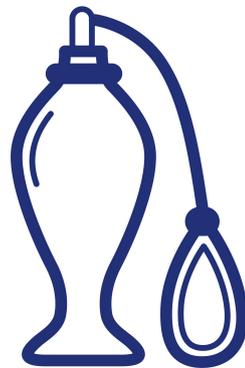


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

COSMÉTIQUES

Novembre 2020 – Décembre 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

«Eau Bleue», l'équipe de France a désormais son parfum

La première fragrance officielle des champions du monde vient d'être lancée par Okaia qui associe une start-up niçoise, un grand groupe de l'industrie des parfums de Grasse et un fonds d'investissement suisse. Le flacon coûte moins de 20 euros.



Le flacon «Eau Bleue» reprend bien évidemment le logo du coq et les étoiles des deux sacres mondiaux des Français. DR

Par **Matthias Galante**, correspondant à Nice (Alpes-Maritimes)

Le 11 novembre 2020 à 08h17

Le petit cadeau de Noël avant l'heure va-t-il leur porter chance pour [le match face à la Finlande](#)? Les joueurs vont avoir droit à Clairefontaine à un flacon du premier parfum officiel de l'équipe de France de football. Lancée depuis quelques jours, la fragrance pour homme intitulée « Eau Bleue », avec son élégant flacon affublé du *coq et des deux étoiles* ainsi que son emballage évocateur aux couleurs des

COQ ET DES DEUX COIGES, ainsi que son emballage évocateur aux couleurs des doubles champions du monde et en lettres d'or, s'apparente à une petite révolution dans les produits dérivés des Bleus. « Il n'y avait pas de licence jusqu'à présent pour les parfums à la FFF, on a proposé cette idée un peu folle au départ et on nous a suivis », explique Cédric Messina, le PDG de MyCoach, à l'initiative du projet.

Sa start-up niçoise de 35 personnes, dont l'un des actionnaires s'appelle... Hugo Lloris, n'est pas une inconnue dans le sport : elle propose, depuis des années, à une dizaine de fédérations (football, rugby, handball, judo, cyclisme, équitation...), l'UEFA et de nombreux clubs professionnels ou amateurs des solutions numériques pour, entre autres, l'organisation des entraînements ou le suivi des performances. Afin de s'aventurer dans un domaine encore inconnu, elle s'est associée au Groupe Robertet, leader mondial de la fabrication de parfum et des matières premières naturelles basé historiquement à Grasse et à Créative, un fonds d'investissement suisse. Les trois ont créé une structure commune, baptisée «Okaia».

Une fragrance «ozonisée, fraîche et revigorante»

C'est cette société qui commercialise «Eau bleue» sur son site Internet (ainsi que la FFF sur sa boutique en ligne) avant, espèrent-ils, une distribution physique en magasins dès que le confinement sera terminé. «On a monté ça en huit mois. A la base, on devait le sortir pour l'Euro 2020 mais il a été reporté, détaille le dirigeant. En cette période, on s'est dit que ce modèle économique était une bonne réponse innovante à la crise à travers une association inattendue entre deux mondes, celui des start-up et celui d'un grand groupe international.»





Un nez a travaillé sur la fragrance, validée par la FFF et décrite comme « ozonisée, fraîche et revigorante ». DR

L'ambition n'est pas de sortir un « parfum gadget » mais une vraie signature olfactive de « grande qualité avec les codes du luxe » selon ses instigateurs. Un nez a travaillé sur la fragrance, validée par la FFF et décrite comme « ozonisée, fraîche et revigorante avec du minéral pour une forme fraîche et froide. » La cible visée ? « Les 14-18 ans qui achètent leur premier vrai parfum », ambitionne-t-il. Pour l'heure, 1000 exemplaires, proposés à 19,90 euros, ont été fabriqués. Tout est 100 % « made in France », du flacon à l'emballage.

Okaia ne va pas s'arrêter là, ni forcément au football. Tous les mois, à partir de janvier 2021, l'entreprise lancera une nouvelle senteur éphémère, sous licence, entièrement dédiée à un sportif. Des négociations sont en cours avec de grands noms.

 [VOIR LES COMMENTAIRES](#)

Ailleurs sur le web

Contenus sponsorisés par |



Le nouveau masque transparent vient d'arriver en



Trois entreprises qui vont bientôt dominer leurs



Votre vue décline ? Ne manquez pas cet interview

AIGUES MORTES : Une box éco-responsable et Made in France destinée aux petites filles de 6 à 12 ans

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



Avec Noël qui approche, tout le monde se retrouve confronté au même casse-tête : quoi offrir aux enfants ?

De 6 à 12 ans, les petites filles commencent à être coquettes et à vouloir faire comme maman, les produits abondent et il n'est pas toujours facile de s'y retrouver. Surtout que tous ne se valent pas ! Concernant les cosmétiques par exemple, il faut être vigilant car certains composants peuvent être néfastes pour la peau fragile des enfants.

Et puis les cosmétiques ce n'est pas suffisant, car les petites filles ont soif de découvertes, de jeux, de création, de gourmandises... Or, en même temps, les parents, grands-parents, oncles et tantes... ont envie de faire des cadeaux qui restent dans l'utile et le durable, en accord avec leurs valeurs.

C'est pour cela qu'une maman a lancé à AIGUES MORTES (30) Mademoiselle Confettis, la première box éco-responsable et Made in France qui réunit tout ce que les petites filles aiment !

Le concept : tous les deux mois, dans la boîte aux lettres, elles reçoivent des cosmétiques, accessoires, loisirs créatifs et gourmandises pour un maximum de plaisir.

Pour en savoir plus

Présentation : <https://www.relations-publiques.pro/wp-content/uploads/pros/20201008125126-p7-document-qxwi.pdf>

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

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

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



🏠 > Environnement

Ici on agit !

Ain

Les frères Girod préparent une sève de bouleau plus écoresponsable

Thomas et Sébastien Girod se lancent dans le conditionnement en bouteilles végétales, comptant sur un financement participatif. Une bouteille achetée participera à la plantation d'arbres sur la planète.

Par De notre correspondant, Yves BOURRIER - 19 nov. 2020 à 06:00 - Temps de lecture : 3 min

🗨️ | 📄 | Vu 1950 fois

Leur sève de bouleau n'aura pas le même goût cette année. À quelques semaines de la mise en vente de la cuvée 2020, les frères Girod, Thomas et Sébastien, fourmillent d'idées novatrices, fidèles à leur engagement pour la préservation de la planète. Une goutte d'eau, certes, mais le proverbe "les petits ruisseaux font les grandes rivières" prend tout son sens dans ce contexte.

« Associer la sève de bouleau à la reforestation »

Les bienfaits d'une cure de sève de bouleau annuelle ne sont plus à démontrer, en témoigne l'engouement pour ce produit naturel. « Nous préparons une déclinaison de goûts cette saison, avec l'ajout dans la sève de 8 % d'eau florale, parfum à la poivrée ou camomille, explique Thomas. Mais ce qui nous occupe cette année est l'aboutissement d'un projet qui nous permet d'associer la sève de bouleau à la reforestation. »



**SEVITAL... C'est Vital !**
Bétula Bio · S'abonner

Partager

Tenez-vous prêt ! BÉTULA BIO lance, Lundi 16 Novembre, la campagne participative SEVITAL sur Ulule.
<https://fr.ulule.com/sevital-cest-vital-coming-soon/>

Nous vous invitons à visualiser et partager au maximum notre vidéo 😊

6 Commenter 17



avec l'intention de mettre sur le marché une partie de notre prochaine production. »



Archive Progrès/Yves BOURRIER

15 000 euros pour concrétiser le projet

« Parallèlement, nous garderons les conditionnements en cubis, les clients y étant habitués. Seulement, l'argent étant si rare en cette guerre, nous avons souhaité faire appel à un financement participatif. Chaque donneur bénéficiera d'une compensation du montant versé. Mais avant tout, il participera à la préservation de la planète, 0,50 € pour chaque bouteille achetée à Reforest'Action qui œuvre pour la reforestation sur quatre continents. »

A lire aussi

- > Ils mettent à disposition leur local et du matériel pour fabriquer du gel
- > Thomas et Sébastien Girod récoltent la sève de bouleau

L'objectif des deux frères est de réunir cette année 15 000 euros qui leur permettraient de concrétiser leur projet. L'idée de se soucier de sa santé et de savoir que l'on a participé à la plantation d'arbres dans un coin de la planète devrait séduire, c'est l'audacieux pari pris par Thomas et Sébastien Girod.

Pour apporter votre contribution au projet : fr.ulule.com/sevital-cest-vital (à noter que la souscription prendra fin le 20 décembre). Dans le cas où la souscription ne serait pas réunie, les donateurs seraient remboursés. Retrouver la sève de bouleau des frères Girod sur leur site : www.betulabio.com



TENDANCE

Beauté | ▾

Baija : du sain, du naturel et de la joie dans leurs produits colorés français



(//app-eu.readspeaker.com/cgi-bin/rsent?customerid=7764&lang=fr_be&readid=id-text2speech-article&url=www.rtbf.be%2Ftendance%2Fbeaute%2Fshopping%2Fdetail_baija-du-sain-du-naturel-et-de-la-joie-dans-leurs-produits-colores-francais%3Fid%3D10636316)



(#)

Baija : du sain, du naturel et de la joie dans leurs produits colorés français - © Baija

Chloé Rosier

🕒 Publié le lundi 23 novembre 2020 à 08h00

Des ingrédients naturels, des produits sains, qui sentent bon le soleil et qui mettent de la couleur dans la salle de bains, c'est tout ça qui définit Baija et bien plus encore.

Découvrons cette jolie marque française dans la suite de notre série sur les produits de soin naturels.

La peau n'est plus ce qu'elle était depuis le début de la pandémie, **entre le masque et le stress**, les petits boutons et les imperfections se font ressentir un peu trop à notre goût. Si le maquillage n'a plus autant d'intérêt pendant cette période de télétravail privilégié, les soins de la peau naturels (et bio) sont de plus en plus sur le devant de la scène.

Lire aussi : *Du "no make-up" au retour de l'acné : ce que le masque a changé dans votre routine beauté* (https://www.rtbf.be/tendance/article/detail_du-no-make-up-au-retour-de-l-acne-ce-que-le-masque-a-change-dans-votre-routine-beaute?id=10607065)

Tendance continue la série d'articles mettant en avant des marques qui méritent qu'on parle d'elles pour diverses raisons : **locales, utilisant des produits naturels, des produits bio**. Elles ont chacune plusieurs très bons arguments pour qu'on les insère dans la liste des cadeaux cette année (ou pour soi, puisque charité bien ordonnée commence par soi-même).

Les produits sont testés par deux journalistes, l'une à la peau sèche et l'autre à la peau mixte.

Ne pas choisir entre le bon et le beau

Chez Baija, on pense qu'il ne faut pas choisir entre des cosmétiques d'origine naturelle et le plaisir de se pomponner, entre la sensorialité et l'efficacité, ni entre le plaisir et des produits de qualité.

Comme de nombreuses marques de produits naturels, c'est un ras-le-bol des cosmétiques génériques qui est à l'origine de leur création. Marre des cosmétiques sérieux, ennuyeux, moroses, tristes et artificiels. Ils rêvaient d'une marque joyeuse, colorée, sensorielle, naturelle et sincère.

En 2012, la marque Baija voit le jour ! La volonté principale était de créer des univers olfactifs étonnants et exclusifs, des associations inattendues, le tout formulé et fabriqué en France avec, bien entendu, des ingrédients d'origine naturelle (entre 96% et 100%). Chacun de leurs univers est pensé comme une collection de couture où les explosions de couleurs se mêlent aux éléments floraux et arty.

