs. Ses produits cosmétiques et textiles pour toute la famille, ses compléments alimentaires sont également 100% sains, sans aucun produit nocif et made in France. Basé à Paris, Joone distribue ses produits dans 23 pays européens – principalement en France, en Belgique, au Luxembourg, au Royaume-Uni et en Allemagne.

Peggy Baron - Le 14 sept. 2020

Lien : <https://www.ladn.eu/adn-business/news-business/actualites-startups/joone-levee-fonds-10-millions-euros/>

Nantes. Elle développe un parfum nantais éthique

L'avenir est dans le parfum solide éthique. Marie Giffo, descendante de parfumeur, lance un financement participatif pour développer deux parfums naturels 100 % nantais.



Marie Giffo lance ses premiers parfums naturels solides sous la marque « Alexis Biette 1882 ». | PHOTO PRESSE OCÉAN-ÉRIC CABANAS

[Presse Océan](#) [Éric Cabanas](#) Publié le 18/09/2020 à 08h05

Le parfum, c'est une histoire d'ADN dans la famille Biette. Deux descendants d'Alexis Biette, fondateur au XIX^e siècle de la savonnerie parfumerie familiale nantaise rachetée par le groupe Lever en 1948, relèvent le défi en lançant un parfum nantais éthique. Appuyée par son cousin Arnaud Biette qui avait retrouvé les formules d'Alexis Biette, Marie Giffo se lance dans la création deux parfums dans l'air du temps, éthiques et made in Nantes, sous le nom « La Concrète Biette » et la marque « Alexis Biette 1882 ».

« Répondre aux exigences de la femme active d'aujourd'hui »

Je suis arrivée dans l'aventure en relançant, en février 2020, des savons parfumés. Mais je me suis très vite orientée vers le parfum. Aujourd'hui, les parfums liquides sont alcoolisés et ne conviennent plus à tout le monde car ils contiennent des perturbateurs endocriniens. Je me suis dit qu'il y avait une combinaison à trouver et nous sommes orientés vers le parfum solide. Il se présente sous la forme d'un baume, comme pour les lèvres, composé de graisse végétale qui conserve les fragrances. On passe le doigt dessus et on peut alors l'appliquer sur la peau, explique Marie Giffo.

« Nous choisissons de développer un parfum solide pour des raisons éthiques, de bien-être et de santé car ce parfum est accepté par toutes les peaux. Il est composé à 95 % de produits naturels, cire d'abeille, beurre de karité et beurre de coco. Le 100 % n'est pas souhaitable car il faut pouvoir faire en sorte qu'il tienne dans la

durée. Le parfum solide à l'avantage de ne pas s'évaporer et de durer plus longtemps, indique Marie Giffo qui souhaite que son projet soit local.

Nous réalisons le prototype et cherchons un parfumeur nantais indépendant voulant se lancer avec nous dans l'aventure. Le défi est cosmétique en termes de fabrication. L'autre est de proposer le parfum en recharges. Le geste du parfum solide est particulièrement féminin, glisse Marie Giffo qui cherche également un artisan d'art pour réaliser les écrins. Sous format poudrier, en fait ce que l'on appelle une concrète. Que cela soit pratique, qu'il réponde aux exigences de la femme active d'aujourd'hui. On achète son écrin personnalisable que l'on recharge ensuite. Le packaging sera recyclable, précise la créatrice.

