

# Revue de Presse Made in France

Contact : [info@semioconsult.com](mailto:info@semioconsult.com)

## COSMÉTIQUES

*Avril 2021 - Juin 2021*



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.

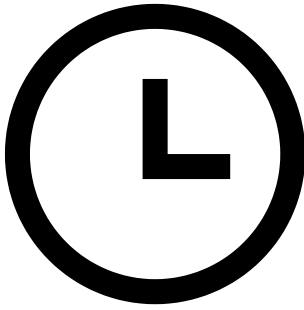
Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

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

[www.semioconsult.com](http://www.semioconsult.com)

## On met la gomme !

Des gummies Made in France pour avoir une belle peau



30/04/2021 à 08h58 | par Salomé Peter | Crédits photos : Nina Westervelt/WWD/REX/SIPA

Avec ces bonbons Made in France, à la forme amusante et au goût fruité, c'est vraiment cool de prendre soin de sa peau comme Charlize Theron !

Les **gummies** sont les **bonbons healthy** les plus tendance du moment. Mais saviez-vous que nombre d'entre eux sont fabriqués en France ? Voici notre sélection **des meilleurs gummies de l'Hexagone** : suivez le guide !

### **Gummies : la détox par Lashilé Beauty**

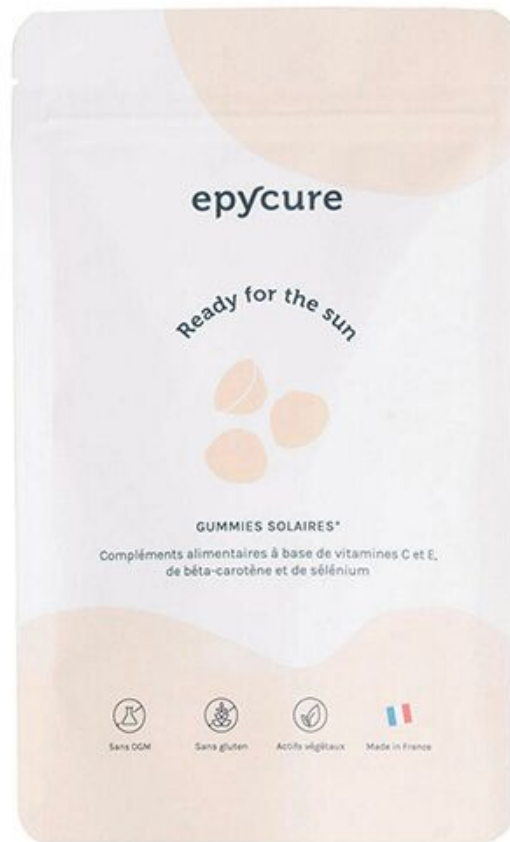
Une belle peau, c'est d'abord synonyme de **bien-être intérieur** ! On fonce donc pour ces étoiles qui nous aident à éliminer les toxines grâce à des **probiotiques** et des **actifs végétaux** (pensée sauvage et bouleau).



Régénérant. Good Détox, 24,90 €, Lashilè Beauty. Presse

## Gummies : les préparateurs solaires d'Epicure

Se préparer au soleil, c'est easy avec ces gummies [veggie](#) ! Gorgées en bêta-carotène, sélénium, vitamines C et E, elles protègent la peau des radicaux libres pendant l'exposition, et prolongent le bronzage.



*Bouclier. Sun Kissed, 19 €, Epycure. Presse*

## **Gummies : la solution hydratation par Cultiv**

Riches en ingrédients bio, ces bonbons aux notes gourmandes de cassis protègent de la lumière bleue. On y retrouve du melon et de la betterave pour le côté antioxydant et de l'Ascophyllum, une algue brune, pour ses vertus nutritives.



*Hydratant. Betterave & Melon, 20 €, Cultiv. Presse*

## **Gummies : les pro des cheveux par les Miraculeux**

Au bon goût de framboise sauvage, ces friandises agissent sur tous les fronts. Elles renforcent nos ongles et nos cheveux, grâce au combo vitamines B6 et B8. Et rééquilibrent le taux d'hydratation de notre peau avec une bonne dose d'acide hyaluronique repulpant.



*Tout-terrain. Beauté des cheveux, ongles, peau. 19,90 €, Les Miraculeux. Presse*

## **Gummies Made in France : à chaque peau son bonbon**



*Angélique d'Esclaibest, co-fondatrice d'Epycure Presse*

### **Si elle manque d'éclat**

Mettez la gomme sur **les fruits riches en vitamines C** (kiwi, agrume, goyave...) et misez sur des gummies à base de tyrosine. **un acide aminé qui booste la production de**

car des gummies à base de tyrosine, un acide aminé qui booste la production de **mélanine**. Celles au bêta-carotène et au sélénium jouent davantage sur l'effet bonne mine naturel.

### Si elle perd en tonicité

Privilégiez ceux **gorgés en acide hyaluronique et en vitamine C**, deux actifs indispensables pour favoriser l'élasticité et la souplesse de la peau. En complément de ces coolissimes bonbons, faites **une cure de probiotiques**. Grâce à leur **action anti-inflammatoire**, ces bonnes bactéries renforcent la fonction barrière de votre peau.

### En cas d'acné

Rien de tel que **des gummies au zinc pour lutter contre les imperfections**. Cet oligo-élément, anti-bactérien et cicatrisant, s'avère encore plus efficace quand il est couplé avec du sélénium, un antioxydant surpuissant présent naturellement dans les noix et le thon.

Retrouvez nos inspirations mode, beauté et food [sur notre page Pinterest](#) !

# Interparfums : Une GIRL dans l'ère du temps !

31/03/2021 | 15:36

## Une *GIRL* dans l'ère du temps !

**31 mars 2021**

Parce qu'il n'y a pas de « planète B » et que le moment est venu de faire bouger les choses, la maison Rochas décide avec sa nouvelle fragrance, de pousser la vision d'un parfum éco-responsable à son paroxysme. Et plus qu'une ode à la femme, c'est une promesse à la vie et à la planète que le parfum *GIRL* véhicule dans son joli écrin vert amande.

Pour cette pétillante Eau de Toilette Anne Flippo, Master parfumeur IFF, a travaillé avec l'idée d'un « less is more » plus qu'impactant. Le résultat est bluffant : en façade la fraîcheur apaisante du néroli, le bouquet de fleurs blanches et l'accord bois de santal et cèdre prennent le dessus. Pourtant, en arrière-plan c'est une prouesse chimique qui se joue.

*GIRL* propose une formule vegan qui se concentre sur des ingrédients naturels sourcés de manière responsable, le tout élaboré avec 97,5% de chimie verte, de l'alcool de betterave naturelle (99,9% non OGM) et de l'eau pure naturelle à 100%.

On ne pouvait pas s'arrêter en si bon chemin chez Rochas, la fragrance a donc été débarrassée des substances allergènes, des colorants, des stabilisateurs... Le flacon a lui aussi été repensé, il se compose à 40% de verre PCR (issu de la collecte de verres ménagers) réduisant l'emprunte carbone de sa production de 9%. Et mis à part la frette de son capot, il est 100% *made in France*, tout comme son étui en carton certifié FSC\* !

Et pour une démarche encore plus complète les parfums Rochas redistribuent 1% du chiffre d'affaire de la ligne *GIRL* au collectif international 1% For The Planet, afin d'aider différentes associations qui œuvrent pour l'environnement.

La campagne, signée Laura Weaver, vient parfaire toute la bienveillance qui émane de ce projet et distille de précieux indices sur l'engagement de *GIRL*. En filmant ces vraies copines qui s'amuse, dans un cadre bucolique, sans scénario alambiqué et sans retouche Photoshop, le film retranscrit la joie pure des moments passés ensemble et d'être soi-même, tout simplement.

*GIRL* c'est donc beaucoup plus qu'un parfum : c'est un manifeste, une vision, une envie, une prise de conscience. Derrière son design épuré, par-delà la recherche, c'est avant tout la volonté d'une démarche sincère, celle d'utiliser tout le savoir-faire de l'industrie pour les choses qui comptent : notre planète et votre bien-être.

*\*Forest Stewardship Council - Conseil de Soutien de la Forêt*



# Les effets de la Vitamine C sur la peau

Laura Chaumont mis à jour le mercredi 14 avril 2021



Loin d'être un mythe, les effets de la vitamine C sur la peau sont bien réels ! Afin de vous le prouver, les laboratoires Dr Pierre Ricaud vous proposent de découvrir leur nouvelle innovation visage à la Vitamine C.

## QUELQUES MOTS SUR LA MARQUE :

Dr Pierre Ricaud est une marque Made in France et sans intermédiaire. La marque formule, fabrique et distribue ses produits via son propre laboratoire, ses usines et son centre de distribution. Un système qui permet de gérer l'intégralité de la chaîne de production, afin d'en garantir une qualité irréprochable à toutes les étapes. Aujourd'hui et depuis la création de la marque il y a 35 ans, Dr Pierre Ricaud fait preuve d'un engagement sans faille auprès des femmes en leur proposant une cosmétique transparente, performante et sensorielle. Grâce à la nouvelle crème visage formulée à base de Vitamine C, Dr Pierre Ricaud entend bien prouver une fois de plus qu'une cosmétique transparente et efficace est la clé du succès.

## DÉCOUVREZ LA NOUVELLE CRÈME GLOW VITAMINE C

Le pouvoir du Glow est le secret qui permet à la peau de refléter la lumière. Celui-ci s'exprime à travers un **teint lumineux et radieux**. Grâce à la crème innovation Dr Pierre Ricaud à base de Vitamine C et de Niacinamide, votre peau va pouvoir rayonner de toute sa beauté et sa vitalité.

C'est d'ailleurs autour de cet objectif que la marque a conçu sa nouvelle crème de soin en alliant la synergie d'actifs puissants.