Les formules sont composées de 96% à 100% d'ingrédients d'origine naturelle, sont tous vegan, à l'exception de l'utilisation de la cire d'abeille dans les crèmes, et cruelty free. De plus, s'ils ne sont pas encore zéro déchet, de nombreux produits sont dans des récipients en verre.

On a testé pour vous ces produits Baija de la gamme Été à Syracuse

- Gel douche Été à Syracuse – YUKA : 58/100

"Ce savon liquide lave en douceur, enrichi en huile végétale pure, il est fabriqué selon les méthodes traditionnelles et sous le contrôle d'un Maître Artisan Savonnier."

Notre avis

- Peau sèche

Le gros plus de la collection Été à Syracuse c'est son odeur. La fleur d'oranger qui embaume la salle de bains, quel plaisir ! Le savon est très doux sur la peau, il ne mousse pratiquement pas mais ce n'est pas un souci, je suis habituée avec les savons de Marseille.

Ma peau est bien entendue sèche à la sortie mais c'est le cas avec tous les gels douche. Il me faut toujours de la crème hydratante. Ça tombe bien, il y en a une dans la gamme !

- Peau mixte

Son odeur de fleur d'oranger est à tomber par terre et parfume toute la salle de bain, tous nos sens voyagent dans le sud dès qu'on ouvre le capuchon ! Le gel douche mousse légèrement et est très doux pour la peau. Combiné au gommage et au lait hydratant, la peau est véritablement chouchoutée !

- Crème Été à Syracuse – YUKA : 51/100 – INCY Beauty 15/20



"Notre Crème Corps Été à Syracuse renferme une formule exclusive qui allie variété et concentration inédite d'ingrédients d'origine naturelle. Elle est composée



(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/c/8/c/aac6d906adbe14989810d60eb4c73cad-1605883353.jpg>)

Crème corps Été à Syracuse - © Baija

d'ingrédients aux vertus bénéfiques : de l'Eau de Fleur d'Oranger, de l'Huile de Coco, du Beurre de Karité, de l'Aloe Vera, le tout enrichi aux Cires d'abeille & de Jojoba."

Notre avis

- Peau sèche

De nouveau, l'odeur est vraiment le point fort du produit. Un délice ! La texture de la crème est assez légère mais elle pénètre vite dans la peau en laissant un voile d'hydratation assez agréable. Ma peau sensible et sèche n'est pas totalement satisfaite et je dois en remettre quelques heures plus tard pour parfaire l'hydratation.

- Peau mixte

Un coup de cœur, toujours pour son odeur mais aussi son côté pratique ! Enfin un lait hydratant non gras qui ne colle pas et permet de s'habiller juste après. La peau est toute douce comme du velours et légèrement parfumée, un bonheur ! Cette gamme est une très belle découverte.

- Gommage Été à Syracuse – INCY Beauty : 9,5/20



"Notre Gommage nouvelle formule renferme une formule exclusive qui allie variété et concentration inédite d'ingrédients d'origine naturelle. Il laisse sur votre peau un inoubliable parfum de fleur d'oranger."

Notre avis

- Peau sèche

(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/2/0/3/899f05b393f77ab11cab88f5435bcd57-1605884356.jpg>)

Gommage Été à Syracuse - © Baija

Avant toute chose, expliquons la note de INCY Beauty. Le gommage contient 3 ingrédients "pas terribles" : Laureth-4, Mipa-Laureth Sulfate et Cocamide Dea. S'il vaut mieux l'utiliser avec parcimonie, il n'en reste pas moins terriblement gourmand avec le sucre et l'odeur de fleur d'oranger.

J'ai un faible pour les gommages, j'adore en faire au moins une fois par semaine et surtout s'ils sont gras et qu'ils nourrissent ma peau en même temps qu'ils la purifient. Ce qui est le cas de ce petit pot de gommage à la fleur d'oranger qui a désormais pris sa place dans ma salle de bains.

- Peau mixte

Avec le gommage, une fois de plus tous nos sens sont en éveil : l'odeur est tout aussi enivrante et son packaging en verre qui rappelle un petit pot de confiture est un régal pour les yeux. Le gommage au sucre est très léger et se transforme en lait au contact de l'eau. Seul bémol, le sucre fond assez vite. Mieux vaut l'utiliser avant la douche.

Plus d'infos

- *Adresse* : sur le site de lauvive.com (<https://lauvive.com/baija/>)
- *Site internet* : <https://lauvive.com/baija/> (<https://lauvive.com/baija/>)

Sur le même sujet

Soin

Cosmétique naturelle

Made in France





TENDANCE

Beauté |

Belesa : des soins naturels en direct des Cévennes pour Noël

 ([//app-eu.readspeaker.com/cgi-bin/rsent?customerid=7764&lang=fr_be&readid=id-text2speech-article&url=www.rtbf.be%2Ftendance%2Fbeaute%2Fshopping%2Fdetail_belesa-des-soins-naturels-en-direct-des-cevennes-pour-noel%3Fid%3D10620056](https://app-eu.readspeaker.com/cgi-bin/rsent?customerid=7764&lang=fr_be&readid=id-text2speech-article&url=www.rtbf.be%2Ftendance%2Fbeaute%2Fshopping%2Fdetail_belesa-des-soins-naturels-en-direct-des-cevennes-pour-noel%3Fid%3D10620056))



(#)

Des soins made in Cévennes ! - © Belesa

Chloé Rosier

🕒 Publié à 08h00

En ces temps moroses, il faut prendre soin de soi et se cocooner pour se remonter le moral. Belesa, qui veut dire 'beauté' en Occitan, est une jolie marque qui fabrique des produits de soin dans les Cévennes avec des ingrédients locaux, une jolie promesse à offrir à ceux qu'on aime.

La peau n'est plus ce qu'elle était depuis le début de la pandémie, **entre le masque et le stress**, les petits boutons et les imperfections se font ressentir un peu trop à notre goût. Si le maquillage n'a plus autant d'intérêt pendant cette période de télétravail privilégié, les soins de la peau naturels (et bio) sont de plus en plus sur le devant de la scène.

Lire aussi : *Du "no make-up" au retour de l'acné : ce que le masque a changé dans votre routine beauté* (https://www.rtbf.be/tendance/article/detail_du-no-make-up-au-retour-de-l-acne-ce-que-le-masque-a-change-dans-votre-routine-beaute?id=10607065)

Tendance démarre une série d'articles mettant en avant des marques qui méritent qu'on parle d'elles pour diverses raisons : **locales, utilisant des produits naturels, des produits bio**. Elles ont chacune plusieurs très bons arguments pour qu'on les insère dans la liste des cadeaux cette année (ou pour soi, puisque charité bien ordonnée commence par soi-même).

Les produits sont testés par deux journalistes, l'une à la peau sèche et l'autre à la peau mixte, chacune essayant des produits adaptés à leur type de peau.

Des produits de soin créés dans le sud de la France

Caroline et Amandine, toutes les deux convaincues qu'un équilibre entre l'homme et la nature est possible, partageant les mêmes valeurs, elles décident de créer une marque sans compromis sur leur éthique et leurs exigences.

Quand on leur demande ce qui les anime, elles répondent simplement : "*Nous aimons les choses simples, la nature, les Cévennes, la famille, rigoler, découvrir, manger, les longues balades en forêt, le vin, échanger avec nos partenaires et nos revendeurs, vous faire découvrir nos produits et avoir vos retours, faire la tournée de nos producteurs dans le Parc des Cévennes et découvrir les changements des paysages en fonction des saisons, les fleurs et les chats (Caroline), les siestes et le handball (Amandine) et tout ce que la vie peut nous réserver...*"

Du local, du naturel et les Cévennes





(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/2/3/f/603ce0607c51bab2a3a9c03b0c5b4abb-1603963617.jpg>)

Le parc des Cévennes - © Capelle.r - Getty Images

Le but de la marque est de valoriser et de promouvoir économiquement cette belle région du sud de la France, mais aussi de proposer de la qualité et d'être en transparence totale avec notre revendication " made in Cévennes ". Elles favorisent les talents du terroir en se fournissant autant que possible (matière première, packaging, fabricant, ...) dans les Cévennes et l'on peut d'ailleurs retrouver sur leur site les noms des locaux qui produisent les ingrédients utilisés dans les produits (<https://belesa.fr/circuit-court>).

Tout les ingrédients ne sont pas disponibles dans ce parc protégé des Cévennes donc, lorsqu'elles ne trouvent pas les ressources en Cévennes, elles privilégient malgré tout le made in France ! Cette éthique de circuit court, leur permet de réduire leur empreinte carbone.

L'écologie dans tout ça ?

"L'écologie est une notion essentielle pour nous. Nous faisons attention d'utiliser des ressources éco responsables, en production, en expédition, au bureau, au labo..."

Tous les emballages sont recyclables et réfléchis au mieux pour que leurs tailles soient adaptées au volume du produit et éviter les emballages superflus.

BELESA

belesa_madeincevennes
2,716 followers

[View Profile](#)



[View More on Instagram](#)

43 likes

Add a comment...

On a testé pour vous ces produits Belesa

- La crème visage essentielle – YUKA : 93/100 – INCY Beauty : 18,9/20



(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/b/2/b/29cadd36557c5577cf705607e1739486-1603966284.png>)

Crème Visage Essentielle - © Belesa

"Enrichie en actifs Cévenols, la Crème Visage Essentielle hydrate intensément la peau, elle redonne confort et éclat, elle stimule les cellules de l'épiderme et elle prévient du vieillissement cutané. Cette crème sensorielle est l'essence d'une bonne hydratation et la prévention contre les effets du temps."

Notre avis

- **Peau sèche**

L'odeur est douce, gourmande et cocooning, j'aime beaucoup. La texture est légère mais l'hydratation suffisante pour ma peau pourtant difficile. Un très bon produit !

- **Peau mixte**

- **Eau micellaire essentielle – YUKA : 79/100**





"Rapide et facile d'utilisation, l'Eau Micellaire Essentielle combine 5 actions en un seul geste : elle démaquille, nettoie, hydrate, tonifie et apaise le visage, les lèvres et les yeux.

Elle apporte de l'hydratation à votre peau dès le nettoyage."

(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/4/f/1/23141e38d9ef52d3466dbd880aaf5f60-1603966572.png>)

Eau Micellaire Essentielle - © Belesa

Notre avis

- **Peau sèche**

La promesse est presque totalement remplie, elle démaquille, elle hydrate, là-dessus tout va bien. L'odeur est aussi agréable (tous leurs produits sentent bon, c'est aussi simple que cela). J'ai un peu plus de mal avec le démaquillage des yeux, le produit pique un peu et cela rend l'expérience désagréable. Je ne l'utilise plus que pour le visage et je prends une autre eau micellaire pour le contour des yeux.

- **Peau mixte**

- **Soin douche essentiel – YUKA : 45/100 – INCY Beauty : 13,4/20**



"Soin sensoriel de douche ultra-doux, il préserve la barrière naturelle de la peau et du cuir chevelu en respectant leurs films hydrolipidiques.

Il peut être utilisé pour le nettoyage et démaquillage du visage, le lavage du corps et des cheveux. La peau n'est ni agressée ni desséchée."

(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/c/6/d/050f964c1e0ffda4e3401ed08e94b433-1603966799.png>)

*Soin sensoriel de douche ultra-doux -
© Belesa*

Notre avis

- **Peau sèche**

Je ne l'ai utilisé que comme gel douche pour l'instant et il est très doux, très agréable à utiliser mais il ne fonctionne pas avec un gant de toilette qui absorbe tout le produit. La texture est douce et la peau hydratée (mais pas suffisamment pour moi, je dois malgré tout mettre de la crème en sortant de la douche). Dommage que la note Yuka ne soit pas tellement bonne.