« Un parfum est quelque chose d'intime »

Un financement participatif a été lancé pour La concrète Biette-parfum solide, il y a dix jours sur la plateforme Tudigo, qui défend le made in France. Le premier objectif est d'obtenir 5 000 € qui vont nous permettre de mener le travail avec le parfumeur et l'étude packaging. L'idée est de sortir ce parfum en très petite série. Nous voulons rester dans la parfumerie de niche. Un parfum est quelque chose d'intime, expliquent les descendants d'Alexis Biette. Et Marie Giffo a sa petite idée pour la distribution : Pour les « concrètes », j'aimerais avoir dans un premier temps des distributeurs nantais. C'est compliqué de l'acheter sur internet, il faut pouvoir l'essayer ».

www.tudigo.co/don/la-concrete-biette-parfum-solide

Lien : <https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/nantes-44000/nantes-elle-developpe-un-parfum-nantais-ethique-a56d31f2-f366-11ea-97c6-38847c4e241b>

Les cosmétiques solides de cette Vendéenne franchissent les frontières

La Vendéenne Laëtitia Van de Walle a lancé sa marque de cosmétiques solides zéro déchet, 100 % naturels et fabriqués en France il y a dix ans. Des produits aujourd'hui présents dans 31 pays.



Originaire de Bellevigny, Laëtitia Van de Walle a créé la marque de cosmétiques Lamazuna, il y a dix ans. | OUEST-FRANCE

Ouest-France Elisabeth PETIT. Publié le 22/09/2020 à 10h53

Un shampoing solide, sans flacon en plastique et aux allures de cannelé. Un dentifrice, sous forme de sucette ou de pastilles. Mais aussi un déodorant, du savon, un pain de rasage ou un soin du visage...

Il y a tout juste dix ans, les produits Lamazuna faisaient leur apparition sur le marché alors confidentiel des produits cosmétiques solides, véganes, zéro déchet, 100 % naturels et *made in France*.

« Aujourd'hui, on exporte dans 31 pays, principalement en Europe, mais aussi à Taïwan, au Canada, aux États-Unis... On possède 4 000 revendeurs, dont la moitié dans le pays », explique Laëtitia Van de Walle, fondatrice de la marque.

L'épilogue d'une « success story » commencée en 2005, à Belleville-sur-Vie. Titulaire d'un DUT information et communication, la jeune femme rêve alors de monter sa « boîte ».

Une « jolie jeune fille » née il y a dix ans

« Mon père était kiné et me rapportait les récits de ses clients. J'étais fascinée par le parcours de ces entrepreneurs qui avaient tenté ce que personne n'avait jamais osé avant. »

Reste à trouver l'idée. « Un jour, je me suis arraché les cils, en utilisant des cotons démaquillants jetables. Ça a été un déclic. Je me suis dit : pourquoi ne pas les remplacer par des lingettes réutilisables en microfibres ? ».

À 25 ans, la Vendéenne crée sa société « **dans son salon** », avec 2 000 € en poche et 500 € donnés par sa mère. Un colocataire géorgien baptise le « bébé » Lamazuna, « jolie jeune fille » dans cette langue.

Quatre ans et demi seront nécessaires, avant qu'elle puisse dégager un premier salaire. « **On a travaillé sur des prototypes. En parallèle, j'ai fait des petits jobs, pour tenir. Il m'est arrivé de douter, mais pas plus de dix secondes ! Tant que je n'avais pas tout testé, il fallait absolument continuer.** »

Installée dans un premier temps en région parisienne, l'entreprise a migré en juillet 2018 à Marches, village de 830 âmes, dans [la Drôme](#). Soixante-dix salariés y œuvrent, dont quinze embauchés récemment en contrat à durée indéterminée.

Un écolieu pour les salariés

Un service innovation formé de onze personnes se charge de concevoir formules et compositions de chaque création. « **Avec le Covid, nos ventes à l'international ont subi un gros coup de frein, mais elles ont repris rapidement en mai dernier** », précise la Vendéenne.

Avec un chiffre d'affaires de dix millions d'euros, la société demeure un Petit Poucet dans un marché désormais dans l'air du temps et convoité par des géants comme L'Oréal.

Les projets, eux, sont multiples. « **On crée une nouvelle marque pour les adolescents, Kisupu. Quatorze références verront le jour au premier semestre 2021** », précise Laëtitia Van de Walle.

La gamme Lamazuna s'est également lancée en avril à la conquête de la grande distribution française. Un « **défi** », traduit par la création d'une trentaine de points de vente.