La vitamine C dans une forme stabilisée, offre une peau lumineuse. En effet, cet actif clé booster la production de collagène, estompe les ridules et renforce l'homogénéité de la peau et donc sa luminosité. Couplé à la vitamine C, la formule de cette crème offre également de la Niacinamide,

une autre vitamine (vitamine B3 ou PP) dotée de propriétés anti-inflammatoires, qui freine le stress oxydatif pour une excellente action anti-rides.

Vous retrouverez également des peptides de Lupin Blanc, une plante aux vertus médicinales, qui vont stimuler la microcirculation et donc garantir un teint plus rosé et plus frais. Le tout dans une formule à 78% d'ingrédients d'origine naturelle.

A l'utilisation, la crème glow est on ne peut plus agréable. Grâce à sa texture fondante, elle fusionne instantanément avec la peau en la parfumant délicatement d'une senteur d'agrumes. Le ressenti hydratant est immédiat grâce notamment au beurre de karité et aux cocoglycérides nourrissants.

La crème glow à la Vitamine C est idéale en toute occasion et peut parfaitement s'utiliser avant le maquillage. En effet, grâce à l'amidon de maïs, la peau est idéalement matifiée et légèrement satinée.

## VITAMINE C, QU'EN DIT LA SCIENCE ?

La crème Glow à la Vitamine C se base sur la science pour apporter à la peau les bienfaits dont elle a besoin au quotidien. Le soin Vitamine C permet ainsi de la protéger contre les agressions externes (pollution, froid, ...), mais aussi internes (stress oxydatif, mauvaise alimentation, ...).

Mais ce n'est pas tout puisque cette crème glow aide également à booster la production du collagène de la peau, qui est alors lissée et raffermie.

Plus une minute à perdre !

Glow, lissage, énergie et vitalité ! Telles sont les promesses de la crème visage à base de Vitamine C. Nous sommes convaincus que c'est en apportant à votre peau ce dont elle a besoin que vous pourrez obtenir la mine éclatante dont vous avez toujours rêvé !

# Marie-Laure Viguiier, la promesse du 100 % actif

Manon Cartault

26 avril 2021 - 09:14

En créant sa propre marque de cosmétiques responsables, Marie-Laure Viguiier nourrissait l'ambition d'apporter « une solution concrète à tous les problèmes de peau ». Elle s'est tournée pour cela vers les matières premières nobles, d'origine française, 100 % naturelles et dont chacune a son utilité.





*Dossier-MarieLaureViguier © Charlotte Leonardi*

«Aujourd’hui, certains cosmétiques ne se composent que de très peu d’actifs, et détiennent en grande majorité de l’eau et de l’huile, ce qui peut ainsi déséquilibrer l’hydratation naturelle de la peau », affirme Marie-Laure Viguier. Pour parer à cela, la jeune femme a décidé de créer sa propre marque de cosmétiques respectueux du visage et du corps, tout en promettant une formule d’origine 100 % naturelle et surtout 100 % active. Pour Marie-Laure Viguier, ce dernier engagement est très important. « 100 % actif signifie que tous les ingrédients apportent un bénéfice réel, chacun a sa fonction. » C’est pourquoi elle décide de traiter uniquement des produits nobles, non transformés, comme la rose musquée ou encore le chanvre. La marque mise surtout sur les huiles essentielles et tout particulièrement les huiles végétales, que la fondatrice a en amour : « Il s’agit de produits qui préservent l’hydratation naturelle de la peau ainsi que la barrière cutanée. »

## Transparence

Les produits, ou plutôt les “synergies végétales”, sont présentées dans des petits flacons en verre recyclable. Entre les formules clarifiante, nourrissante, ou encore apaisante, chaque type de peau y trouve son compte. Outre la palette de soins pour le visage, la marque élargit même sa gamme avec des produits démaquillants et nettoyants à base de néroli, d’huile d’amande douce ou bien de lavande. Mais Marie-Laure Viguier propose aussi des soins pour le corps, notamment contre les vergetures, la peau d’orange ou encore la sécheresse cutanée. « Notre objectif final est d’apporter des « solutions concrètes aux problèmes de peau », explique-t-elle. Autre engagement, celui de la transparence. « Les composantes des crèmes que l’on s’applique sur le peau passent ensuite dans le sang. Lorsque l’on regarde la composition d’un produit, il faudrait presque pouvoir le manger », reprend Marie-Laure Viguier. C’est pourquoi la jeune femme insiste sur la transparence. Selon elle, aujourd’hui, trop de marques proposent des produits cosmétiques dont les composantes dites naturelles sont transformées. Marie-Laure Viguier s’applique alors « à respecter les produits tout en promettant une transparence sur leurs compositions et leurs provenances ». Une raison qui pousse la jeune marque cosmétique à à produire uniquement made in France.

---

## La Mousse de karité, le best seller



*Dossier-MarieLaureViguier-encadre © Charlotte Leonardi*

La Mousse de karité se distingue par sa texture onctueuse et aérienne. Elle nourrit, hydrate, répare et apaise. À base de beurre de karité, enrichie à l'huile de sésame, et composée de 100 % d'ingrédients naturels et bio, elle renforce l'élasticité naturelle de la peau tout en lui apportant une protection anti-âge. Idéale pour une utilisation quotidienne ou temporaire sur les zones sèches, sensibles et irritées du visage et du corps.

# Mutyne – Produits ménagers écologiques et efficaces

celine.durindel 03/04/2021 Dossiers, Loisirs, Maison 842 Vues

**Mutyne est une jeune start-up lilloise qui présente, six mois après son lancement, un nouveau produit, un spray désinfectant 4 en 1 certifié Ecocert, CrueltyFree & Vegan et fabriqué en France. Un spray qui vient compléter une gamme de plus en plus séduisante, proposant ainsi des produits ménagers pour toute la maison.**

Mutyne est une jeune start-up française, basée à Lille, qui propose depuis plus de six mois des produits d'entretien ménager efficaces et surtout écologiques.

Les cofondateurs experts de la détergence et chimistes, ont l'ambition de mettre

à disposition des consommateurs des produits certifiés Ecocert et français, pour préserver nos impacts environnementaux.



Ainsi, une jolie gamme est déjà à découvrir, entre le soin du linge, l'entretien de la vaisselle et le ménage dans la maison. Il y a donc de la lessive, du liquide vaisselle et des tablettes pour la vaisselle, et des sprays anti-calcaire, dégraissant, désinfectant et à vitres. **France Net Infos** a pu découvrir certains de ces produits...

La lessive concentrée universelle fleur de lotus possède une formule exclusive, au parfum naturel de fleur de lotus, qui reste efficace dès 20°C. La formule est pour tous les textiles, avec un dosage à respecter selon les salissures. La lessive détache et nettoie efficacement, tout en respectant les fibres. Le parfum est très discret, presque neutre et plaisant.

Le liquide vaisselle zeste de mandarine offre un parfum frais et acidulé très agréable. Sa formule exclusive et concentrée dégraisse et désincruste même avec de l'eau froide. Le liquide vaisselle enlève donc facilement les salissures, permettant de nettoyer efficacement la vaisselle, en la laissant saine et propre, avec une recette où 97,9% du total des ingrédients est d'origine naturelle, pour un flacon 100% recyclable.



Enfin, le nouveau produit, le spray désinfectant 4 en 1, permet de combiner quatre actions en un seul produit. La formule possédant 99% d'ingrédients d'origine végétale et minérale, permet de



désinfecter, de nettoyer, de dégraisser et de détartrer tous les types de surfaces lavables, y compris celles en contact avec les denrées alimentaires. Un produit efficace et sain, pour tout nettoyer dans la maison, de la salle de bain, à la cuisine, en passant par les toilettes et la salle à manger. La solution combine une fonction virucide, bactéricide, levuricide et permet donc, en un seul geste, de tout désinfecter et nettoyer. Le produit possède un parfum très léger et frais de menthe, ce qui est agréable. Le spray désinfectant est efficace contre la Covid-19, pour nettoyer toutes les surfaces et dans un flacon pratique et 100% recyclable.

Mutyne, jeune marque française de produits ménagers écologiques, présente en 6 mois après ses débuts, un nouveau produit, un spray désinfectant multisurfaces 4 en 1, au parfum frais et subtil de menthe, pour désinfecte, même la Covid-19, nettoyer, dégraisser et détartrer. Un produit écologique et efficace, à essayer et à adopter, pour faire un geste, également, pour la planète.

La jeune marque française de produits ménagers écologiques est à retrouver par [ici...](#)



Accueil » Optez pour un liquide vaisselle écologique et rechargeable avec cette poudre à diluer dans l'eau

LE DOSE CLUB *Sponsorisé*

## Optez pour un liquide vaisselle écologique et rechargeable avec cette poudre à diluer dans l'eau

Le Dose Club propose un liquide vaisselle sous forme de poudre naturelle à diluer dans l'eau afin d'éviter l'usage des bidons en plastique.

Publié le 15 avril 2021 | Mis à jour le 16 avril 2021

**Le Dose Club** sur *POSITIVR* — Cet article vous est proposé à l'initiative du Dose Club, indépendamment de la Rédaction *POSITIVR*.



Photo : Le Dose Club

Publi-Rédactionnel

Chaque année, en France, plus de 250 millions de bidons de liquide vaisselle finissent à la poubelle. Suite à ce constat et aux attentes de la communauté zéro déchet, Alexis a décidé de créer Le Dose Club, une poudre naturelle à diluer avec de l'eau qui remplace les liquides vaisselles traditionnels. Avec ce produit conçu dans le massif central, rechargeable et conditionné dans un packaging 100 % compostable, Alexis souhaite ainsi proposer une alternative écologique et efficace pour nettoyer vos assiettes... **tout en gardant l'aspect gel du liquide vaisselle et la mousse !** À l'occasion du lancement de la campagne **Ulule**, Alexis nous en dit plus sur l'origine de son projet et les avantages de son produit. Interview.