- **Peau mixte**

Plus d'infos

- *Adresse* : Magasin 'Nos essentielles', Chaussée de Wavre 41 à 5030 Gembloux
- *Site internet* : <https://belesa.fr/> (<https://belesa.fr/>)

Economie

Cose Skincare, c'est la nouvelle marque vierzonnaise de cosmétiques naturels

VIERZON ECONOMIE INNOVATION VIE PRATIQUE - CONSOMMATION

Publié le 24/11/2020 à 09h00



Lancement Cose Skincare Anouck et Parapel et Chloé Hilgros © Petreau Veronique

Malgré la crise, la société Cose Skincare, marque créée par Anouck Parapel et Chloé Hilgros, a avancé dans son projet de cosmétiques naturels, désormais commercialisés.

Encore une étape franchie, pour les jeunes créatrices de la marque de cosmétiques Cose Skincare ! Le nettoyant visage que Anouck Parapel et Chloé Hilgros ont mis au point dans le laboratoire où elles ont installé leur jeune société (1), est commercialisé depuis octobre. Deux versions de ce cosmétique naturel sont proposées en ligne sur leur site internet et dans deux boutiques, à Paris et Nantes : Perfection, pour les peaux grasses et mixtes ; et Hydra, pour les peaux sèches.

A lire aussi : [Deux jeunes Vierzonnaises prêtes à lancer leur marque de cosmétiques naturels](https://www.leberry.fr/vierzon-18100/actualites/cose-skincare-c-est-la-nouvelle-marque-vierzonnaise-de-cosmetiques-naturels_13882904/#refresh)

430 préventes réalisées sur un objectif de 200

Les produits sont vendus sous forme de poudre, dans des bouteilles en verre que l'on doit remplir d'eau avant usage. Des recharges sont, également, proposées en sachets, afin de réutiliser le contenant. Les 1.500 premiers flacons fabriqués dans un premier temps sont, déjà, en partie expédiés, grâce aux 430 préventes réalisées lors d'une campagne de financement participatif lancée le 15 mai. L'objectif de 200 produits qu'elles avaient fixé a donc été largement dépassé.

A lire aussi : [Une nouvelle marque de cosmétiques en préparation à Vierzon](#)

Si ce résultat est très encourageant pour débiter, les deux jeunes cheffes d'entreprises restent prudentes. À chaque phase de leur projet, lancé il y a plus d'un an et demi, de nouveaux problèmes à régler apparaissent : « Le plus dur, c'est toujours le présent ! » lâche Chloé Hilgros, qui s'occupe davantage de la partie commerciale, alors qu'Anouck Parapel, laborantine chez Labohême, conçoit les formules des produits (2). Mais elles s'occupent ensemble de la mise en flacons, des étiquettes à coller, avec une multitude de problèmes techniques à solutionner comme, par exemple, intégrer un code-barres ou imprimer la date limite de conservation sur la bouteille...

« On a senti un engouement »

Aujourd'hui, il s'agit de vendre ! Mais avant, elles craignaient surtout le retard pris par toutes les procédures afin d'obtenir les autorisations nécessaires. Le sésame a été de valider un dossier d'information produit, avec description détaillée et résultats de tests toxicologiques ou de bonne conservation. « Nous nous sommes parfois senties perdues avec des questionnements sur les produits » confient Anouck Parapel et Chloé Hilgros.



Lancement Cose Skincare Les deux flacons de nettoyant visage

Enfin, les deux périodes de confinement subies cette année ne les ont pas pénalisées. Il se pourrait même qu'au contraire, le concept de Cose skincare, solution intermédiaire entre le fait maison, avec des ingrédients simples et sans déchet, et une production à grande échelle, réponde à de nouveaux besoins. Le succès de la campagne de prévention a été comme un révélateur. « On a senti un engouement, expliquent les jeunes femmes. On a vu que des distributeurs étaient intéressés par le côté éducatif de nos produits, que l'on manipule. »

S'il est nécessaire d'ajouter de l'eau à leur nettoyant visage, elles imaginent déjà que de futurs cosmétiques pourront faire appel à d'autres gestes simples, comme mélanger ou chauffer. Avec l'avantage d'une texture plus fine obtenue en laboratoire, par rapport au fait maison.

Un marché de Noël à Paris les 12 et 13 décembre ?

Il reste encore une incertitude en cette fin d'année : après l'annulation du salon Made in France, à Paris, qui devait avoir lieu le 7 novembre, et celle du marché de Noël de Bourges, celui des 12 et 13 décembre, à Paris, où elles sont inscrites, sera-t-il maintenu ? Car Anouck Parapel et Chloé Hilgros ont hâte de rencontrer, en vrai, leurs futur(e)s client(e)s.

(1) Au Centre d'innovation et développement économique, au parc technologique de Sologne.

(2) Le nettoyant visage est composé d'huiles végétales et essentielles, d'un tensioactif, d'amidon de maïs, d'un conservateur (trois mois) et de principes actifs, comme l'aloé vera, spécifiques à chaque version.



TENDANCE

Beauté |

Cozie : du zéro déchet et de la douceur pour des cosmétiques bio



(//app-eu.readspeaker.com/cgi-bin/rsent?customerid=7764&lang=fr_be&readid=id-text2speech-article&url=www.rtbf.be%2Ftendance%2Fbeaute%2Fshopping%2Fdetail_cozie-du-zero-dechet-et-de-la-douceur-pour-des-cosmetiques-bio%3Fid%3D10633100)



(#)

Le zéro déchet au cœur de la philosophie - © Cozie

Chloé Rosier

🕒 Publié le mardi 17 novembre 2020 à 08h00

Cozie c'est une belle histoire made in France qui privilégie le zéro déchet et la préservation de la planète sur l'industrialisation. Non contente de faire sa part pour protéger au mieux notre planète, Cozie veut également proposer aux adeptes du zéro déchet des produits efficaces et doux pour leur peau.

La peau n'est plus ce qu'elle était depuis le début de la pandémie, **entre le masque et le stress**, les petits boutons et les imperfections se font ressentir un peu trop à notre goût. Si le maquillage n'a plus autant d'intérêt pendant cette période de télétravail privilégié, les soins de la peau naturels (et bio) sont de plus en plus sur le devant de la scène.

Lire aussi : *Du "no make-up" au retour de l'acné : ce que le masque a changé dans votre routine beauté* (https://www.rtbf.be/tendance/article/detail_du-no-make-up-au-retour-de-l-acne-ce-que-le-masque-a-change-dans-votre-routine-beaute?id=10607065)

Tendance continue la série d'articles mettant en avant des marques qui méritent qu'on parle d'elles pour diverses raisons : **locales, utilisant des produits naturels, des produits bio**. Elles ont chacune plusieurs très bons arguments pour qu'on les insère dans la liste des cadeaux cette année (ou pour soi, puisque charité bien ordonnée commence par soi-même).

Les produits sont testés par deux journalistes, l'une à la peau sèche et l'autre à la peau mixte, chacune essayant des produits adaptés à leur type de peau.

Cozie, le zéro déchet au cœur de leur philosophie

"Prendre soin de soi et de la planète", c'est le pari de Louise, Emeric et Arnaud, fondateurs de Cozie. La marque est née avec la volonté de proposer une solution cosmétique durable de A à Z qui ne sacrifierait ni le plaisir, ni l'efficacité.



coziebio
13.6k followers

[View Profile](#)



[View More on Instagram](#)

173 likes

coziebio

[Mercredi, c'est Cozie 🍷]

Bon...en vrai...tous les autres jours de la semaine, c'est aussi Cozie 😊

Et toi, est-ce-que tu as un jour dédié dans la semaine pour prendre soin de toi ?

-

#cozie #coziebio #zerowaste #zerodechet #maviecozie #notreviecozie
#beautebio #cosmetique #routinebeaute #soin #selfcare #gogreen
#greenbeauty #nowaste #cleanbeauty

[view all comments](#)

Add a comment...

Une équipe de passionnés qui aimeraient changer le monde

Passionné par son travail d'ingénieur dans la cosmétique de luxe pour un grand groupe international, Emeric a eu besoin de donner plus de sens à son quotidien. Faire le tour de la planète, suremballer les produits et détruire des produits cosmétiques encore consommables ont eu raison de lui. Ses valeurs écologiques et sociales en ligne de mire, il se lance en 2016 dans la création de Cozie : Cosmétique Objectif Zéro Impact Environnemental.

C'est au détour d'une conversation avec Louise, aux commandes du blog zéro déchet Luizzati.com depuis 4 ans et auteure du livre " Le cahier zéro déchet pour les nuls " que l'aventure Cozie commence. En effet, après avoir elle-même cherché des solutions de cosmétiques écologiques et constaté une réelle demande de la part de son public, Louise a vu en Cozie la solution.





(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/6/c/9/b87b5a737b6ba5c576356b6d36d62c49-1605535166.jpg>)

Cozie : du zéro déchet et de la douceur pour des cosmétiques bio - © Huaux

Pour accéder au zéro déchet, il existait déjà des cosmétiques solides et des cosmétiques classiques en flacons recyclables mais aucun soin cosmétique en flacon consigné réutilisable à vie, ce que Cozie voulait justement proposer.

Il y avait l'atout cosmétique et l'atout zéro déchet, il ne manquait plus que l'atout commercial. Et c'est ainsi qu'Arnaud, ancien d'HEC et ami d'Eméric a rejoint l'aventure afin de donner du sens et des valeurs fortes à son quotidien.

Du bio, du local et du zéro déchet

“

"Un nouveau mode de consommation responsable, durable et zéro déchet a vu ainsi le jour dans la salle de bain."

”

Cozie propose des compositions à base d'ingrédients issus de l'agriculture biologique et française, fabriqués dans les laboratoires des fournisseurs qui se situent en région Occitanie et PACA, et une grande partie des ingrédients utilisés provenant de la région toulousaine. Le tout dans des flacons réutilisables à vie, un système de consigne, et une innovation : la Dozeuse, pour se servir la " juste dose".

Tout leurs produits sont certifiés biologiques ou en cours de certification et contiennent des ingrédients issus de l'**agriculture biologique**. La proportion d'ingrédients biologiques varie entre 99% et 25,6 %. La principale raison de ces variations est la teneur en eau des produits car l'eau ne peut pas être labellisée biologique. De plus, toute leur gamme est **vegan** sauf la crème nourrissante visage et la crème mains ne sont pas vegan car elles contiennent de la cire d'abeille française.

Chaque client participe au recyclage des contenants qui sont lavés et reconditionnés grâce à une consigne et un retour gratuit des contenants, soit en magasin, soit par la poste (<https://www.cozie-bio.com/le-concept-cozie/>).

On a testé pour vous ces produits Cozie

- La crème légère visage – YUKA : 51/100 – INCY Beauty : 16/20





(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/b/1/d/41acceeef3d80450d0451121d8898c4-1605537172.png>)

La crème légère - © Cozie

"Tout en légèreté, notre crème légère est un indispensable de votre routine beauté : Une émulsion onctueuse et hydratante, assoupli et illumine toutes les natures de peaux et labellisé Nature & Progrès. Le Petit+ Cozie : nous utilisons de l'huile de prune vierge première pression à froid pour conserver les précieux nutriments de la prune d'Ente."

Notre avis

- Peau sèche

La crème a une odeur très douce et une texture riche en main mais qui se dépose facilement sur le visage et pénètre rapidement dans ma peau sèche. L'hydratation est top pour quelques heures mais j'en ai besoin plusieurs fois dans la journée en ces temps hivernaux qui agressent la peau.