Dans la Drôme, un « écolieu » accueillera bientôt le personnel. Des locaux « **économiques en énergie et en eau, avec un potager et 300 arbres fruitiers, destinés à nourrir les salariés** ». Une vitrine dans l'esprit de cette « **aventure humaine** », engagée voilà dix ans.

Lien : <https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/bellevigny-85170/vendee-ses-cosmetiques-solides-franchissent-les-frontieres-6984061>



La Bouche Rouge lève 2,5 millions d'euros.

[PEGGY BARON](#)

LE 29 SEPT. 2020

La marque française de rouge à lèvres écoresponsable a annoncé une levée de fonds de 2,5 millions d'euros.

La [start-up](#) parisienne Bouche Rouge est née au sein de l'**incubateur Cosmet'up de LVMH** en 2017. Dans une démarche éco-responsable, la marque de cosmétiques a fait le choix de [bannir le micro-plastique et le plastique](#) aussi bien dans la formulation de ses produits, que dans leur fabrication et leur commercialisation.

Accélérer la croissance et le développement de la marque

Cette levée de fonds de 2,5 millions d'euros, réalisée auprès de **BPIfrance** et de business angels, va permettre à la marque d'accélérer sa stratégie digitale, d'élargir sa gamme et de pénétrer de nouveaux marchés.



La marque lancera, en octobre et novembre 2020, une gamme pour les yeux et le visage, avec, notamment, un **mascara au tube en verre recyclable**, et une brosse en fibres à base d'huile de ricin. Une première mondiale selon la marque. La Bouche Rouge a également développé un rouge à lèvres durable. Proposé dans un écrin haut de gamme qui accueille une **cartouche rechargeable** (sans parfums, ni parabène, ni perturbateurs endocriniens) et qui privilégient les **ingrédients naturels** et [vegan](#).

Lien : <https://www.ladn.eu/adn-business/news-business/actualites-startups/la-bouche-rouge-levee-fonds-25-millions-euros-rouge-levres-eco-responsable-made-in-france/>

Cosmétiques : les bons plans des circuits courts

Les produits de beauté et d'hygiène ont longtemps été l'apanage des grands groupes industriels. Aujourd'hui de nombreux artisans et petites entreprises se lancent sur ce marché, avec des produits sains et un très bon rapport qualité-prix, grâce à la vente en direct.



© Istock /EasterBunnyUK

Acheter en direct chez les producteurs et créateurs de cosmétiques

Exit les produits industriels aux listes d'ingrédients à rallonge. L'époque est au déo bio et au shampoing solide qui font la part belle aux produits naturels, aux emballages recyclables et à l'authenticité.

Depuis quelques années, de nouvelles marques de cosmétiques montent en puissance en pratiquant la vente en direct. C'est le cas de [Clémence & Vivien](#) et ses produits 100 % naturels, fabriqués en France et non testés sur les animaux. « *Nous faisons tout nous-mêmes : approvisionnement, conception, vente en ligne et livraison des boutiques partenaires* », détaille Clémence Lefebvre, cofondatrice de la marque. Résultat : un déodorant en crème à 7,90 € le pot de 50 g, l'un des moins chers sur le marché, et un savon de 100 g à 3,90 €, l'un des rares à moins de 5 €.

"Nous avons créé la marque Clémence & Vivien en 2015. Nous proposons des produits naturels, écoconçus, made in France et végans. Nous faisons tout nous-mêmes : obtenir les matières premières auprès des producteurs, concevoir les produits, livrer nos clients finaux via le site internet, ainsi que nos revendeurs. Nos produits sont disponibles dans 800 points de vente, des magasins indépendants et des enseignes bio. En traitant en direct avec chacun, nous limitons le transport des produits. D'un point de vue social, le circuit court a aussi son intérêt, tant pour la rémunération du producteur de matière première que pour proposer aux clients des produits respectueux de l'environnement et de la santé à un prix abordable. C'est important pour nous qu'un maximum de personnes puissent s'offrir ce genre de produits".