## Qui êtes-vous et que faites-vous ?

Je suis Alexis Pradié, j'ai 25 ans et j'ai étudié trois ans à Pékin au plus proche des pollutions les plus extrêmes au monde (air, eau, nourriture, plastique). L'air y était parfois tellement pollué que l'on ne pouvait pas voir à plus de 10 mètres de distance. L'eau du robinet, même bouillie, n'était pas potable car elle contenait trop de plomb et de produits chimiques. Et j'en passe...

À mon retour de Chine, j'ai effectué un master en entrepreneuriat au sein de l'ESCP Business School où j'ai eu la chance d'être diplômé lors du 1<sup>er</sup> confinement. Pourquoi chanceux ? Car avec le manque d'offre d'emploi et convaincu par l'urgence climatique et la nécessité d'agir, j'ai tout de suite voulu entreprendre en créant une entreprise à impact positif sur l'environnement : Le Dose Club.

Je me suis alors tourné vers le secteur très polluant de la détergence et plus particulièrement vers le liquide vaisselle.

## Pouvez-vous nous présenter votre projet ?

Avec Héroïse, chimiste et ingénieur en traitement de l'eau, nous avons formulé un liquide vaisselle sous la forme d'une poudre à diluer avec de l'eau.

Concrètement, Le Dose Club fonctionne comme ceci : 40 grammes de poudre Le Dose Club + 500 ml d'eau du robinet = un gel onctueux ultra-dégraissant et moussant !

Nous avons décidé d'utiliser ce format en poudre car il nous permet de :

**#1 – Supprimer le bidon en plastique à usage unique du liquide vaisselle ! En France, nous jetons 250 millions de bidons de liquide vaisselle chaque année.**

Le Dose Club propose une poudre que le client verse dans sa belle bouteille en verre à laquelle il ajoute de l'eau. Cette bouteille est rechargeable à l'infini et ne sera donc jamais jetée. Par ailleurs, le packaging qui contient la poudre de liquide vaisselle est 100 % compostable.



Photo : Le Dose Club

## #2 – Bannir le transport d'eau et diviser par 10 le rejet de CO2 lors du transport !

Un liquide vaisselle contient 80 % d'eau alors que nous en avons tous à la maison. Cette eau est donc transportée inutilement. En supprimant l'eau, nous obtenons une poudre 10 fois plus légère, rejetant 10 fois moins de CO2 lors de son transport.

## #3 – Proposer un liquide vaisselle naturel à 97 % !

Un liquide vaisselle conventionnel est composé d'ingrédients actifs ultra-chimiques (allergènes, cancérigènes, etc.). Nous avons banni tous les ingrédients nocifs pour les remplacer par des actifs naturels bons pour vous et la planète. Retrouvez la composition directement sur [notre page Ulule](#) !

Par ailleurs, Le Dose Club est fabriqué en France, dans le laboratoire d'Héloïse au cœur du massif central, avec des ingrédients français et européen.

Enfin, toujours dans une logique de consommation durable et sociale, nous intégrons dans notre logistique des ESAT, établissements qui emploient des personnes en situation de handicap. Notre partenaire nous aide notamment pour l'assemblage des coffrets, pour coller les étiquettes sur les sachets, etc.



Photo : Le Dose Club

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

Comme expliqué précédemment, j'ai étudié dans une des villes les plus polluées du monde pendant 3 ans et j'ai donc réalisé l'urgence environnementale.

Au début de mon aventure, j'ai cherché un secteur où je pouvais innover pour le rendre plus durable. Je me suis alors tourné vers le secteur très polluant de la détergence et plus particulièrement vers le liquide vaisselle. À l'inverse de la cosmétique, où les produits naturels sont devenus de plus en plus utilisés, les produits ménagers n'ont pas évolué depuis presque 25 ans et leur utilisation régulière serait aussi nocive de fumer un paquet de cigarette par jour pendant 20 ans...

En étudiant le marché français et international, je me suis rendu compte qu'aucune solution durable pour le liquide vaisselle n'existait. En analysant différents groupes Facebook d'adeptes au DIY, les demandes de recettes pour le liquide vaisselle revenaient de manière récurrente. Ces demandes restaient sans réponse ou infructueuses (pas efficace ou mauvaise expérience lors de l'utilisation).

Afin de vérifier mon idée, j'ai alors annoncé les débuts du Dose Club sur un groupe plastique zéro déchet. En l'espace de 24 heures j'ai récolté plus de 2 000 likes, 220 commentaires et + 1 300 mails de personnes fortement intéressées par le projet.

Il était donc clair qu'un manque gigantesque existait sur le marché du liquide vaisselle et qu'il fallait y remédier.



Photo : Le Dose Club

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

À travers toute notre communication, nous souhaitons sensibiliser le consommateur sur le transport d'eau inutile, les ingrédients chimiques du liquide vaisselle et tous les bidons en plastique que l'on consomme en France.

Au sujet du plastique à usage unique, certains concurrents se permettent d'ajouter la mention : plastique recyclable. Quand on sait que seul 24 % du plastique est recyclé en France, on comprend bien que le modèle de

recharge est beaucoup plus performant en termes de consommation durable !

« Notre dicton chez Le Dose Club est : recycler c'est bien, mais réutiliser c'est mieux ! »

Le Dose Club

*Vous êtes à la recherche d'un liquide vaisselle écologique et efficace ? Rendez-vous sur Ulule pour découvrir la poudre à diluer dans l'eau naturelle et rechargeable du Dose Club et contribuer à la campagne de financement participatif. Attention, il ne reste plus que quelques jours pour participer !*

# A Granville, Kaenbio propose des cosmétiques naturels, made in France

La jolie petite boutique Kaenbio, rue Couraye, à Granville, propose des cosmétiques bio et naturels, made in France. Elle est tenue par une enfant du pays : Elodie K'dual.



Elodie K'dual a ouvert Kaenbio, rue Couraye, à Granville. Elle y propose des cosmétiques bio et naturels. (©Audrey Garaffa – Côté manche.)

Par **Hélène Perraudau**

Publié le 18 Mai 21 à 9:37

[Kaenbio](#) est une petite boutique de cosmétiques bio et naturels, ouverte en mars dernier, rue Couraye. Un concept et une déco entièrement créés par Elodie K'dual.

La boutique devait se faire à Caen. J'ai donc gardé le même nom, avec un « k » qui rappelle le mien.

### **Elodie K'Dual**

Gérante de la boutique Kaenbio

## Des produits exclusivement français







Elodie K'dual a ouvert Kaenbio, rue Couraye, à Granville. Elle y propose des cosmétiques bio et naturels. (©Audrey Garaffa – Côté manche.)

**Née à Granville**, Elodie a grandi dans la cité corsaire. Avant de prendre la direction de **Caen** où elle a exercé en tant que directrice adjointe d'un magasin de sport, puis commerciale pour cosmétiques et produits diététiques dans le domaine sportif.

Elle a décidé de créer son enseigne et de revenir dans sa région natale.

Je propose exclusivement des produits français, notamment de la Manche, du Calvados et du Nord-Ouest de la France.

**Elodie K'dual**

Chez Kaenbio, vous trouverez **les marques suivantes** : Ma Kibell ou Endro, des cosmétiques artisanaux bretons ; Les savons de Joya, une savonnerie

artisanale familiale de Douvres-la-Délivrande ou encore la célèbre marque lilloise, Avril.

Pour Elodie, c'est « important de proposer des marques respectueuses de l'environnement et zéro déchet qui mettent en avant l'utilisation de produits certifiés bio. »



Elodie K'dual a ouvert Kaenbio, rue Couraye, à Granville. Elle y propose des cosmétiques bio et naturels. (©Audrey Garaffa – Côté manche.)

Dans cette jolie petite boutique, en plus du maquillage, des produits soins et hygiène ainsi que des gammes dédiées homme et bébé, vous trouverez également de **petits accessoires pratiques et sympas** comme des porte-savons, des pochettes et des lingettes.

- **Pratique.** Kaenbio, 8, rue Couraye. Ouvert du mardi au samedi, de 10 h à 12 h et de 13 h à 19 h. Contact : 02 33 79 17 44.

# Bon Parfumeur dopé malgré la crise par l'international

BRUNO ASKENAZI Le 12/05 à 07:00

La digital native brand Bon Parfumeur est distribuée dans 35 pays et commercialisée sur internet.

**Dans une conjoncture compliquée, la jeune DNVB de parfums prévoit 50 % de croissance en 2021. Une trajectoire qu'elle doit en partie à sa large internationalisation qui permet de répartir les risques.**

Frappés par la fermeture des commerces dits « non essentiels », les parfums, catégorie phare de la beauté en circuit sélectif, ont vu leurs ventes chuter de 15 % en 2020, selon une étude de NPD. Malgré ce contexte morose, **Bon Parfumeur**, une marque indépendante créée par **Ludovic Bonneton** en 2017, a enregistré une croissance de 40 % l'an passé à **8 millions d'euros de chiffre d'affaires**. Selon le fondateur, qui a longtemps évolué dans le marketing digital et l'e-commerce, avant de se consacrer sa passion de la parfumerie, 2020 est la première année de « *croissance rentable* » et les ventes devraient encore bondir de 50 % en 2021. En plein essor, la société vient de **lever 2,5 millions d'euros** auprès de business angels afin notamment d' **accélérer sur le marché chinois** grâce à un « site e-commerce cross-border ».

## Distribution dans 35 pays

L'international, c'est justement l'un des ingrédients expliquant la bonne trajectoire du parfumeur français, distribué dans 35 pays via des chaînes ou concept-stores reconnus, comme De Bijenkorf (Pays-Bas), Selfridges (Grande-Bretagne), David Jones (Australie) ou VooStore (Allemagne). Le premier magasin à avoir accueilli la marque est new-yorkais et depuis le début la grande majorité des ventes est réalisée à l'étranger. Un atout en temps de **Covid**, selon Ludovic Bonneton, malgré une **activité dépendante à 75 % des boutiques physiques**. « *Actuellement, les Etats-Unis et l'Asie redémarrent. Dans un contexte de pandémie, répartir les risques entre plusieurs parties du monde et plusieurs circuits de distribution est une force* ».