-
- Huile de soin corps visage et cheveux – YUKA : 58/100 – INCY Beauty : 16,3/20



*"Cette huile bio ultra nourrissante laisse une peau revigorée, assouplie et éclatante de santé, les pointes sèches des cheveux sont protégées et sublimées et labellisé Nature & Progrès. **Le Petit+ Cozie** : l'huile de carotte présente dans ce cocktail d'ingrédients te donnera un léger hâle pour une bonne mine garantie !"*

(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/1/7/e/dbaa62137aa518999c14f22771506770-1605536612.png>)

Huile de soin - © Cozie

Notre avis

- Peau sèche

L'odeur de la carotte est la première impression qu'on a de cette huile et c'est une bonne impression, cosy et réconfortante, j'adore. L'huile n'est pas grasse, elle pénètre facilement sans rester sur les mains et sans être collante. Je l'ai utilisée pour le visage et le corps et j'adore, le flacon va vite se vider parce que je l'adore! Elle laisse ma peau douce et protégée avec un voile doux. Je la préfère pour le corps que pour le visage mais c'est personnel.

- Lait corporel à l'eau florale d'oranger – YUKA : 79/100 – INCY Beauty : 16/20



"Ce lait corporel est très hydratant et léger à la fois : pas de sensation de peau collante ou grasse une fois appliqué, frais et velouté, il hydrate et nourrit au quotidien toutes les peaux grâce à ses actifs naturels, labellisé Nature &



Progrès. Le Petit + Cozie : nous avons ajouté de l'eau de fleur d'oranger pour apporter à ce lait un parfum naturel très léger et délicat."

Notre avis

- Peau sèche

Avec ma peau sèche, je suis très critique sur les crèmes corporelles qui sont souvent trop légères pour mes besoins. Si le lait corporel de Cozie n'est pas ultra-riche comme j'ai l'habitude de choisir mes produits, il reste très appréciable et est suffisant si ma peau n'est pas trop abîmée ou déshydratée. Pour un soin de tous les jours, c'est parfait et très agréable avec l'odeur fruitée et gourmande. Pour une peau abîmée par le soleil ou la mer c'est un peu insuffisant.

(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/d/9/7/3419840368f43881b7c087264decb542-1605536870.jpg>)

Lait corporel - © Cozie

Plus d'infos

- *Adresse* : pas encore de revendeurs en Belgique mais deux magasins à Lille et tout peut se commander en ligne
- *Site internet* : <https://www.cozie-bio.com> (<https://www.cozie-bio.com>)
- *Bon plan* : pour Noël la marque sort deux coffrets pour découvrir les produits et faire des heureux autour de soi. "La joyeuse routine" à 45 euros et "le Rituel Cocooning" à 59 euros, des cadeaux de Noël parfait pour prendre soin de soi et offrir à ses proches un moment de détente et de réconfort.

Sur le même sujet

[France](#)
[Bio](#)
[Cosmétiques bio](#)
[Cosmétique naturelle](#)
[Idée cadeau](#)
[La rédac](#)

JEU DURABLE

Frénéthique, la première boutique en ligne dédiée aux cosmétiques zéro déchet et zéro plastique !



© Frénéthique

23/11/2020 - Mise à jour 24/11/2020

Chaque semaine, nous vous offrons la possibilité de remporter des cadeaux durables. Cette semaine, tentez de gagner une carte cadeau d'une valeur de 80 € utilisable en plusieurs fois dans la boutique Frénéthique.

C'est en février 2020, après plusieurs mois de réflexion et dans un contexte social compliqué, que naît [Frénéthique](#). Margot, pourtant pas écolo de la première heure mais tout de même attentive à sa consommation, **adapte au fur et à mesure son mode de vie pour réduire son impact**

Aujourd'hui, Frénéthique, propose ainsi 16 marques triées sur le volet. Toutes répondent à un **cahier des charges bien précis**, et sont en accord avec les valeurs défendues par la marque. Dans une **volonté de totale transparence**, la plateforme affiche la **composition des produits** mis en avant, toujours **clean**, au minimum composée de **95% d'ingrédients d'origine naturelle** et **garantie sans parabènes, silicones et autres ingrédients controversés**.

Les produits proposés par l'e-shop sont également exclusivement **Made in France**, dans le but de **soutenir et encourager le savoir-faire français** mais également de réduire au maximum leur **empreinte carbone** en évitant de les faire voyager plus que nécessaire.

Ne pouvant bannir les emballages à 100% Frénéthique s'engage à ne proposer que des produits avec des **emballages recyclés, recyclables, compostables ou à planter**. Une belle initiative à la fois **zéro plastique**, quand nous savons que 8 millions de tonnes de plastiques sont rejetés en mer chaque année !

Également sensible à la cause animal, Frénéthique, en plus de son engagement à proposer des produits **non testés sur les animaux**, va plus loin en **ne commercialisant que des produits vegan**.

Consciente que le **Greenwashing** est aujourd'hui un véritable argument de vente et qu'il est parfois difficile d'y voir clair dans nos achats, Frénéthique offre donc une aide précieuse aux consommateurs pour les aider à effectuer des achats à la fois **sains et efficaces** via sa **boutique en ligne éco-responsable, zéro déchet et zéro plastique** qui effectue tout le travail de recherche de produits sains en amont pour faciliter et rendre plus agréable notre **consommation durable** !

Pour ce jeu-concours, une personne pourra tenter de gagner :

- 1 carte cadeau d'une valeur de 80€

Bonne chance (durable) à tous !

(Règlement du jeu disponible sur demande à [jeu\(@\)infodurable.fr](mailto:jeu(@)infodurable.fr))

Sorry...This form is closed to new submissions.

TousActeurs

Cet article vous a donné envie d'agir ? Allez plus loin et passez directement à l'action grâce aux solutions proposées par nos partenaires... **A vous de choisir !**

[Accueil](#) > [Mag & Life](#) > [Voyages](#)

Made in France : la grande histoire de la manufacture royale de cire Trudon



Ce soir, nous allons pousser la porte de la plus ancienne manufacture de cire au monde à Mortagne-au-Perche dans l'Orne. La maison Trudon est née en 1643. Depuis, la cire d'abeille a laissé sa place à des procédés plus modernes.

20 nov. 2020 20:34 -

Entretenir la flamme de l'excellence, c'est l'ambition de cette manufacture née à la cour de Louis XIV, avec ses maîtres ciriers fournisseurs des grandes institutions du royaume. Un éclairage domestique indispensable d'une qualité digne de la cour de France et de l'Église dès 1643. La cire Trudon est classée patrimoine vivant de Normandie dans la fabrication de cierges et de bustes en cire des personnages historiques. La renommée de la manufacture royale va survivre à la révolution et séduire Napoléon. À la naissance de son fils l'Aiglon, il n'offrira qu'un seul présent, un cierge incrusté de trois pièces d'or à son effigie. Et voilà que la bougie devient décorative, et parfois même odorante, mais pour des raisons sanitaires.

TOUTE L'INFO SUR

LE 20H



Aujourd'hui, on parle de mariage entre traditions et environnement. Située à l'entreprise soutient financièrement la protection de l'abeille noire, menacée par pratiquement plus de cire d'abeille dans les bougies. Depuis trente ans, la cire fait partie de la production de l'atelier et représente 90% du chiffre d'affaires de la manufacture et de parfum dont la formule est secrète. Résultat : une odeur puissante et durable. Il faut 365 heures pour venir à bout de la grande bougie. C'est ce qui a permis au monde entier et inscrit une fois encore le cirier dans l'histoire de France.



Mis à jour : 21/11/2020
Créé : 20/11/2020

CONTENUS SPONSORISÉS



Foies gras artisanaux : tous les expatriés français se fournissent sur ce site

Foiegrasgourmet.com



Faites le bon choix de Vitamine D grâce à notre dossier spécial vitamine D

Alternatif Bien-Être



Guide des aliments anti-inflammatoires : soulager vos troubles d'après repas

PureSanté

A VOIR AUSSI



Manifestation contre la loi sécurité globale : comment les policiers sont tombés dans une embuscade



Producteur tabassé par des policiers à Paris : que s'est-il passé ?



L'émouvant hommage d'Elie Semoun à son père mort d'Alzheimer



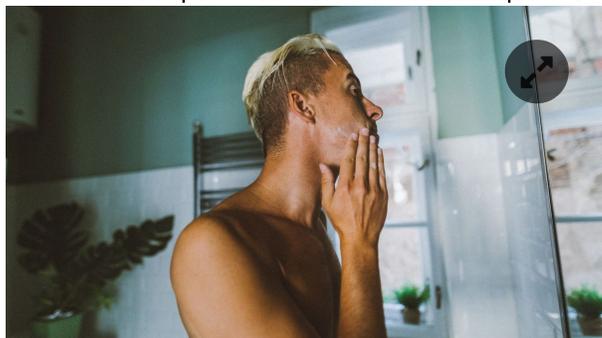
TENDANCE

Beauté | ▾

Manetik : des produits de soins bio et naturels pour les hommes, ça manquait !



(//app-eu.readspeaker.com/cgi-bin/rsent?customerid=7764&lang=fr_be&readid=id-text2speech-article&url=www.rtbf.be%2Ftendance%2Fbeaute%2Fshopping%2Fdetail_manetik-des-produits-de-soins-bio-et-naturels-pour-les-hommes-ca-manquait%3Fid%3D10638804)



(#)

Manetik : des produits bio et naturels pour les hommes, ça manquait ! - © AleksandarNakic - Getty Images

Chloé Rosier

🕒 Publié le mercredi 25 novembre 2020 à 08h00

Les produits de beauté pour homme ont de plus en plus de succès, tout comme les produits naturels et bio. Alors le combo des deux a un bel avenir devant lui! Manetik, c'est une marque qui parle aux hommes dans les codes qu'ils sont habitués à voir mais qui les ouvre à une nouvelle manière de prendre soin d'eux, dans le respect de leur peau, de la planète et de leur santé.

La peau n'est plus ce qu'elle était depuis le début de la pandémie, **entre le masque et le stress**, les petits boutons et les imperfections se font ressentir un peu trop à notre goût. Si le maquillage n'a plus autant d'intérêt pendant cette période de télétravail privilégié, les soins de la peau naturels (et bio) sont de plus en plus sur le devant de la scène.

Lire aussi : *Du "no make-up" au retour de l'acné : ce que le masque a changé dans votre routine beauté* (https://www.rtbf.be/tendance/article/detail_du-no-make-up-au-retour-de-l-acne-ce-que-le-masque-a-change-dans-votre-routine-beaute?id=10607065)

Tendance continue la série d'articles mettant en avant des marques qui méritent qu'on parle d'elles pour diverses raisons : **locales, utilisant des produits naturels, des produits bio**. Elles ont chacune plusieurs très bons arguments pour qu'on les insère dans la liste des cadeaux cette année (ou pour soi, puisque charité bien ordonnée commence par soi-même).

Et puisque les hommes commencent à se maquiller (https://www.rtbf.be/tendance/beaute/detail_maquillage-homme-se-lancer-dans-une-routine-naturelle?id=10633623), Tendance leur propose aussi de prendre soin d'eux avec des produits bio, naturels et colorés !

Les produits sont made in France, bio et vegan.

Les hommes aussi peuvent prendre soin de leur peau

La marque a été pensée en 2015 par Virginie et Adrien Vinet, elle a travaillé en marketing communication et il est Docteur en immunologie et biologie cellulaire. À deux et après le succès de Lady Green, ils se sont dit qu'il allaient tenter de **parler au public masculin** et proposer aux hommes de prendre soin d'eux en utilisant des produits de cosmétiques bio et efficaces.

Manetik s'adresse principalement aux **jeunes hommes de 14 à 20 ans** qui découvrent les problèmes de peaux inhérents à leur âge. Le packaging ne fait pas de doute quant à la cible puisqu'on y retrouve les codes de grandes marques colorées et "viriles". Cependant, les produits ont été testés par deux hommes de **32 ans et 58 ans** et ils les ont appréciés donc que le packaging et la mention de l'âge ne vous arrêtent pas.

Pour ne pas faire peur aux hommes qui sont encore très (trop) souvent éduqués de manière genrée et à qui ont dit que ce n'est **pas viril de prendre soin de soi**, la marque propose des produits simples d'utilisation et très claires quant à leur usage.