Autre bon plan de cette nouvelle génération de cosmétiques : la marque [Lamazuna](#). Son dentifrice solide à 8,50 € dure autant que deux tubes classiques, il est fait en France, avec un emballage recyclable et des ingrédients 100 % naturels. Tout sauf de la poudre aux yeux.

Sur les plateformes de vente en ligne, des offres tentantes

Le site [Slow-cosmetique.com](#) a vu le jour en 2015 pour permettre aux internautes d'acheter au même endroit des produits de beauté « responsables, écologiques et honnêtes » en direct chez plusieurs artisans, et en ne payant qu'un seul colis. « Cette logique de marketplace est conçue pour permettre aux artisans que notre mouvement soutient de bénéficier d'une marge souvent supérieure à ce que proposent les autres e-shops qui achètent puis revendent les produits », indique l'association Slow Cosmétique.

Moins exigeante sur l'éthique et l'écologie, la plateforme Birchbox n'en propose pas moins un large choix de produits made in France, naturels, bio ou végans. Sur [Directproducteur.com](#), les produits ont encore plus l'odeur du terroir : la ferme de Lul'Ane, dans la Drôme, y vend ses sticks à lèvres au lait d'ânesse difficilement trouvables ailleurs (on paye un colis par producteur).

Pour des produits ultralocaux, rendez-vous sur le [Locavor](#) le plus proche, où il n'est pas rare de trouver des savons ou des lingettes démaquillantes fabriqués par des artisans locaux ou régionaux.

"Les prix sont accessibles", une adepte du direct producteur témoigne

"Une amie m'a fait essayer un savon Clémence & Vivien chez elle, et je suis devenue fan. J'adore leur parfum et le côté zéro déchet. J'en utilise énormément maintenant. Alors que je n'avais pas forcément une bonne image du savon solide avant, j'ai arrêté le savon liquide en bouteille plastique. J'achète parfois leurs produits via Birchbox et Veganshop, quand je veux en acheter d'autres en même temps. Mais je préfère les commander en direct sur leur site internet plutôt que de savoir qu'un intermédiaire prend son pourcentage, ça valorise mieux leur travail. J'achète souvent dix savons d'un coup. Je fais aussi des commandes groupées avec une collègue. Les prix sont accessibles. C'est rare, car plein de savonneries pratiquent des prix exorbitants. J'aimerais néanmoins pouvoir leur rendre les pots en verre des déodorants, ou qu'ils créent un système de recharges."

DF Gabriel Siméon Publié le 18 oct. 2020

Lien :

<https://www.dossierfamilial.com/environnement/consommation/cosmetiques-les-bons-plans-des-circuits-courts-856193>

La start-up Medene lance l'aromathérapie sur-mesure et 100% naturelle

Par [Illona Bellier](#) 21 octobre 2020



La start-up Medene réinvente l'aromathérapie avec sa gamme 318 : des huiles essentielles et végétales 100% bio, naturelles et fabriquées en France. Stress, insomnies, problèmes de peau... Bientôt, il sera possible de créer vos propres produits selon vos besoins.

[Medene](#), c'est l'histoire d'une rencontre entre trois jeunes femmes : Laure, chimiste et aromathérapeute, Marie-Claire, ingénieure et Camille, pharmacienne et aromathérapeute.

Etudiantes en master entrepreneur à HEC, elles se lient autour d'une envie commune : celle de proposer des produits fabriqués à base d'huiles essentielles bio, efficaces et totalement sécurisés : « *On s'est rendu compte qu'il y avait énormément d'accidents avec les huiles essentielles. Des personnes ne sachant pas les utiliser se retrouvent à faire des réactions allergiques, allant jusqu'à causer des brûlures. Nous voulions vraiment garantir une sécurité dans l'utilisation de nos huiles* », explique Camille, cofondatrice de Medene.