Frappés par la fermeture des commerces dits « non essentiels », les parfums, catégorie phare de la beauté en circuit sélectif, ont vu leurs ventes chuter de 15 % en 2020, selon une étude de NPD. Malgré ce contexte morose, **Bon Parfumeur**, une marque indépendante créée par **Ludovic Bonneton** en 2017, a enregistré une croissance de 40 % l'an passé à **8 millions d'euros de chiffre d'affaires**. Selon le fondateur, qui a longtemps évolué dans le marketing digital et l'e-commerce, avant de se consacrer sa passion de la parfumerie, 2020 est la première année de « *croissance rentable* » et les ventes devraient encore bondir de 50 % en 2021. En plein essor, la société vient de **lever 2,5 millions d'euros** auprès de business angels afin notamment d' **accélérer sur le marché chinois** grâce à un « site e-commerce cross-border ».

## Distribution dans 35 pays

L'international, c'est justement l'un des ingrédients expliquant la bonne trajectoire du parfumeur français, distribué dans 35 pays via des chaînes ou concept-stores reconnus, comme De Bijenkorf (Pays-Bas), Selfridges (Grande-Bretagne), David Jones (Australie) ou VooStore (Allemagne). Le premier magasin à avoir accueilli la marque est new-yorkais et depuis le début la grande majorité des ventes est réalisée à l'étranger. Un atout en temps de **Covid**, selon Ludovic Bonneton, malgré une **activité dépendante à 75 % des boutiques physiques**. « *Actuellement, les Etats-Unis et l'Asie redémarrent. Dans un contexte de pandémie, répartir les risques entre plusieurs parties du monde et plusieurs circuits de distribution est une force* ».

Lire aussi :

[Réseaux sociaux : Petsochic privilégie Instagram et Pinterest](#)

## S'appuyer sur les réseaux sociaux

Née sur le Web, la marque a en effet largement profité du boom du commerce en ligne. « *Depuis le premier confinement, l'accélération du digital s'est ressentie sur notre propre plateforme et sur surtout celles de nos enseignes partenaires* », relève Ludovic Bonneton. Cela n'est pas un hasard : la **DNVB** s'appuie sur une communauté **Instagram** très engagée de 100.000 followers, composée de créatifs et d'amateurs de parfumerie alternative. Toutes les potentialités du réseau social sont exploitées pour développer la notoriété des produits dans le monde : le parfumeur, qui compte **11 salariés**, possède son propre studio vidéo, ce qui lui permet d'être productif simultanément sur Instagram, Tik Tok et d'autres applications populaires en Chine, comme Weibo et Wechat.

Lire aussi :

[L'Appart Fitness s'offre un studio vidéo pour pérenniser le sport en ligne](#)

Sur ces réseaux sociaux, la marque qui a l'ambition de « *réinventer la haute parfumerie parisienne* » a tout le loisir de communiquer autour de ses points forts. A un moment où le « **Made in France** » est devenu un vrai argument de vente , Bon Parfumeur met en lumière l'origine française de tous les composants. Jus, flacons, étiquettes et conditionnement sont fabriqués par des PME du territoire national. « *Les Français nous le demandent, les étrangers aussi* », assure l'entrepreneur parisien. Cet ancrage territorial va de pair avec des parfums formulés à partir d'ingrédients « propres ». « *Nous promettons entre 82 % et 96 % d'ingrédients d'origine naturelle* », précise Ludovic Bonneton. En cohérence avec les préoccupations environnementales, vives en Europe et en Amérique du Nord, la gamme se veut également facile à appréhender avec les trois notes principales inscrites sur l'étiquette. Résultat de cette simplicité d'accès, le succès ne repose pas sur un ou deux produits mais sur huit best-sellers représentant 90 % des ventes.

Ludovic Bonneton a créé la marque indépendante Bon Parfumeur en 2017. - Bon Parfumeur

03/05/2021 à 08h19 | par Louise Parent | Crédits photos : Getty Images



Qui a dit que les parfums prestigieux devaient forcément coûter des sommes astronomiques ? Nul besoin de dépenser toutes ses économies pour en dénicher un d'exception. La preuve avec ce parfum made in France à moins de 40 €. Nos 4 raisons d'y succomber.

Non, ce parfum n'a rien de légendaire, son existence est bien réelle ! En ce début de printemps, on se laisse séduire par la collection des Colognes Botaniques Absolues. Créé par un nez d'exception très réputé, cette collection déclinée en trois parfums a tout pour plaire !

## 1. Ce parfum est conçu par Jean-Claude Ellena

Ancien nez chez Hermès, Jean-Claude Ellena a confectionné de nombreux grands succès dont les légendaires parfums « Hermessences », « Kelly Calèche » ou encore l'illustre « Terre d'Hermès ». Après 14 ans au sein de la maison de luxe, Jean-Claude Ellena a fondé en 2019 sa propre maison de parfum baptisée « Le Couvent ». Un hommage au Couvent des Minimes où vivait le mythique Louis Feuillée, botaniste attiré du roi Louis XIV. C'est dans cette maison que le célèbre parfumeur vient de développer sa nouvelle ligne de parfums nommée « Colognes Botaniques Absolues » à partir de 39 €. Comme quoi, le luxe à petit prix ne relève pas de l'impossible !

## 2. Le Couvent Maison de Parfum, une fabrication Made In France

Véritables témoignages de la Haute Parfumerie Botanique française, l'ensemble des parfums de la maison sont imaginés, **confectionnés et fabriqués en France**. C'est donc à Grasse, « capitale mondiale du parfum » que sont nées les Colognes Botaniques Absolues. Réputée pour son savoir-faire et ses produits de qualité, la ville regorge d'un large éventail de plantes aussi rares les unes que les autres afin de donner des odeurs d'exceptions.

## 3. Les Colognes Botaniques Absolues sont vegan !

Conçue à 88% de matières d'origine naturelle, cette ligne de Cologne, tout comme les parfums de la maison, mêle intensité olfactive à l'engagement éthique. Ainsi, la maison garantit des produits de la plus haute qualité en se basant essentiellement sur les nombreuses richesses que nous offre la planète. Son engagement est tel que la marque Le Couvent est **labellisée 100% vegan** par la British Vegan Society. Voilà une bonne raison de se faire plaisir sans aucune once de culpabilité !

## 4. Un parfum made in France qui appelle au voyage !

Si cette gamme vous séduit par son prestige et son engagement alors il ne vous reste plus qu'à choisir le parfum qui vous correspond le plus parmi les trois créations olfactives. Du Jardin du Taj Mahal aux Jardins de Babylone en passant par ceux de l'Alhambra, chacun de ses flacons vous transportent dans divers pays pour une expérience olfactive captivante et totalement hors du temps !

- **Aqua Amantia** : Direction l'Inde avec son parfum composé d'essence de pamplemousse, de cèdres et d'absolu d'hibiscus. Ce parfum fruité est l'alliance idéale entre fraîcheur et sensualité.
- **Aqua Palmaris** : Bienvenue en Andalousie avec son parfum floral issu d'essence de petit grain, de fleur d'Oranger et un cœur absolu de Néroli.
- **Aqua Millefolia** : Rendez-vous dans l'antique Mésopotamie pour un parfum aux senteurs de l'Orient. Son cœur absolu de verveine est associé aux essences de citron, de menthe et de bois de Gaïac pour une odeur pétillante nous rappelant la brise d'été.



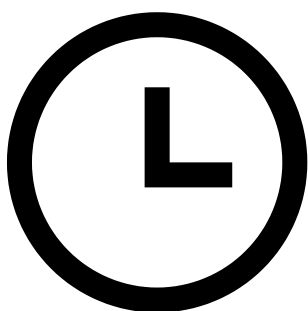
# MADE IN FRANCE

Le rendez-vous food, mode et beauté, du Made in France accessible

BEAUTÉ

Un teint hâlé sans difficulté

Découvrez l'autobronzant facile d'application et Made in France de Mimitika



12/05/2021 à 08h30 | par Manon Le Roy Le Marrec |  
Crédits photos : Getty Images

Un produit miracle pour les nulles en autobronzant ? C'est ce que promet la griffe française Mimitika qui sort une mousse permettant d'avoir illico un teint hâlé. Voici l'a testé pour vous. Alors, quel est le verdict ?

Vous rêvez d'un teint hâlé pour le début de l'été mais ne savez pas comment vous y prendre ? Ne cherchez plus. Nous avons trouvé, spécialement pour vous, l'autobronzant idéal pour celles qui ont deux mains gauches. Il s'agit d'un produit clean signé Mimitika et fabriqué en France.

## Autobronzant : quelle est cette mousse parfaite pour les débutantes ?

L'**autobronzant** de Mimitika semble être le produit parfait pour obtenir un teint hâlé. Grâce à sa texture en mousse, il promet un bronzage doré, homogène et sans tâches. Formulé avec 94% d'ingrédients d'origine naturelle, cet autobronzant est composé de DHA issu de la fleur de colza pour procurer ce hâle lumineux, de coco glucoside pour créer une mousse sans utiliser d'ingrédients irritants et d'huile de kukui pour apaiser et nourrir la peau. En plus de sa composition clean, ce produit aux effets immédiats est **Made in France** et vendu à seulement **19,50 € les 150 mL** ! Cette mousse Mimitika coche décidément toutes les cases pour se laisser tenter.



Instagram

<https://www.voici.fr/beaute/voici-a-teste-pour-vous-lautobronzant-made-in-france-de-mimitika-703588>

Mousse autobronzante, Mimitika, 19,50 € les 150 mL sur [mimitika.com](https://www.mimitika.com) et chez Monoprix et Nocibé.