Nous avons testés ces produits Manetik

- Mousse nettoyante visage -YUKA : 100/100 - INCY Beauty : 15,9/20



"Fraîche et tonifiante, cette mousse nettoie et purifie la peau des jeunes hommes sans l'agresser."

Notre avis

La description est simple et efficace, tout comme l'utilisation de la mousse. J'ai pris l'habitude de prendre 5 minutes le matin pour me soigner le visage et me bichonner un peu. C'est maintenant devenu un "cérémoniale" déstressant, je ne pense à rien au lieu d'être déjà mentalement au travail. La peau ressort fraîche, on a vraiment l'impression de l'avoir lavée. Se nettoyer le visage à l'aide de la petite éponge et la mousse est bien agréable même si j'ai encore du mal à utiliser l'éponge.

(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/a/8/7/eeabf4779c485d7a6da37bbeaa38ae36-1606229384.png>)

Mousse nettoyante visage - © Mantetik

- Soin perfecteur 3 en 1 - YUKA : 51/100 - INCY Beauty : 16/20



"Un soin fluide et léger qui hydrate, matifie et rééquilibre les peaux grasses à imperfections."

Notre avis

La crème de soin perfecteur à une chouette texture, une odeur légère pas désagréable, et surtout ça donne un teint plus mat ce qui m'a impressionné après seulement 3 utilisations. L'odeur est tout aussi agréable que la mousse et j'aime bien la continuité entre les deux produits. Rituel adopté !

(<https://ds1.static.rtbf.be/article/image/1240x800/1/c/f/226f7e6ce6f807565f7e9c21866e9bc4-1606229368.png>)

Soin perfecteur 3 en 1 - © Manetik

Plus d'infos

- *Adresse* : magasin en ligne (<https://www.manetik.com/>)
- *Site internet* : manetik.com (<https://www.manetik.com/>)
- *Bon plan* : vous pouvez retrouver les conseils d'utilisation de chaque produit sur le site.

Sur le même sujet

Beauté

Homme

Cosmétiques bio

Cosmétique naturelle

Idée cadeau



🕒 28 novembre 2020

Concours : un ensemble de produits Natyr pour hommes



🕒 21 novembre 2020

Petite sorcière : des savons et produits de soin bio faits à la main en Wallonie





Shopping : des produits de beauté en totale harmonie avec la nature

18 NOVEMBRE 2020

Dans la jungle des produits de beauté, il ne suffit plus de promettre monts et merveilles. Ce que l'on souhaite, tous et toutes, c'est avant tout des produits sains, des ingrédients que l'on peut tracer, idéalement made in France, qui nous viennent de toutes les richesses des terres, cueillies, cultivées avec respect. Des produits, aussi, qui feront vraiment du bien à notre peau. Voici quelques marques et produits qu'il vous faut connaître...

Serge d'Estel et son laboratoire parisien

Serge d'Estel, c'est le coiffeur légende de la rue de Vaugirard. Passionné, il se lance dans la fabrication de ses propres produits de beauté. Il installe son petit laboratoire où il produit lui-même des huiles végétales, des huiles essentielles, des shampoings et après-shampoings adaptés à tous types de cheveux ainsi que des actifs de soin. Les prix sont plus qu'abordables, les produits sont faits à Paris par un expert du cheveu. Le personnel, toujours disposé à vous conseiller au mieux selon vos besoins et envies.... Bref, un paradis. Il fabrique même ses propres savons 100 % bio. Coup de coeur pour celui au santal ou à l'ambre...



Shampooing sans sulfates pour cheveux lissés, 46 € /1L ; Routine anti-chute, 60 € ; Shampooing cheveux fragiles, 13,90 € ; Huile végétale d'argan, 14,90 € ; Huile végétale de chanvre, 11,90 € ; Huile essentielle menthe poivrée, 8,60 €.

On y trouvera des shampoings pour cheveux secs, usage fréquent, anti-chute, cheveux mous, shampooing kératine, shampooing aloe vera, ricin, déjaunissant pour cheveux blonds/blancs, shampooing à la kératine pour cheveux lissés et tant d'autres. Des produits à toujours avoir dans sa salle de bain ! En plus ? À l'approche des fêtes, on peut déjà penser à faire un beau cadeau personnalisé comme cette routine soin cheveux bouclés/colorés/lissés, etc., proposant 3 produits de la gamme excellence pour 70 € ou encore une huile de soin vegan.

Oden, le pouvoir des plantes françaises

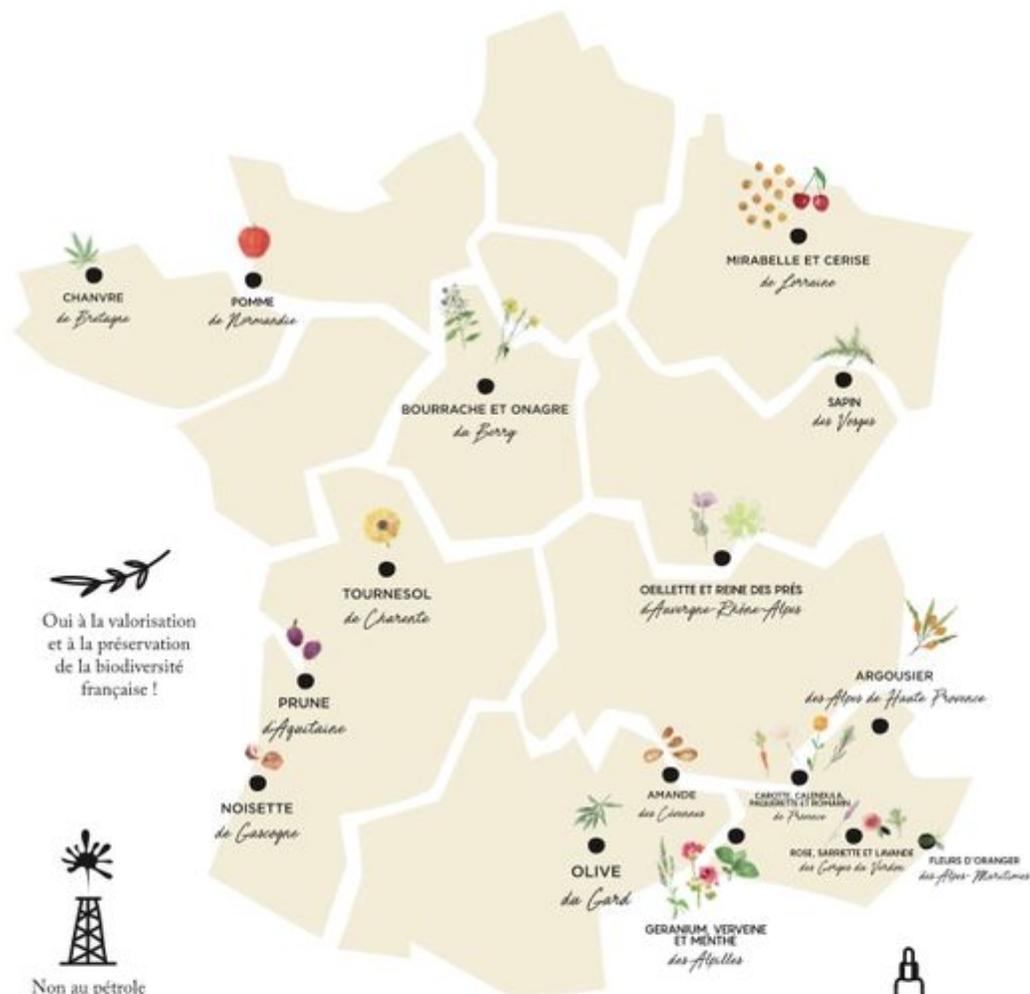
La devise d'Oden est " *La vraie cosmétique française*", ou encore " *le pouvoir des plantes françaises*". Vous l'aurez bien compris, beaucoup de produits soi-disant Made in France ne sont pas véritablement d'origine française. En réalité, ces produits importent des huiles du monde entier pour les brasser et mélanger dans les laboratoires français. Une sympathique entourloupe. **La marque Oden, elle,**

sélectionne des ingrédients naturels, cultivés et transformés en France, auprès d'agriculteurs des régions françaises. Les mirabelles et cerises de Lorraine, les sapins des Vosges, la Bourrache et l'Onagre du Berry, la pomme de Normandie, le chanvre de Bretagne, la pomme de Normandie, le chanvre de Bretagne, le tournesol de Charente, la Noisette de Gascogne et plein d'autres...

ODEN

« La vraie cosmétique française »

Soins naturels aux plantes cultivées
PAR LES AGRICULTEURS DE NOS RÉGIONS



Oui à la valorisation
et à la préservation
de la biodiversité
française !

Non au pétrole
(Huiles minérales)
sur la peau !

Oui aux nouveaux
débouchés pour
les agriculteurs
français !

Non aux Huiles qui
viennent du bout
du monde !

Oui aux Huiles
fraîches pleines
de vitamines !

Carte ODEN

Ainsi, ODEN propose des huiles, sérums, brumes, baumes, gélules, coffrets routine apaisante, purifiante, anti-âge, visage, éclat, duo corps, etc. On y trouvera forcément quelques bonheurs. Le site internet est très bien fait et vous permettra de facilement trouver tout ce qu'il vous faut ou obtenir de bons conseils. Les flacons sont faits en verre recyclé et consignables, les produits sont sans conservateurs, conviennent même aux femmes enceintes ou allaitantes, bref, ODEN coche toutes les cases.



Huile corps 32 € ; Sérum vitaminé, 34 € ; Brume botanique purifiante, 28 € ; Gélules de beauté, 25 € ; Coffret duo visage, 50€.

On the Wild Side, le pouvoir de la cueillette

On the Wild Side revient aux sources : la cueillette. Quête de sens, formules propres et naturelles, les produits sont élaborés à base de plantes sauvages cueillies dans les forêts françaises. La cueillette, pratique ancestrale, permet aux plantes d'être plus riches en actifs que les plantes cultivées. On cueille ses plantes à la main, directement dans leur éco-système. L'idée est de puiser dans la nature brute et sauvage ce qui nous fera le plus grand bien, tout en respectant profondément la nature et ses dons.



Rituel soin pour nourrir et régénérer la peau, 57 € ; Rituel douceur pour renforcer et purifier la peau, 45 € ; Rituel beauté voyage, 47 €.

Ces plantes sont directement utilisées pour élaborer nos produits de beauté : huile démaquillante, huile de soin, crème de jour, masque exfoliant, crème mains, etc. On y trouvera aussi des coffrets de rituel beauté, rituel nouvelle lune, rituel voyage, rituel contour de l'oeil, bougies bois sauvage. De quoi se faire plaisir et prendre soin de soi, ou des autres...



Masque exfoliant, 39 € ; Rituel beauté Oden, 122 € ; Huile de soin, 39 €.

Ma Thérapie, rituel beauté d'une naturopathe



Pour Ma Thérapie, la beauté se travaille. On la nourrit grâce à la richesse de la terre. Une marque beauté lancée par une naturopathe, Céline Julien. Elle partage avec nous ses conseils et rituels beauté pour une peau au meilleur de sa forme. On suit ses conseils :

- Rituel 1 : Laisser respirer sa peau avec des huiles démaquillantes à la rose de Damas ou jojoba-prune-abricot.
- Rituel 2 : Nourrir sa beauté intérieure avec des compléments nutritionnels nourrissant.
- Rituel 3 : Exfolier en douceur avec un soin exfoliant et nourrissant.
- Rituel 4 : Vitaminer & protéger sa peau avec un sérum bonne mine et complément nutritionnel.
- Rituel 5 : Équilibrer sa peau avec une eau de beauté et une crème équilibrante.
- Rituel 6 : Régénérer en profondeur avec une eau de beauté et un sérum régénérant.
- Rituel 7 : Réveiller ses sens avec un gel lavant et une huile corps.