La marque est créée en juin 2018, année durant laquelle les filles se concentrent sur la recherche et le développement au sein de l'incubateur marseillais Obratori. En juillet de l'année suivante, Medene est lancé avec la gamme 318. A l'intérieur des produits, "meden agan" ou "rien de trop" comme dirait Socrate. Car oui, elles appliquent la philosophie de la modération et retournent à l'essentiel en ne mélangeant jamais plus de dix huiles différentes dans chaque flacon.



Des produits 100% naturels fabriqués en France

Pour garantir la qualité de ses ingrédients, le trio à l'origine de la marque s'est tourné vers les laboratoires Rosier Davenne, basés à Avignon, aux huiles biologiques certifiées ECOCERT ainsi que HELPAC basé en Auvergne, offrant une transparence totale de ses méthodes de production et une traçabilité de ses huiles. Bientôt, Medene travaillera également avec la coopérative des producteurs de Milly-la-forêt. Située en Île-de-France, elle vise à relancer la culture aromathérapeutique sur le territoire avec des plantes 100% bio et vegan.

Pour ce qui est de la production, elle se fait dans un laboratoire partenaire de la Cosmetic Valley à Orléans : « *Tout est fabriqué en France avec une empreinte la plus éco-responsable possible. Nous sommes en contact direct avec nos fournisseurs car il est important pour nous d'être proche d'eux, afin d'assurer une bonne qualité des huiles essentielles ainsi que le respect de l'environnement et de la main-d'œuvre humaine* », insiste la co-fondatrice.

Les produits Medene sont vendus dans des flacons en verre afin de protéger les propriétés des huiles. La marque utilise le moins de packaging possible avec un emballage en carton recyclable pour l'e-commerce et carton recyclé (issus de forêts FSC) pour les produits vendus en magasin. L'encre utilisée est également recyclable. Du 100% éco-responsable.



Des créations personnalisées d'ici 2021

D'ici le début d'année 2021, la marque prévoit de commercialiser de nouveaux produits axés sur le bien-être et, au premier trimestre 2021, lancer l'aromathérapie sur-mesure : « *N'importe qui pourra faire son diagnostic sur notre site internet. Il suffira de rentrer ses antécédents médicaux, ses allergies, ses besoins ultra spécifiques, pour, par exemple combattre le stress, les insomnies, les problèmes de peau, les douleurs musculaires... et nous créerons ensuite le produit à partir de ces éléments* », prévoit déjà Camille, enthousiaste.

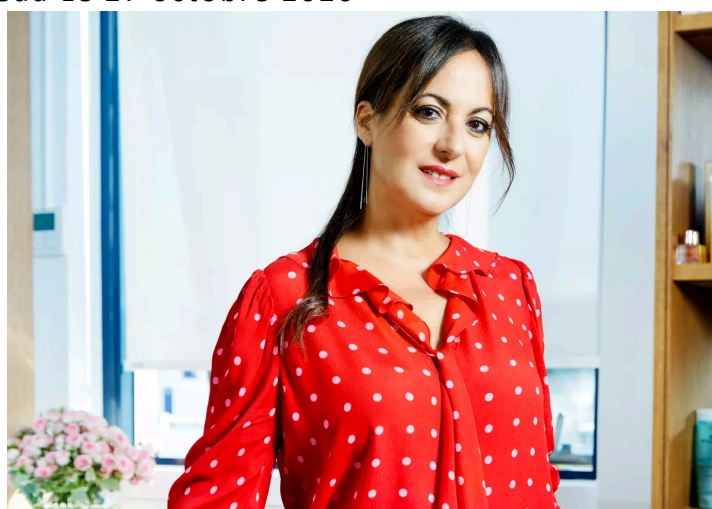
Si, pour l'instant, Medene n'est constituée que des trois fondatrices, une levée de fonds est en cours pour agrandir l'équipe avec trois nouvelles recrues d'ici le début de l'année. Elle sera clôturée à la fin décembre.