## Autobronzant Mimitika : comment l'appliquer ?

Cette mousse autobronzante est relativement **facile d'utilisation**. Pensez à bien **exfolier** votre peau 24h avant et à **hydrater** votre corps, notamment sur les zones sèches comme les coudes, les genoux ou les pieds. On vous conseille de **vous épiler au même moment**. Se raser ou enlever ses poils à la cire après avoir appliqué l'autobronzant risquerait d'annuler ses effets.

**Agitez le tube** pour que la mousse se forme, puis mettez-en une noisette dans votre main ou directement sur la zone concernée. Chez Voici, on vous recommande d'acheter le **gant réutilisable de la marque à seulement 6,50 €** afin d'éviter tout risque de tâches lors de l'application. Une fois que vous avez bien fait **pénétrer le produit de manière uniforme sur tout votre corps**, laissez poser quelques minutes avant qu'il ne sèche et lavez-vous les mains. Pour une bonne tenue, **évitez de vous doucher dans les 12 heures qui suivent**.

Une fois ce délai écoulé, vous pourrez admirer les effets de l'autobronzant : **un teint hâlé effet retour de plage. Le résultat est bluffant** (et ne pas se découvrir orange est un grand soulagement).

Si vous souhaitez être encore plus bronzée, **renouvelez l'opération au bout de 2 jours puis 2 à 3 fois par semaine**.

Alors, tentées par cet autobronzant ?

Retrouvez nos inspirations mode, beauté et food [sur notre page Pinterest](#) !

# Epycure, spécialiste des compléments alimentaires, lève 2,5 M€ pour accélérer sa R&D



**Marie-Caroline Selmer** 6 mai 2021  
Journaliste Forbes France



**Fondée en 2019 au sein de Founders Future, le venture studio de Marc Menasé, Epycure tire son épingle du jeu sur le marché du bien-être avec son offre complète allant de la cure personnalisée aux produits saisonniers et standardisés, fabriqués en France à partir de matières premières naturelles. Avec cette levée de fonds, les dirigeants comptent investir dans la plateforme technologique et s'ouvrir à de nouveaux marchés, en commençant par l'Europe.**

## **Des compléments alimentaires naturels qui jouent la carte de la personnalisation**

Surfant sur la vague du bien-être, Angélique d'Esclaiibes et Paul-Etienne Jacob décident en 2019 de dépoussiérer le marché des compléments alimentaires, alors trusté par des marques vieillissantes vendues en pharmacie. Face aux formules peu innovantes et au manque de traçabilité des compositions de la concurrence, les deux entrepreneurs optent pour un positionnement différenciant, axé sur la sélection d'ingrédients naturels et efficaces ainsi que la personnalisation des cures. Grâce à un questionnaire à réaliser en ligne, l'algorithme d'**Epycure** établit quasi instantanément une formule unique, associant vitamines et minéraux pour répondre aux principales préoccupations identifiées par l'utilisateur. Proposée sous la forme d'un abonnement mensuel, la cure rencontre un joli succès auprès d'une cible urbaine, âgée de 25 à 45 ans, plutôt mixte, même si les femmes représentent une part importante des consommateurs. Ce qu'ils plébiscitent ? Des produits efficaces et une offre de conseils spécifiques, déclinés sous la forme d'un blog orienté nutrition ou de newsletters personnalisées afin d'accompagner les abonnés dans l'adoption d'un mode de vie plus sain. L'autre atout de la marque est sa fabrication Made in France. La startup française s'est en effet positionnée très tôt sur l'écologie, en optant pour un packaging responsable en flacon de verre, couplé à des recharges livrées dans un emballage kraft. « Dès lors que le sourcing des matières

*premières s'effectue le plus localement possible, il nous est apparu logique de répliquer la démarche sur l'ensemble de la chaîne, en faisant le choix d'une fabrication française et d'un packaging le plus neutre possible* » explique Angélique d'Esclaibes. Des choix qui s'inscrivent dans la démarche RSE globale d'Epycure, dont les réalisations lui ont permis de rejoindre le classement des marques responsables du site ZEI, et de s'engager dans le processus de [certification B-Corp](#).



Angélique d'Esclaibes et Paul-Etienne Jacob, les fondateurs d'Epycure (crédits photos : Théo Saffroy)

## Une gamme qui intègre une offre standardisée pour toucher une audience plus large

Un après son lancement, et à la demande de la communauté, Epycure a étoffé sa gamme avec une ligne de produits saisonniers et standardisés, mais toujours de haute qualité. La formule Boost Immunité ou encore la Poudre Minceur font partie des nouveautés qui complètent la cure personnalisée, en ciblant de façon active d'autres préoccupations. Autre développement produit qui connaît une forte croissance, la galénique des « gummies », des gommes naturelles à base de complexes de plantes et de minéraux, dont l'allure de bonbons fruités et moelleux est assez irrésistible. « *C'est une forme plus facile à ingérer que les gélules et surtout, elle est très bien suivie dans le temps* » précise Angélique d'Esclaibes. À elles seules, les *gummies detox*, cheveux ou encore solaire (et très prochainement pour le teint) représentent près de 30% du mix produit d'Epycure, avec 50% pour les cures personnalisées et 20% pour les poudres ou la vitamine D. Déjà présente dans des points de vente sélectifs comme Le **Bon Marché** ou Merci, la marque de compléments alimentaires n'en finit pas de faire de nouveaux adeptes. Parmi eux, Sephora ou encore Monoprix ont récemment misé sur Epycure pour enrichir leur sélection de marques bien-être.



La gamme de gummies d'Epycure

## Une levée de fonds pour accélérer sur l'expertise technologique et ouvrir à l'international

Avec un marché estimé à plus de 2 milliards d'euros et plus de 65 000 formules vendues depuis ses débuts, la startup a réalisé un tour de table en Seed de **2,5 millions d'euros** mené par Founders Future, le venture studio de Marc Menasé, et soutenue par des Business Angels accomplis tels que Pierre Kosciusko-Morizet, Joan Burkovic (fondateur de Bankin'), Martin Ohannessian (fondateur du Petit Ballon), Paul-Ambroise Archambault (fondateur de Pickup Services) et Jean-François Lahet (BCG). Une levée qui va lui permettre de poursuivre son développement en se concentrant sur trois axes principaux. Le premier, celui de financer la R&D pour innover et développer de nouveaux produits. « *Cela passe notamment par la mise au point d'un nouveau questionnaire qui prendra la forme d'un bilan vitalité dont le spectre plus large permettra de cibler davantage de préoccupations* ». S'ajoute à cela l'objectif d'investir dans le développement de la technologie pour apporter un suivi et un diagnostic toujours plus personnalisé aux abonnés, comme avec « *le lancement d'une application qui permettra un accompagnement plus ciblé de la cure et d'en tracer les effets* ». Les dirigeants misent aussi sur cette levée pour s'ouvrir à l'international, en commençant par l'Europe. Très ancrée sur le marché français, l'entreprise s'est déjà ouverte aux pays limitrophes que sont la Belgique et le Luxembourg, et compte poursuivre sur cette dynamique en pénétrant des pays comme l'Italie ou encore l'Espagne à horizon 2022.

<<< À lire également : [DietSensor, La Start-Up Qui Révolutionne La Surveillance Alimentaire](#) >>>

# un coffret savon naturel et made in France avec D.ICI



©D.ICI

01/05/2021 - Mise à jour 05/05/2021

**Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Pour ce jeu, une personne remportera un coffret savon « je me lance » d'une valeur de 46€ mis en jeu par D.ICI**

Il est aujourd'hui facile d'acheter une tomate **bio et cultivée en France**. Pourtant, la chose est tout de suite moins aisée lorsqu'il s'agit de nos petits objets du quotidien. En effet, où trouver un joli torchon ou un porte-savon élégant aussi **fabriqués en France** à partir de **matières respectueuses de l'environnement** ?

C'est en partant de ce constat qu'en 2020, Isabelle et Audrey lancent l'aventure [D.ICI](#). Engagé pour faciliter une **consommation responsable** pour les objets du quotidien, ce duo d'entrepreneures entend bien réconcilier engagement pour la planète et plaisir. D.ICI propose ainsi une sélection exigeante et esthétique de **produits fabriqués en France** et écoresponsables pour l'univers de la cuisine et de la salle de bain. La marque a notamment développé un **concept unique : le bar à savons**.

## Des produits élégants, made in France et écoresponsables

Sur l'[eshop](#) de la marque, seule une sélection d'articles rigoureusement passée au crible par l'équipe est proposée. Lieux de production, matériaux et matières premières, circuits de fabrication... tout est rigoureusement analysé par l'équipe qui tient à ne mettre en avant que des **produits vertueux, fabriqués en France** selon des process **respectueux de l'environnement**.

Articles pour entretenir la maison, dresser une jolie table, faire ses courses ou encore prendre soin de soi... D.ICI propose de nombreux produits pour un quotidien plus **durable**. Côté soin du corps, la marque a également innové en lançant un tout nouveau concept : le bar à savons, proposant une sélection de **savons artisanaux fabriqués en France** avec 100% **d'ingrédients naturels** par des savonniers passionnés. La philosophie de cette jeune entreprise se résume ainsi en quelques mots : redonner goût au savon « bon pour le corps et bon pour la planète ».

## A gagner : un coffret savon « je me lance » pour une nouvelle routine

Pour ce Jeu, D.ICI offre à une personne la possibilité de remporter un [coffret savon](#) d'une valeur de 46 euros contenant tout ce qu'il faut pour changer ses habitudes et se lancer dans l'usage du savon solide, soit :

- un porte-savon fabriqué en France à partir de flacons de shampoing recyclés
- un pochon à savon confectionné dans les Hauts-de-France, 100% lin
- trois savons artisanaux (un savon Agrumes Fabrique de Courennes – un savon miel d'Aveyron & prune Gascogne de la Savonnerie Buissonnière et un savon Agate de Savonnier Pâtissier).