#BEAUTÉ #BIO #CHEVEUX #CRÈME #HUILE #MA THÉRAPIE #NATUREL #ODEN
#ON THE WILD SIDE #PLANTES #SERGE D'ESTEL #SHAMPOING #SHOPPING #VEGAN

Joanna & Laylow en proie à leurs “Démon” intérieurs

[Annonces Légales & CERFA \(https://tribuca.net/annonces/\)](https://tribuca.net/annonces/)[Ventes aux Enchères \(https://tribuca.net/ventes/\)](https://tribuca.net/ventes/)

Menu

[Accueil \(https://tribuca.net\)](https://tribuca.net) / [Entreprises \(entreprises\)](#)

Pourquoi et comment Eau Bleue by Okaia veut disrupter le monde du parfum ?

<https://tribuca.net/img/pictures/2020/11/20201117093425-gausseran-robertet-web.jpg>

Fabien Gausseran, directeur adjoint division Parfumerie groupe Robertet.

[Entreprises \(entreprises\)](#)

🕒 Mardi 17 novembre 2020 à 09h28

La collaboration entre industrie et startups, Robertet y croit. Avec la création du parfum officiel de l'Equipe de France de foot, le groupe grassois allie convictions et challenge. Détail avec Fabien Gausseran, directeur adjoint division Parfumerie groupe Robertet.

Robertet associé à une startup, un peu incroyable, non ?

Pas tant que ça si on y réfléchit... Olivier Maubert (le directeur général du groupe, Ndlr) le disait encore à un client cette semaine, Robertet, c'est une société qui du haut de ses 170 ans se comporte comme une startup. Et Okaia n'est que la partie émergée de l'iceberg, nous avons encore de beaux projets dans cet esprit-là. Et puis, se serrer les coudes, entre nous, sur le territoire, c'est extrêmement important, pour l'attractivité notamment.

Comment Okaia est-elle née ?

Tout est parti d'une discussion entre Cédric Messina et la FFF. Nous avons déjà parlé parfum ensemble, le côté marketing, valeurs, en mode détente, et voilà qu'il me rappelle pour me dire que la fédé a adoré l'idée de faire un parfum autour des Bleus. En l'envisageant non pas comme un produit, mais plutôt comme une démarche.

Ce qui veut dire ?

Chez Robertet, nous avons commencé à travailler autour des valeurs du sport en général et de l'actuelle Equipe de France en particulier. Qu'est-ce qui la différencie des autres équipes, qu'est-ce qu'elle nous évoque... C'est comme ça que se monte un parfum. Notre chance, c'est qu'elle véhicule des valeurs extrêmement positives, la proximité, le fun, la victoire, l'éthique, à l'image de son capitaine Hugo Lloris. On ne peut pas faire n'importe quoi, l'Equipe de France, c'est une institution. La démarche, avec une autre équipe, aurait été très différente. C'est Emilie Bouge (voir plus bas, Ndlr) qui a piloté la création, puis nous sommes montés au siège de la fédération, une fois nos partenaires -les plus locaux possibles- listés et mis dans la boucle. Pour le flaconnage notamment, grassois lui-aussi. C'est cela, aller jusqu'au bout de la démarche, tous les éléments du parfum sont français, hors une société franco-italienne, du capuchon au verre en passant par l'étui ou la sérigraphie. Quand il n'y avait pas de possibilités de partenariats locaux, nous sommes allés chercher au national. Une sorte de parfum... de la relance.

Et qui arrive à point nommé pour Noël...

A la base, nous voulions qu'il soit fin prêt pour l'Euro 2020, qui a finalement été décalé. Mais nous étions tous tellement impatients que nous l'avons positionné différemment, sur Noël, mais l'objectif, c'est que son succès dure jusqu'à l'Euro. Ce que nous espérons tous, en totale cohérence avec le sens, les valeurs que nous avons voulu mettre en avant à travers ce premier parfum. Parmi ces valeurs, il y avait d'ailleurs le prix... Le gros challenge, c'était aussi de faire un produit de qualité, made in France, mais abordable, accessible, c'était le deal avec la FFF. A 19,90€ les 100ml, ce challenge-là est déjà gagné, quand d'autres de la même qualité toisent les 80€. Là-aussi, on suit les valeurs d'une équipe accessible et sympa, mais avec les meilleurs joueurs du monde...

C'est donc un galop d'essai ?

Okaia, c'est une nouvelle façon de concevoir le parfum. Positionnée sur des bases solides -celles de Robertet- et sur l'esprit disrupteur d'une startup comme My Coach, rapide, agile. En s'alliant autour d'un projet qui encore une fois a du sens, et sa propre façon de fonctionner. Nos parfums se veulent éphémères, en éditions limitées, pour faire vivre la marque, il faudra décliner, et à vitesse soutenue. Nous avons certainement commencé par la plus belle "marque" qui puisse exister en France, mais nous ne manquons pas d'idées pour la suite. Avec d'autres codes, d'autres cibles, mais toujours dans cet esprit de co-construction et de démarche globale autour du made in France. Et du made in Grasse. C'est aussi une façon de montrer qu'en travaillant ensemble, on peut faire de la Côte d'Azur autre chose qu'une terre de tourisme.

Vendre un parfum exclusivement sur internet, n'est-ce pas un peu... gonflé ?

C'est assez nouveau en effet. Mais dans le contexte actuel, nos marques clientes s'y mettent petit à petit. Vendre un nouveau parfum sans pouvoir le sentir, c'est un challenge, ça fait aussi partie de l'intérêt du projet. Okaia, c'est un terrain d'expérimentation, un laboratoire, pour, pourquoi pas, trouver les futurs standards de l'industrie du parfum. Toujours dans cet esprit startup... Il y aura peut-être des ajustements à faire, mais pour nous, industriels (le groupe Robertet pèse 600M€ de CA, Ndlr), ce fonctionnement, impulsé par My Coach, est particulièrement intéressant, c'est même un des critères qui nous a fait choisir ce projet. Nous n'avons plus le choix, il faut s'approprier l'outil numérique, c'est bon pour toutes les filières industrielles. Si les marques ne se renouvellent pas, si elles ne s'adaptent pas à de nouvelles formes de distribution, elles resteront sur le carreau. Okaia, pour nous, sera riche d'enseignements.

Un parfum grassois jusqu'au bout du nez

Le "nez" d'Eau Bleue, c'est elle, Emilie Bouge, sixième génération familiale de parfumeurs, profondément ancrée dans l'histoire de Robertet et plus largement du parfum français.

"Nous voulions une équipe qui colle au projet, jusqu'au bout" complète Fabien Giausseran, pris en flagrant délit de patriotisme territorial. Partir d'une feuille blanche pour créer "des valeurs", identifiables, tout un art qu'elle aura maîtrisé, pour ce projet Okaia, en un temps record, six mois au lieu des douze ou dix-huit mois traditionnels. *"On part d'une image mentale, d'une projection, et on y associe des odeurs, c'est de la transcription en une formule, une interprétation. Il y a eu une quinzaine d'essais sur Eau Bleue pour trouver la bonne combinaison"*, souligne Fabien Giausseran.

Qu'est-ce qu'une bonne combinaison pour évoquer l'Equipe de France ? *"Un parfum se décrit sur ses notes de tête, cœur et fond. La tête ici, c'est de la fraîcheur, des notes aromatiques herbacées par petites touches, pour le cœur, et pour favoriser la texture et le côté inter-générationnel, comme les supporters de l'Equipe de France, on a choisi des boisés, santal, vétiver, de la fraîcheur encore, mais de la classe aussi."* Sur le fond, pour relever le tout et apporter la Robertet touch, on reconnaîtra la fève tonka, une spécialité gourmande de la maison grassoise, comme une signature, *"un ingrédient sublime que Robertet affectionne, pour amener de la rondeur."* Entre élégance et sucré-boisé, au large spectre. Eau Bleue Première Edition, tel est son nom complet, a quitté les vestiaires pour entrer dans la lumière ce 9 novembre. Son défi désormais, arriver à se faire une place dans le millier de lancements réalisés chaque année en France, avec un atout en poche: une identification qui touche à la légende. Et une chaîne de valeurs, conception et fabrication, à belle opportunité marketing ajoutée.



Publié par
Isabelle Auzias

f (https://www.facebook.com/sharer.php?u=https://tribuca.net/entreprises_77985993-pourquoi-et-comment-eau-bleue-by-okaia-veut-disrupter-le-monde-du-parfum) t (https://twitter.com/share?url=https://tribuca.net/entreprises_77985993-pourquoi-et-comment-eau-bleue-by-okaia-veut-disrupter-le-monde-du-parfum)

disrupter-le-monde-du-parfum&text=Pourquoi et comment Eau Bleue by Okaia veut disrupter le monde du parfum ?&via=Tribuca) in (https://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=https://tribuca.net/entreprises_77985993-pourquoi-et-comment-eau-bleue-by-okaia-veut-disrupter-le-monde-du-parfum&title=Pourquoi et comment Eau Bleue by Okaia veut disrupter le monde du parfum ?&summary=La collaboration entre industrie et startups, Robertet y croit. Avec la création du parfum officiel de l'Equipe de France de foot, le groupe grassois allie convictions et challenge. Détail avec Fabien Giausseran, directeur adjoint division Parfumerie groupe Robertet.&source=Tribuca.net)

Autres articles pouvant vous intéresser



(entreprises_77448383-l-equipe-de-france-mise-en-bouteille-par-l-azureenne-okaia)

L'équipe de France mise en bouteille par l'azurienne Okaia (entreprises_77448383-l-equipe-de-france-mise-en-bouteille-par-l-azureenne-okaia) © 08 novembre 2020

En s'associant à My Coach au sein de la startup Okaia, le groupe Robertet teste de nouveaux modèles sur une industrie de la parfumerie qui peine à quitter ses acquis. Comment Eau Bleue, le parfum officiel de l'Equipe de France, est née en terres d'Azur...



Terre de France, l'entreprise qui défend la France et son artisanat

Par Éloi Roche-Bruyn

Publié le 13/11/2020 à 17:16

Patriote et solidaire. Terre de France séduit de plus en plus de clients friands de produits purement français à des prix raisonnables. Plongée dans une entreprise guidée par l'amour de la France et la solidarité envers les plus nécessiteux.

Terres de France est fondée en 2018 par Paul et Claire, un couple volontaire pour donner du sens à ses activités professionnelles. Le principe est simple : proposer des produits issus de l'artisanat français à des prix raisonnables. A ce jour, l'ensemble des bénéfices est reversé à des associations qui soutiennent des initiatives locales fondées sur la solidarité nationale. Ce choix s'inscrit clairement dans la volonté de la préférence nationale.

« 100% des bénéfices au service de notre pays », annonce-t-ils fièrement sur leur site Internet. Les fondateurs l'assument pleinement. « On cherche à remplacer des produits qui viennent de l'étranger ou bien des produits par des entreprises qui ont des positions inverses aux nôtres. Je voulais donc monter un projet dans le Made in France proche des valeurs patriotes et de solidarité nationale », explique Paul, cofondateur de la marque.

Tout et rien que français !

Actuellement basée à Massy, en région parisienne, l'entreprise déménage dans les prochaines semaines à Salon de Provence pour se rapprocher de ses artisans partenaires. Avec les mois, le panel de produits s'est diversifié pour former une large « collection au service de notre pays ». La vedette reste le parfum Terre de France produit à Nîmes. Pourquoi un parfum ? « Un parfum raconte histoire. Terre de France nous raccroche à une belle histoire, celle de notre pays ».