Aujourd'hui, les produits de la marque sont disponibles dans des e-shops comme la plateforme [Jolimoi](#), mais également des enseignes à Paris (Galeries Lafayette...), la Rochelle ou encore Marseille, chez [Cureor](#), [A little Family](#) (7e) et [Chez Laurette](#) (6e).

Lien : <https://madeinmarseille.net/76290-medene-aromatherapie-bio-obratori-responsable/>

Aliza Jabès, fondatrice de Nuxe : "Je n'avais ni argent ni expérience, mais j'avais une vision"

Maria Grazia Meda Le 27 octobre 2020



Aliza Jabès, présidente du groupe Nuxe.

Lea Crespi

Innovation, engagement : la présidente du groupe Nuxe fait rayonner dans le monde la cosmétologie naturelle made in France.

Madame Figaro. - S'il faut remonter à l'origine ?

Aliza Jabès. - À 12 ans, déjà végane et passionnée par les plantes, je concoctais mes produits de beauté naturels à la maison. Mes parents m'ont offert un dictionnaire de botanique, que j'étudiais pendant des heures. J'ai enchaîné ensuite avec des études à Sciences Po Paris, puis un MBA de finance et de marketing à la New York University. Une expérience unique, dans ce Manhattan énergisant. Tout me paraissait possible.

Un moment décisif ?

J'ai commencé ma carrière dans la finance chez Eli Lilly, le géant pharmaceutique américain. Mais j'ai vite senti l'envie de créer ma propre entreprise. Avec l'aide de mon père, pharmacien, j'ai racheté un petit laboratoire de formulation. Le début n'a pas été facile, mais j'ai appris la patience et la persévérance, ce qui m'aide beaucoup en cette période de crise.

Le pitch de votre poste ?

Fondatrice et présidente du groupe Nuxe. Je définis la stratégie et

l'orientation du groupe, avec une attention particulière au développement produit et à l'innovation. Les textures et la sensorialité sont une vraie obsession !

Des résultats à donner ici et maintenant ?

Numéro 1 des marques naturelles en pharmacie, Nuxe a, depuis son lancement, vendu 30 millions de flacons de l'Huile Prodigieuse, son produit phare, dans le monde. Je suis très fière de ce soin, devenu culte pour des milliers de femmes.

La patience et la persévérance m'aident beaucoup en cette période de crise

Quels défis pour demain ?

Poursuivre notre développement à l'international, malgré le contexte, notamment en Asie où les femmes, très sensibles aux produits naturels, ont des rituels de soins ultrasophistiqués. Et aller toujours plus loin dans le naturel. Nous avons lancé cette année Nuxe Bio, une gamme ultrasensorielle et écoresponsable, fabriquée en France, comme tous nos produits.

Qu'est-ce qui vous tient à cœur ?

Par passion et conviction, j'ai intégré la RSE (*responsabilité sociale des entreprises, NDLR*) dans nos pratiques, dès le départ. Le naturel est dans notre ADN, et Nuxe est une marque engagée, sur le long terme. Nous soutenons des programmes liés à l'environnement comme celui de la Fondation GoodPlanet et son projet Femmes et agriculture durable.

Qui vous a fait confiance ?

Les pharmaciens, dès le départ. On me demande souvent s'il m'est arrivé de douter à mes débuts. En fait, j'ai toujours eu confiance. Je n'avais ni argent ni expérience, mais j'avais une vision, et c'est elle qui m'a guidée. C'est le message que je transmets à mes enfants et à mes équipes : ne regardez pas trop autour de vous, concentrez-vous sur ce en quoi vous croyez. Faites-vous confiance.

Lien : <https://madame.lefigaro.fr/business/aliza-jabes-fondatrice-de-nuxe-je-navais-ni-argent-ni-experience-mais-javais-une-vision-191020-183100>