# Les Inspirées, la cosmétique made in Occitanie

Lucile De La Reberdiere

9 mai 2021 - 10:15

**Des produits de beauté made in France, faits à la main, éco-conçus, sans plastique ni entourloupe dedans ? C'est la cosmétique saine et consciente d'une entreprise artisanale, indépendante et inspirante qui a choisi l'Occitanie pour grandir. Au coeur du Parc naturel régional Ariège-Pyrénées, les Inspirées ont tout compris.**



LesInspyrees © Les Inspirées

La cosmétique conventionnelle couvre notre peau d'ingrédients morts. » Le mot est lâché. L'industrie de la crème de beauté nous tartinerait-elle l'épiderme de dérivés de pétrole, de silicone et de polyéthylène glycol (PEG) ? Réponse évidente chez les Inspirées, qui sont aussi révoltées : « Oui. Et le reste, c'est de l'eau. De quoi assurer un taux de remplissage record à moindre coût. » Urgence environnementale et aberrations marketing ont suffi à pousser Mathieu Ferrier, le Parisien, dans une reconversion toute ariégeoise : intègre et sans compromis. Ex-

photographe d'objets d'art devenu fabricant de cosmétique végétale, il prend au passage la présidence nationale de l'association Nature & Progrès et monte au front pour faire bouger les lignes. Avec Nicolas, son associé pharmacien, ils créent une gamme de dermo-soins issus de la nature.

## 100 % actif ou rien

Dans l'atelier-laboratoire des Inspyrées à Saint-Lizier, on ne fabrique rien qui ne serve pas à la peau : « Si ce n'est pas 100 % actif, ça ne nous plait pas. » Leurs matières premières ? Des huiles végétales de première pression à froid ou obtenues par extraction au CO<sup>2</sup>. De France ou pas, mais toujours biologiques et équitables : karité du Ghana, Babassu du Brésil, chanvre du sud-ouest, prune du Lot... La jeune marque, lancée en 2017, élabore des routines pour toutes les peaux, même atopiques, y compris celles des femmes enceintes. Formulés sans perturbateurs endocriniens, sans huiles essentielles, sans huiles issues de fruits à coques, sans parfums, 100 % vegan, 100 % cruelty free, les baumes, sérums, hydrolats et autres démaquillants sont conditionnés dans des flacons opaques en verre pour préserver la qualité des principes actifs. « Nous avons voulu montrer qu'il est possible de faire des produits bons et utiles, sans produit de remplissage », se félicite Mathieu Ferrier, qui aimerait prochainement collaborer avec la filière viticole locale pour puiser le meilleur de la terre et renforcer le travail des paysans et des artisans de la région.

---

## B.a-ba



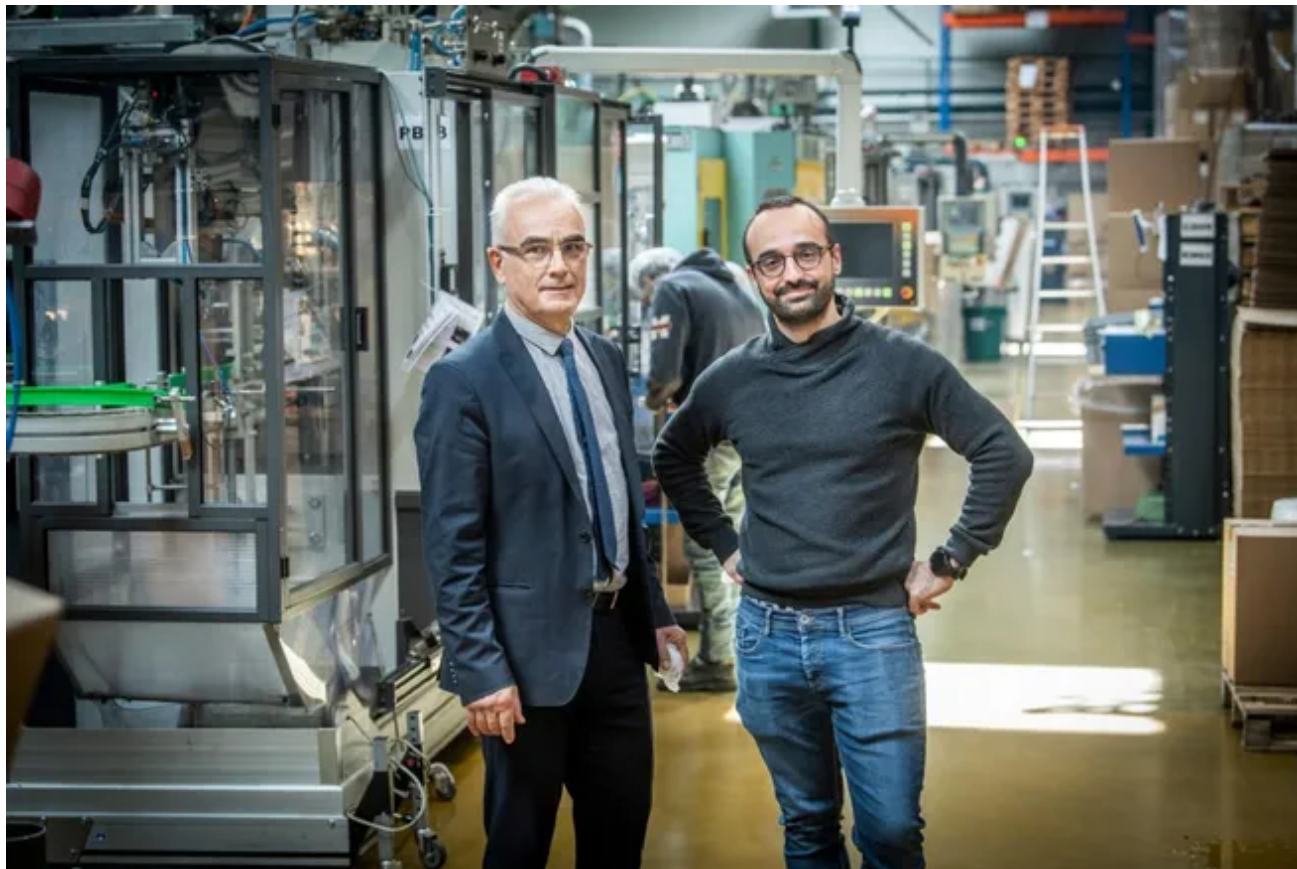
*LesInspyrees-encadre © Les Inspirées*

« Pour être belle, la peau a besoin de travailler », clame-t-on chez les Inspyrées. Comprenez : pas de s'éteindre sous des couches d'ingrédients inertes. « Trop de mauvaise crème l'affaiblit. À force, la peau se met au repos, elle n'est plus protégée par son film lipidique et devient sèche. » La marque ariégeoise propose donc entre autres un savon végétal surgras aux trois huiles nobles : olive, babassu et beurre de karité. Le savon à froid purifie sans agresser et nourrit juste ce qu'il faut. Pour un nettoyage optimal le soir ou au réveil, la peau n'a guère besoin d'autre chose.

## Plasturgie

# Les Laboratoires industriels Pichot, au Brugeron (Puy-de-Dôme), ont boosté leur production de flacons avec la crise sanitaire

Publié le 11/05/2021 à 09h47



Michel Ruiz, le P-DG des Laboratoires industriels Pichot, et son fils Anthony, directeur industriel, veulent pérenniser leur savoir-faire tout en poursuivant les investissements. © BOILEAU FRANCK

Depuis mars 2020, les Laboratoires industriels Pichot se réinventent pour répondre à la crise sanitaire. La société du Brugeron (Puy-de-Dôme) continue de produire des flacons de gel hydroalcoolique tout en poursuivant sa mue vers l'industrie du futur.

Au pied du col du Béal, à l'est du Puy-de-Dôme, Le Brugeron est un petit village de 244 habitants. C'est ici, en 1972, que le Parisien Georges Pichot, alors petit artisan plasturgiste, s'y installe, avant de créer les Laboratoires industriels Pichot des années plus tard, en 1989, en devenant spécialiste de la fabrication de flacons en plastique. « Il voulait quitter Paris. C'était un endroit idéal, au vert, comme des vacances pour lui », se remémore le P-DG actuel, Michel Ruiz, qui a repris l'entreprise en 1993, alors qu'elle était « au bord de la faillite ».

[Les Laboratoires industriels Pichot, au Brugeron \(Puy-de-Dôme\) ont "tout changé" pour produire des flacons de gel hydroalcoolique](https://www.lamontagne.fr/brugeron-63880/actualites/les-laboratoires-industriels-pichot-au-brugeron-puy-de-dome-ont-booste-leur-production-de-flacons-avec-1...)

Il a gardé son nom d'origine, devenu une marque de confiance pour tous ses clients depuis plus de trente ans.

## 1.500 références et un nouveau flacon créé par semaine

La société se spécialise dans l'extrusion-soufflage du plastique, pour créer sur mesure des flacons, de la conception des prototypes en passant par la réalisation des moules jusqu'à leur production en série. La cosmétique avec les crèmes solaires ou les eaux micellaires, la pharmaceutique avec les gels hydroalcooliques, l'hygiène avec les shampoings, l'agroalimentaire avec les piluliers pour compléments alimentaires... sont autant de secteurs cibles.



Au total, la société propose 1.500 références et fabrique jusqu'à 200.000 flacons par jour en moyenne. « Chaque semaine, on crée un nouveau flacon », analyse Anthony Ruiz, le fils ingénieur, arrivé dans l'entreprise il y a cinq ans, après son doctorat et une première vie comme chercheur en Californie. « Soit j'étais un pion dans l'échiquier américain, soit je pouvais être à la tête d'une PME mais avec un impact local fort. J'ai vite choisi », résume le directeur industriel âgé de 35 ans, qui prendra les rênes de la société dans les prochains mois.



## Une réactivité à toute épreuve

Le duo à la tête des Laboratoires industriels Pichot tire sa force de sa réactivité à toute épreuve. Un maître-mot qui s'est avéré essentiel, lorsque la crise sanitaire a frappé en mars 2020.