L'entreprise propose aussi des savons naturels confectionnés par un savonnier artisanal dans une ancienne manufacture royale à Salon de Provence. Une gamme de maroquinerie se développe avec la mise en vente d'un portefeuille façonné en terre vendéenne. Celui-ci est voulu « Français et Robuste ». Le ton est donné ! Son prix est mesuré pour ne pas être « élitiste ».

JEU DURABLE

Auget : les senteurs de Grasse dans votre salon !



© Auget

01/12/2020 - Mise à jour 03/12/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Aujourd'hui, une personne pourra tenter de gagner une bougie Auget d'une valeur de 35€.

À l'origine d'[Auget](#), il y a un couple de passionnés, Marie et François. Créée à Paris en 2019, la marque s'est inspirée du nom d'Augé, la fille de Chronos dans la mythologie grecque. Elle symbolise le renouveau et incarne la vocation des deux créateurs : **bousculer les codes dans l'univers figé des bougies parfumées.**

Les bougies sont **100% naturelles** et **fabriquées artisanalement à Grasse**, une ville réputée dans le monde entier pour la qualité de ses fragrances. Certaines sont d'ailleurs créées exclusivement pour la jeune marque. Toutes les mèches sont ensuite posées à la main par des artisans qui ont le goût du travail bien fait.

Au niveau de la composition, **pas de substances toxiques** dans les bougies Auge ! Elles sont élaborées sans phtalates, sans substances cancérigènes, mutagènes et reprotoxiques (CMR). La mèche tressée est entièrement en coton, sans plomb ni chlore. La combustion de la bougie n'engendre **aucun risque sur la santé de toute la famille** grâce à un savant mélange de cire minérale et de cire végétale.

La volonté de la marque est claire avec son **positionnement Made in France** : créer de l'emploi en France, **dynamiser les territoires** et à assurer des conditions de travail dignes aux petites mains qui fabriquent les bougies.

Pour ce jeu-concours, une personne pourra tenter de gagner :

- 1 [bougie au choix](#) d'une valeur de 35€

Bonne chance (durable) à tous !

(Règlement du jeu disponible sur demande à [jeu\(@\)linfo durable.fr](mailto:jeu(@)linfo durable.fr))

BEAUTÉ NOUVEAU AU RAYON BEAUTÉ

Lamazuna lance 4 nouveaux déodorants solides et pense aux peaux sensibles

Par Caroline Aré纳斯 | 3 décembre 2020 | 2 commentaires

Découvrez les nouveautés Lamazuna, des déodorants solides adaptés aux différents types de peau et toujours 100% naturels.



Lamazuna met un coup de frais dans sa collection de déodorants !

La particularité de ses nouveautés est de proposer des produits adéquats aux **peaux sensibles** et adaptés pour les femmes enceintes. Les parfums de ces déodorants sont également unisexes.

Comme le reste de leur gamme de déodorants solides, ils sont fait-main, véganes et made in France ! Ils sont aussi 100% d'origine naturelle et certifiés bio COSMOS Organic.

Les déodorants solides peau sensible de Lamazuna

Il n'y a **ni huile essentielle ni bicarbonate de soude** dans la composition de ces produits. Ils contiennent en revanche du zinc ricinoléate et la terre de diatomée, réputés pour neutraliser efficacement les mauvaises odeurs sans bloquer la transpiration.

Deux parfums sont disponibles : douceur marine ou douceur florale.



Déodorant solide Marin, 9,90€



Déodorant solide Foral, 9,90€

Les déodorants solides peau normale de Lamazuna

Lamazuna propose également deux **nouveautés dans sa gamme peau normale**, une senteur fruité bergamote et géranium, et une senteur plus boisée mélangeant sauge, cèdre ravintsara.



Déodorant solide bergamote, 9,90€



Déodorant solide boisé 9,90€

Lamazuna met un point d'honneur sur le zéro déchet, c'est pourquoi ces déos n'ont ni stick ni contenant, seulement le cône déodorant et son petit carton !

Pour utiliser les déodorants solides Lamazuna, il suffit de les passer sous l'eau puis de les appliquer comme du déodorant normal.

Alors c'est parti pour se badigeonner la nature sous les aisselles !



Économie - Social

Dossier : Les circuits courts en France

La fabrication traditionnelle du Savon de Marseille en plein boom

Vendredi 11 décembre 2020 à 18:27 - Par Frédéric Chapuis, France Bleu Provence

[Marseille](#)



Avec la crise du Covid-19, il y a une demande d'économie de proximité, plus durable, plus solidaire dont profite le Savon de Marseille. Sur les 3 savonneries traditionnelles, la Savonnerie du Midi fondée en 1894 se porte bien et c'est tout le quartier des Aygalades à Marseille (15e) qui en profite.



La Savonnerie du Midi à Marseille implantée aux Aygalades (15e) perpétue la tradition depuis 1894. © Maxppp - Fred Chapuis

C'est l'un des grands changements liés à la crise du **coronavirus**. Nos habitudes de consommation évoluent, d'une façon générale nous sommes plus attentifs à l'origine des produits. Le "made in France" est de plus en plus plébiscité, tout comme les **circuits-courts que France Bleu Provence** met en avant chaque jour.

Une nouvelle économie de proximité, plus durable, plus solidaire dont profite à plein le fameux **Savon de Marseille**.

LES PLUS CONSULT

1 **Faits divers - Justice**
Disparition inquiétante d'une femme de 45 ans dans les Vosges
[France Bleu Sud Lorraine Bleu](#)

2 **Insolite**
Valence : une caméra cachée chez un vendeur de motos cartonne sur
[France Bleu Drôme Ardèche](#)
[France Bleu](#)

3 **Santé - Sciences**
Coronavirus : 35 Français tirés au sort dès lundi se prononceront sur la vaccination
[France Bleu](#)

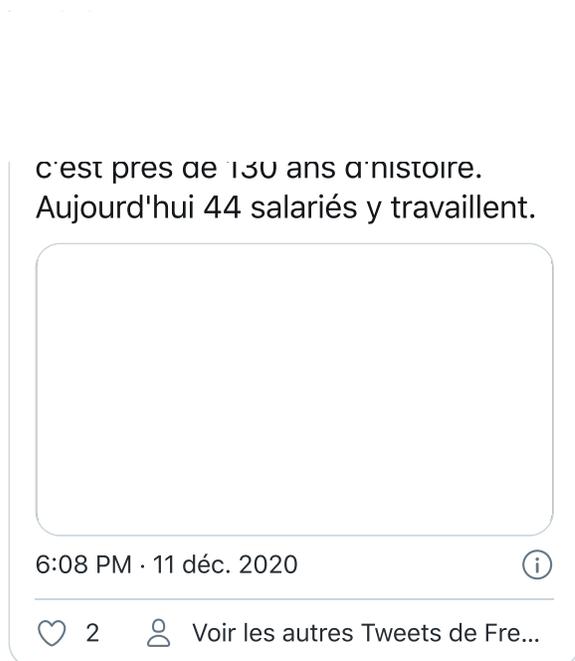
Fil info

20:42
Visite de Macron à la Caf Loire : qu'est-ce que cette pension alimentaire ?
[France Bleu Touraine](#)

20:33
Lille : il n'y a plus d'espoir de chapelle Saint-Joseph
[France Bleu Nord](#)

20:31
Après les fêtes, une session de rattrapage de tests Covid qui ne fait pas foule
[France Bleu Saint-Étienne Loire](#)

20:24
Coronavirus en Bretagne : les indicateurs repartent à la hausse après les fêtes



Covid-19 : les premiers B
vaccinés à Saint-Renan, c
Finistère

[France Bleu Breizh Izel et Fra
Armorique](#)

20:10

**Les fondateurs du groupe
Mayenne élus Mayennais
2020 par le Rotary**

[France Bleu Mayenne](#)

20:05

**Deux randonneurs belges
la Drôme et secourus par**

[France Bleu Drôme Ardèche](#)

20:03

**Choc frontal entre un bus
une voiture en Dordogne.
blessé.**

[France Bleu Périgord](#)

[Tout le fil info](#)

Il reste 3 savonneries traditionnelles dans la ville dont la
Savonnerie du Midi aux Aygalades (15e).



SERVICES FRANCE BLEU



Un savoir-faire depuis 1894

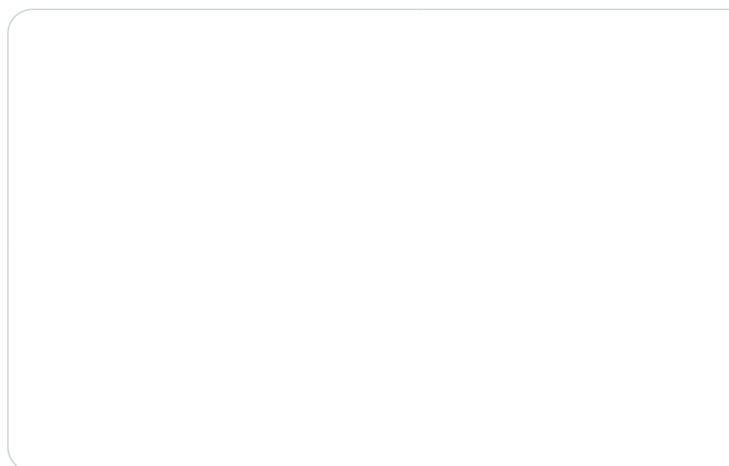
Un temps menacée, l'entreprise fondée en 1894 se porte
bien, au point que toute cette partie des quartiers Nord en

▶ quartier des Aygalades qui en profite.



Fred Chapuis
@ChapuisFred

Le Savon de Marseille exporté dans 30 pays. 1.200 t de ce produit traditionnel, exemple d'un savoir-faire unique, sont fabriquées chaque année dans la Savoie du Midi aux Aygalades (15e) @marseille reportage à écouter lundi sur @bleuprovence



6:12 PM · 11 déc. 2020



2



Voir les autres Tweets de Fred Chapuis

"Un fleuron de l'entreprise française" - Nadia Hai, ministre de la ville

En visite à Marseille vendredi 11 décembre, **Nadia Hai**, a salué la réussite exemplaire de l'entreprise marseillaise, *"une entreprise artisanale, un fleuron de l'entreprise française, explique la ministre de la ville tout sourire au micro France Bleu Provence, un savoir qui s'exporte. La Savonnerie du Midi a un chiffre d'affaires en pleine expansion, et ce qui donne encore plus le sourire, c'est une entreprise qui ne se détourne pas de l'environnement dans lequel elle exerce. Elle est tournée vers les jeunes des quartiers prioritaires, elle est une entreprise d'insertion*

LES PETITS BIDONS

Lavez vos vêtements sans salir la planète avec cette lessive naturelle, française et zéro déchet

Les Petits Bidons est une marque de lessive et de produits naturels et engagés pour laver sans tout salir ! Découvrez.

Publié le 17 décembre 2020 | Mis à jour le 17 décembre 2020

SPONSORISÉ Les Petits Bidons sur POSITIVR — Cet article vous est proposé à l'initiative des Petits Bidons, indépendamment de la Rédaction POSITIVR.



Photo : Les Petits Bidons

Publi-Rédactionnel

Chaque année, plus de 7 milliards de lessives sont réalisées en France et ce sont autant de litres d'eau qui finissent par être pollués de produits chimiques mauvais pour l'environnement et nos vêtements. Alors, pour y remédier, Cyril Neves a créé Les Petits Bidons, une marque engagée de lessives et produits naturels fabriqués en France, sans ingrédients controversés et respectueux de la planète. À l'occasion du lancement de sa nouvelle lessive d'origine 100 % naturelle et zéro plastique, Cyril nous en dit plus à propos de son projet. Interview.

Qui êtes-vous et que faites-vous ?

Je m'appelle Cyril Neves et je suis le fondateur des Petits Bidons, une marque de produits ménagers naturels et engagés pour laver sans tout salir ! Avant de me lancer dans cette aventure, j'ai travaillé pendant 7 ans dans des grands groupes. J'ai eu besoin de retrouver du sens dans mon travail et de créer des produits sains et propres pour nous et la planète.



Photo : Les Petits Bidons

Pouvez-vous nous présenter votre projet ?

Chaque jour en France, ce sont plus de 17 millions de lessives qui sont réalisées ! Un chiffre énorme qui cache une réalité triste : les lessives utilisées sont polluantes et toxiques. En effet, il est très courant d'y retrouver des dérivés de pétrole, d'huile de palme ou d'autres ingrédients controversés.

Le problème ? La réglementation n'oblige pas à indiquer la liste d'ingrédients sur les produits. Résultat, c'est impossible pour le consommateur de savoir exactement ce qu'il utilise et rejette dans ces eaux usées. Il était donc grand temps de prendre les choses en main et de retrouver un peu de bon sens en faisant les choses différemment !

Avec Les Petits Bidons, nous avons voulu créer une marque engagée et fabriquée en France. Nos formules sont d'origine naturelle, efficaces, sans ingrédients controversés et respectueuses de la planète pour laver enfin sans tout salir ! Notre dernière innovation a été le lancement d'une toute nouvelle version de notre lessive, 100 % d'origine naturelle dans un emballage zéro plastique et le tout fabriqué en France bien sûr, en Bourgogne plus exactement.

Chez Les Petits Bidons, nous proposons des solutions écologiques pour le linge bien sûr, mais aussi pour la vaisselle et l'entretien de la maison !

Pouvez-vous nous en dire plus à propos des contenants utilisés ?

Notre engagement ne s'arrête pas à la qualité de nos formules naturelles ! Nous travaillons aussi nos contenants en proposant des bouteilles 100 % issues de déchets ménagers recyclés (6 tonnes de plastique vierge évitées depuis notre lancement !) mais aussi des emballages carton et des solutions zéro déchet compostables.

Et puisque le meilleur contenant, c'est celui qu'on réutilise, nous proposons aussi des solutions pour re-remplir Les Petits Bidons en vrac et il existe aussi un système de consigne en Île de France.



Photo : Les Petits Bidons

Pourquoi avez-vous décidé de vous lancer dans cette aventure ?

J'ai été révolté de découvrir l'opacité qui règne sur ce marché des lessives alors que nos vêtements sont à même notre peau ! Quand on connaît l'exigence de la réglementation sur les domaines de l'alimentaire ou de la cosmétique par exemple, c'est difficilement compréhensible de ne pas avoir plus d'informations sur les produits.. Il était capital de retrouver une transparence totale pour que le consommateur puisse faire un choix éclairé.

Et au-delà de la transparence, il y a aussi l'engagement écologique sous-jacent qui a été important. Comment était-il encore possible de retrouver des dérivés de pétrole, d'huile de palme ou des azurants optiques, néfastes pour l'environnement dans des produits de consommation courante sans en être alerté ? Il y avait pour nous une véritable urgence de créer Les Petits Bidons afin d'apporter une solution propre et facile d'utilisation.



Photo : Les Petits Bidons

Quel message souhaitez-vous faire passer à travers votre action ?

Changer de lessive, c'est bien plus qu'un petit pas pour l'écologie, il est grand temps d'enfin laver sans tout salir et de faire les choses avec plus de bon sens pour prendre soin de la planète, de nous et des générations futures. Et si vous aussi vous rejoigniez le mouvement ?

Vous cherchez une lessive efficace et qui ne dégrade pas la planète ? Alors rendez-vous sur le site des Petits Bidons pour y découvrir des lessives et produits d'origine 100 % naturelle, sans ingrédients controversés et fabriqués en France. Disponible en e-shop et sur abonnement.

COMMERCE

Mademoiselle Provence s'installe à Amiens pour conquérir la planète

Originnaire du Nord, Hélène Marceau, associée à Miss France 2009, Chloé Mortaud, a implanté sa start-up de produits cosmétiques français à Dury à côté d'Amiens. L'aventure, débutée en 2016, prend son envol.

Mis en ligne le 5/12/2020 à 10:00

par [Alexandre Boudard](#)

Le duo féminin de choc Hélène Marceau, une Valenciennaise, et Chloé Mortaud, Miss France 2009, s'est lancé dans l'aventure de création de produits cosmétiques 100 % français et à base de produits naturels depuis 2016, avec le lancement de la société

Savonnerie Fer à cheval – Des cadeaux Made in France pour Noël

celine.durindel 01/12/2020 corps, Dossiers, Mode, Soins, Spécial Noël, visage 445 Vues

Fer à cheval, la plus ancienne savonnerie de Marseille, présente quelques idées de cadeaux et nouveautés pour ce Noël. Des cadeaux Made in France, composés à 100% d'ingrédients d'origine naturelle, pour le bien-être de tous et de la planète !



En effet, la plus ancienne des savonneries de Marseille, la savonnerie Fer à Cheval, fabrique depuis 1856, l'incontournable savon de Marseille, fabriqué en chaudron par les maîtres savonniers. Un produit hypoallergénique, sans parfum, sans colorant, ni conservateur, ni huile de palme. Le savon est 100% d'origine naturelle, il est authentique, présenté sous sa forme la plus épurée et simple. Il est toujours produit et reste un élément phare, sain et efficace pour toute la

famille, comme pour l'entretien ménager.

Pour ce **Noël**, la savonnerie Fer à cheval présente quelques nouveautés comme le sac de mini savons parfumés. Ici, la collection de savons doux parfums, enrichie en beurre de karité et huiles adoucissantes, se décline en petits formats, pratique pour les voyages et week-end. Présentés dans un petit sac en sisal, fibre résistante issue de la plante de la famille des agaves, les savons sont au nombre de cinq : un savon doux parfumé

Thé blanc Yuzu, un miel et amande, un savon lavande vivifiante, un aux pétales de rose et enfin un nommé aqua mandarine. De doux savons parfumés, au petit format pratique, qui sont également utiles, sains, pour nettoyer la peau tout en douceur. Avec l'aide du petit sac, la peau peut également être exfoliée, tout en recyclant les miettes de savon !



Toujours pour le voyage, une boîte à savon vient de compléter la collection, pour pouvoir emporter son savon, toujours bien au sec. Une boîte à savon en aluminium, pour toutes les savonnettes, de 100g et 125g. Un étui bien pratique, avec un égouttoir au fond de la boîte, qui permet d'évacuer correctement l'eau

et d'éviter que le savon ne reste collé au fond. Une boîte sobre et pourtant élégante, qui fait son effet et reste réellement pratique !



Enfin, la savonnerie présente deux nouveaux millésimes parfumés pour cette fin d'année, qui pourront séduire les papas. Dans le format de savon liquide, dans une bouteille d'un litre, les parfums Aqua mandarine et Embruns & cédrat, font leur petit effet. Les nouvelles fragrances sont rafraîchissantes, marines et acidulées, parfaites pour toute la famille. Les savons sont également beaux, avec leur couleur dorée que l'on découvre grâce au flacon transparent. Les produits sont enrichis à l'huile d'amande douce, permettant de nettoyer la peau en douceur, et la laisser légèrement parfumée. Une formule douce et la plus saine possible, pour convenir à toutes les peaux.

La savonnerie Fer à Cheval dévoile, pour cette fin d'année, quelques nouveautés douces, parfumées et surtout pratiques. Le tout peut former un joli coffret, à offrir pour Noël, entre savon de Marseille authentique, savon liquide parfumé, boîte à savon de voyage et sac à mini savons parfumés, qui devient aussi un gant exfoliant...

La savonnerie de Marseille Fer à cheval est à retrouver par là...

ENTREPRISE DE LA SEMAINE

PARTENARIAT REDACTIONNEL

VIREVOLTE : DES PARFUMS FEMININS NATURELS, VEGAN ET FRANÇAIS

Par OpenMedias - Mis à jour le 21/12/2020 à 09:38
Publié le 21/12/2020 à 09:37



[Julie - Virevolte]

La marque Virevolte propose une gamme innovante de parfums féminins entre naturalité et sensorialité. Vegan et fabriqués en France, ces parfums nouvelle génération sont disponibles en quatre déclinaisons aux caractéristiques singulières.

E
G
A
R
D
E
R
L
E
D
I
R
E
C
T

Quatorze litres : c'est la quantité moyenne de parfum que nous vaporisons directement sur notre peau au cours de notre vie. C'est à partir de ce constat que Julie Desoomer a eu l'idée de créer « **Virevolte** » : des parfums naturels, vegan fabriqués en France, en Provence près de Grasse.

« Mon bébé était régulièrement en contact avec ma peau, à l'endroit même où j'appliquais mon parfum. Cela a été un des éléments déclencheurs pour développer un parfum naturel mais aussi sensoriel et féminin, ce qui n'existait pas jusqu'alors » détaille Julie. Nous sommes de plus en plus nombreux à attendre des produits naturels, sains et respectueux de l'environnement comme Julie, même dans notre salle de bain.



Quentin Guirao

QUALITÉ DE FABRICATION ET RESPECT ENVIRONNEMENTAL

Après un an de développement, Julie est parvenue à développer une gamme de parfums conçue à partir d'extraits naturels et d'alcool de blé biologique. Virevolte utilise des ingrédients comme les fleurs, les fruits, les épices ou les bois. Les formules sont sans phtalates, sans fixateurs chimiques sans muscs artificiels, sans colorants, sans paraben et sans filtres UV.

Du côté packaging, c'est dans une véritable démarche d'éco-conception qu'a été fabriquée la gamme Virevolte. Du carton recyclé, de la colle végétale, du papier non blanchi aux produits chimiques, pas de cellophane, ce sont autant de choix réfléchis pour minimiser son impact environnemental. Tous les engagements en matière de formule et de packaging ont permis à Virevolte d'être certifiée Cosmos Natural par Ecocert.

UNE GAMME DE QUATRE PARFUMS SINGULIERS

Virevolte commercialise quatre parfums aux tonalités très différentes. « *Nous avons pensé chaque parfum à partir de différents caractères que l'on peut retrouver chez une femme. Chacune peut s'y retrouver à différentes périodes, sans se cloisonner dans une seule identité* » confie Julie.



Quentin Guirao

Le parfum « Orée Dorée », se veut charismatique, floral et solaire ;
quand le parfum « Vert Désert » avec des touches boisées épicées

exprime un côté plus sauvage et fauve. « Rose Métamorphose » est quant à lui plus délicat, plus frais, et aux légères pointes d'agrumes, synonyme d'insouciance. Enfin « Noir Délit » exprime à travers des touches sucrées, la séduction. Pour chaque parfum commandé, la cliente reçoit également un échantillon qui lui permet de tester celui-ci durant quelques jours. Si le parfum ne correspond pas à ses attentes, elle peut alors le renvoyer gratuitement avant ouverture et être remboursée.

Dans les prochains mois, Virevolte souhaite développer des partenariats avec un réseau de revendeurs. Les parfums naturels, vegan et made in France de Virevolte seront ainsi en vente à travers des boutiques physiques partout en France.

Virevolte, une aventure à suivre sur les réseaux sociaux pour tous les amateurs de clean et green beauty.

*[En partenariat avec **Openmedias**]*

A SUIVRE AUSSI

ENTREPRISE DE LA SEMAINE

**CHRONOVET® : L'EXPERTISE
VETERINAIRE POUR L'ALIMENTATION
ANIMALE**

ENTREPRISE DE LA SEMAINE

**MAMIE PAULETTE : LA MARKETPLACE
MADE IN FRANCE, ENGAGEE ET
ECORESPONSABLE**

ENTREPRISE DE LA SEMAINE

**OBJETRAMA : L'EXPERT FRANÇAIS DU
GOODIES PUBLICITAIRE ET**