« On l'a vécue comme un tsunami. On a décidé de ne pas fermer l'usine, quand toutes les autres fermaient. On a travaillé 7 jours sur 7 pour produire des flacons de gel hydroalcoolique. L'objectif, c'était de livrer au même prix, pour qu'un maximum de gens puissent en bénéficier. Les gens ont perçu la valeur ajoutée du Made in France. »

MICHEL RUIZ (P-DG des Laboratoires industriels Pichot)

« On a ressorti les moules de 2009, qui ont servi lors de la crise de la grippe H1N1. Grâce à notre expérience, on a été très réactifs », enchaîne Anthony Ruiz.

En trois mois, les Laboratoires Pichot produisent 15 millions de flacons pour gel, « un exploit grâce aux salariés qui ont répondu présent ».

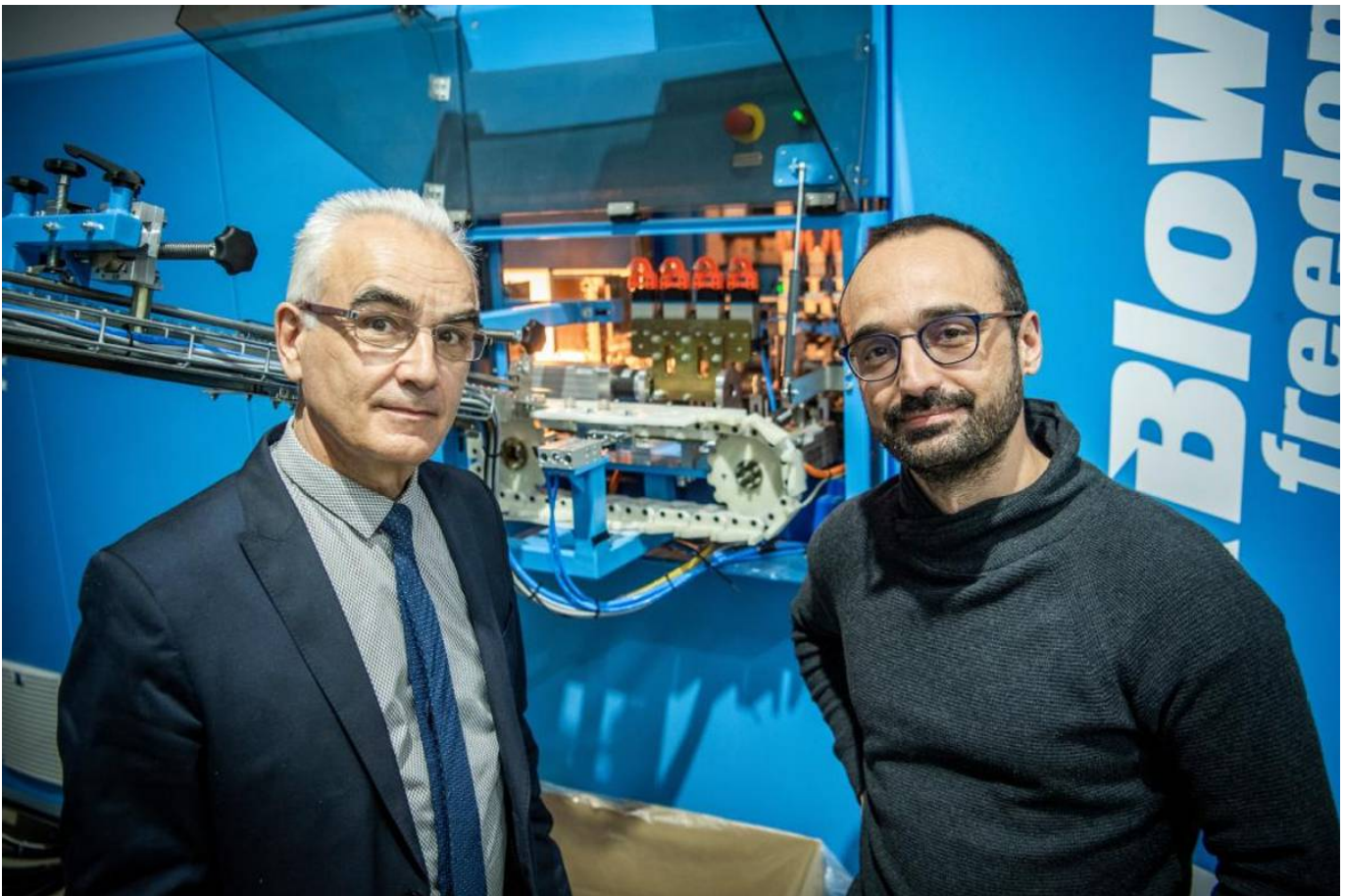


L'impact sur le chiffre d'affaires 2020 a été immédiat avec une hausse de 50 % pour atteindre 6 M€. Le directeur industriel voit alors l'opportunité de s'engouffrer dans ce nouveau marché, « qui va perdurer encore quelques années », en investissant 1,5 M€ dans deux nouvelles machines.

## Une extension et des embauches

Si aujourd'hui, l'entreprise, qui compte 45 salariés, a repris ses marchés habituels, elle continue d'investir et de penser à l'avenir en poursuivant sa mue vers « l'industrie du futur ».





Des développeurs ont été embauchés pour pouvoir adapter le savoir-faire de la société à la digitalisation, quand d'autres sont formés grâce à l'apprentissage.

Les laboratoires Pichot vont ainsi s'agrandir dans les prochains mois : un bâtiment de 1.500 m<sup>2</sup> va être construit au-dessus des ateliers et une extension du bâtiment principal va avoir lieu. Un investissement de 1,2 M€ avec quatre embauches à la clé. « L'objectif sera d'investir dans des machines de production multicouche pour intégrer des plastiques recyclés », confie Anthony Ruiz. Réactivité et adaptabilité, l'ADN des Laboratoires industriels Pichot depuis leurs débuts.

**Texte : Fanny Guiné**

**Photos : Franck Boileau**

# Lùa : le parfum de Marie Lopez, alias EnjoyPhoenix

Par [Mehdi Has](#) Le mercredi, 05 mai 2021 à 19:09 Commentaires (0) Dans [Loisirs](#)

Marie Lopez, connue pour sa chaîne EnjoyPhoenix, dévoile son parfum made in France, en collaboration avec Le Parfum Citoyen. Découvrez le parfum Lùa.



Afin de préserver l'effet de surprise, [Marie Lopez](#) avait gardé le secret sur la sortie de son propre parfum. Cela lui permet de s'assurer également que son projet sort dans de bonnes conditions.

EnjoyPhoenix s'est associée avec la marque française Le parfum citoyen pour proposer sa fragrance. Le parfum proposé par la youtubeuse est entièrement fabriqué en France avec des produits 100% naturels.

[Marie Lopez](#) était entièrement impliquée à son projet : choix du nom, de la fragrance, ingrédients utilisés ainsi que l'orientation du packaging. Marie était frustrée de ne pas trouver en France le parfum qu'elle utilisait et de n'avoir aucune correspondance. Avec Lùa, [EnjoyPhoenix](#) a enfin créé le parfum qui lui ressemble !

"J'ai toujours adoré le parfum. Et aujourd'hui, j'ai enfin la chance de sortir le mien en collaboration avec Le parfum Citoyen !

Pour les photos, on a opté pour des looks printemps été, avec des tons neutres et des petites touches colorées, ce qui reflète vraiment bien le parfum : quelque chose de simple, portable en toutes circonstances, mais avec une pointe de caractère !"

A l'occasion de la sortie de son parfum Lùa, EnjoyPhoenix a eu l'occasion de faire un shooting photos dans un somptueux appartement parisien loué pour l'occasion. La youtubeuse a eu l'occasion d'essayer plusieurs make-up pour la session photos qui a duré la journée.

## Que sent le parfum Lùa d'EnjoyPhoenix ?

Du fait que le parfum n'est pas vendu [en boutique](#), mais uniquement en pré-commande sur internet, il est très difficile pour Marie Lopez de décrire son parfum... Il est alors difficile d'essayer de sentir le parfum pour se rendre compte de son odeur.

Ce qui était important pour Marie Lopez était de créer un parfum qui lui ressemble avec une odeur qu'elle aime. Elle a eu du mal à trouver la fragrance qui lui ressemblait, car celle qu'elle aimait n'était pas disponible en France.

Marie aime les parfums frais, qui sentent le propre, qui sentent le propre avec des odeurs de bébé. Elle souhaite ainsi retomber en enfance en sentant son parfum, tout en ayant une petite touche de caractère.

EnjoyPhoenix n'aime pas les parfums sucrés ou trop épicés.

La youtubeuse a essayé plein de formulations différentes, afin de proposer un parfum qui n'était pas encore disponible sur le marché. Elle fière de sa création originale, baptisée Lùa.

Le parfum Lùa d'EnjoyPhoenix est composé en note de tête est composé de bergamote, de mandarine et pamplemousse. Il s'agit des premières senteurs qui nous viennent à l'esprit lorsqu'on se pshit avec le parfum. Il s'agit d'ingrédients acidulés.

En notes de coeur, Lùa est composé de freesia, de jasmin et la rose en petite quantité. C'est ce que l'on sent en deuxième intensité, lorsque le parfum va s'évaporer et commencer à vieillir sur la peau.

Les notes de fond se composent de musc, santal, ylang-ylang. Ce sont des notes de caractères, qui dénotent le parfum.

Lùa est un parfum qui tient parfaitement bien à la peau. Sa composition est parfaite selon Marie Lopez.

Le nom Lùa vient du galicien, qui signifie Lune. La mythologie greco-romaine passionne Marie. De part ses origines espagnoles, EnjoyPhoenix souhaitait revenir sur quelque chose qui avait une signification.

La Lune fascine la youtubeuse, puisqu'elle a un tatouage avec les différentes phases lunaire.

Il s'agit d'une édition limitée. Il n'y aura donc plus de possibilité de pré-commander le parfum après cette date. L'idée, c'est de produire à la demande, au juste nombre, et de ne pas avoir de surplus de stock, dans une logique éco-responsable.

Le parfum d'EnjoyPhoenix est proposé au prix de 59€ [pour toute commande](#) jusqu'au 14 mai 2021. Les livraisons sont prévues à partir du 28 juin.

*"Ce parfum est ma signature et ma vision d'une fragrance aérienne et pure. Un parfum céleste qui vous accompagnera dans tous vos moments de vie : terriens ou cosmiques."*

Marie Lopez alias EnjoyPhoenix

Sublimez vos sens avec le parfum aérien subtilement complexe de LÙA, un parfum hespéridé floral musqué qui s'affirme avec le temps pour un voyage olfactif au travers de couches harmonieusement assemblées comme les pétales d'une fleur.

L'Eau de Parfum s'ouvre sur des notes fraîches de bergamote acidulée et de mandarine auxquelles se succèdent les accords poudrés des freesia, jasmin et rose en fleurs. Le parfum se révèle ensuite en un sillage chaleureux composé d'ambre musquée et d'une touche de bois de santal pour plus de profondeur, de relief et de complexité.

- Note de tête : Bergamote, Mandarine, Pamplemousse.
- Note de coeur : Freesia, Jasmin, Rose.

- Note de fond : Musc, Santal, Ylang Ylang.

## Lùa, un parfum éco-conçu

Pour son parfum, Marie a voulu placer l'éthique au coeur de la création. Loin des grands discours, cet engagement se traduit par des actions très concrètes :

- Fabrication en circuit court : les fournisseurs sont exclusivement locaux ; ils sont tous situés dans le Sud-Est de la France afin de réduire au maximum l'empreinte carbone ;
- Packaging composé à 100% de papier recyclé, ce qui est un engagement unique sur le marché ;
- Zéro utilisation de cale afin de réduire la consommation papier ;
- Matériaux recyclables ;
- Formulation clean : contient des ingrédients naturels (Mandarine, Bergamote, Jasmin, Rose, Santal, Ylang Ylang) et 100% Végan ;
- Anti-gaspillage : le système de précommande permet de produire à la demande du client afin d'éviter le surstockage et son impact environnemental.

# Medene, l'aromathérapie 100% naturelle

7 mai 2021



**Créée par trois jeunes femmes scientifiques, la marque d'aromathérapie Medene est lancée en 2018. Elle propose des soins sécurisés et naturels, à base d'huiles essentielles et végétales, tout en s'engageant pour l'environnement.**

Il y a 3 ans, Laure De Lacaze, Marie-Claire Kanaan et Camille Pereira se lancent dans un nouveau projet qui leur tient tout particulièrement à cœur. Toutes trois scientifiques et expertes en aromathérapie, elles décident de fonder Medene.

## Mais qu'est-ce que l'aromathérapie ?

L'aromathérapie est une médecine naturelle qui permet de se soigner en utilisant les huiles essentielles. Aujourd'hui, nombreuses sont les personnes qui se tournent vers les produits naturels et bio pour prendre soin d'eux. Ce sont 44 % des Français qui ont recours à la médecine naturelle, selon une étude de 2016 du CSA pour Prisma Media Solution.

Par ailleurs, l'aromathérapie est très utile pour soigner les maux du quotidien. Cette pratique est très efficace contre la fatigue, le stress ou encore les problèmes de sommeil. Medene propose une gamme de produits allant du roll-on anti-stress, au sérum pour cheveux secs et abîmés, en passant par un produit pour soulager les douleurs de règles.

À appliquer sur les tempes, les cheveux ou bien dans le creux du poignet, les produits Medene utilisent différentes huiles essentielles et végétales. Comme l'huile essentielle de menthe poivrée, de palmarosa ou encore de citron et d'argan.



## Les huiles essentielles ne sont pas sans danger

« C'est lorsqu'une de nos amies s'est brûlée le visage en essayant de calmer ses problèmes d'acné avec du tea tree pur que nous avons été alertées et avons décidé d'agir », explique Laure De Lacaze, co-fondatrice de Medene. En effet, l'utilisation des huiles essentielles sans encadrement n'est pas sans danger. Depuis quelques années, les Français s'essaient à concocter leurs propres mélanges sur mesure, sans prendre toutes les précautions nécessaires. Soucieuses de ce problème, les trois fondatrices ont décidé de faire de Medene une marque sécurisée.

Pour rappel, les huiles essentielles sont très souvent déconseillées pour les femmes enceintes et allaitantes, les enfants ainsi que les personnes souffrant de troubles neurologiques. De plus, avant d'appliquer des huiles essentielles, il est fortement recommandé de vérifier les contre-indications. Par ailleurs, il faut les diluer dans des huiles végétales pour une application cutanée. La marque d'aromathérapie conseille également la cuillère à café de miel, pour une prise par ingestion.

## Medene s'engage pour l'environnement

Medene c'est aussi du 100 % éco-responsable. En effet, la marque utilise des flacons en verre pour conserver les propriétés de ses huiles. Par ailleurs, ses produits sont vendus dans des emballages en carton recyclable ou issu de forêts FSC. Elle utilise le moins de packaging possible. De plus, son encre est tout aussi recyclable.

Leurs compositions sont formulées à partir d'huiles essentielles et végétales issues de l'agriculture biologique.

Le Made in France est important pour la marque. En effet, leurs laboratoires sont basés à Avignon, en Auvergne et en Ile-de-France. Elle s'engage auprès de producteurs locaux, respectueux de l'environnement.



## Une rééducation olfactive post Covid-19

Si vous avez perdu l'odorat des suites du Covid-19, Medene a peut-être trouvé la solution pour que vous retrouviez petit à petit l'olfaction.

En effet, la marque propose sur son site un coffret de rééducation olfactive. Il contient 4 flacons d'huiles essentielles vides (mais qui ont conservé l'odeur) et gratuit (seuls les frais de port sont à charge).

Le principe est simple : commencez le protocole si vous n'avez pas retrouvé l'odorat 15 jours après le début des symptômes du Covid. Deux fois par jour, il faut sentir les flacons ainsi que des ingrédients comme le café ou le curry par exemple. Puis, notez dans un carnet l'évolution : est-ce que j'ai l'impression de sentir quelque chose, ou non ? Malheureusement, cette rééducation ne fonctionnera pas pour tout le monde. Mais rien n'empêche d'essayer !

EN COLLABORATION AVEC POLAAR

# Polaar a tout compris à votre peau et vous fait profiter d'une remise exceptionnelle sur ses soins

Partenaire • Le 05 mai 2021



Le must-have pour toutes les peaux en quête d'éclat du teint et de perfection du grain de peau!  
Photo presse Polaar

Cela fait des semaines, des mois, que vous ne vous sentez pas bien dans votre peau... qui voit apparaître à sa surface de plus en plus d'imperfections. Rassurez-vous, vous n'êtes pas seul.e. Et la Solution tient dans un flacon. Avec sa gamme Eclat Boréal, Polaar a déniché les ingrédients les plus puissants pour retrouver l'éclat perdu, en quelques applications.

## Mais qui veut votre peau ?

Port quotidien du masque, stress, fatigue, rythme bousculé... Depuis plus d'un an, notre peau subit de plein fouet cet environnement toxique pour l'équilibre cutané. Polaar innove en élaborant une nouveauté dédiée à ces problématiques : la Solution Anti-Imperfections qui traite directement les effets néfastes de notre nouvel environnement. Cela donne une formule redoutable qui agit contre le teint terne et brouillé, les peaux sujettes aux imperfections, dévitalisées et déshydratées. Avec comme objectifs : lutter

contre les boutons et points noirs, désincruster et ressérer les pores, réguler l'excès de sébum. Un nouveau soin 98% d'ingrédients d'origine naturelle, vegan & cruelty-free, Made in France.

## 1 personne sur 2 souffre de Maskné. De quoi ?

Contraction de masque et d'acné, ce nouveau terme (dont on se serait bien passé) touche aussi bien les jeunes que les peaux plus matures qui n'avaient franchement pas envisagées de retourner sur la case acné. Plus sèche, plus irritée, la peau est plus sensible aux poussées de boutons. En cause : le masque qui déséquilibre le film hydrolipidique. Le pH devient un peu moins acide, les crueltygermes prolifèrent et la peau fabrique davantage de sébum. Bref, le cocktail idéal pour boucher les pores et entrainer de petits boutons inflammatoires. Et comme l'idée n'est évidemment pas de zapper le port du masque, Polaar a fait appel à ses explorateurs de la beauté pour élaborer la formule rêvée avec sa nouvelle Solution Anti-Imperfections. Cette dernière vient compléter la gamme Eclat Boréal à l'Olivier de Sibérie pour vous proposer des soins avec une réponse complète pour toutes les peaux en quête de perfection et de lumière. Une nouvelle Solution ultra concentrée qui lutte contre les imperfections, lisse la peau et lui redonne son éclat. La production de sébum est régulée, l'hydratation naturelle de la peau est contrôlée, les pores sont resserrés. À vous la peau purifiée et matifiée toute la journée !

**Vous rêvez d'un éclat Boréal ? Le Petit Club vous fait profiter d'une remise exceptionnelle sur votre prochaine routine beauté. Jusqu'au 31 mai, avec le code : madameEB25, on vous offre 25% de réduction, livraison offerte à partir de 20€, offre non cumulable. Rendez-vous sur [polaar.com](http://polaar.com).**



Profitez dès maintenant d'une remise exceptionnelle sur les produits Polaar

## L'arbre aux pouvoirs Top secret.



Vous le savez, Polaar a une place unique. Car la marque française ne fait pas les choses à moitié. C'est au cœur de l'Arctique que des explorateurs de la beauté puisent des ingrédients rares, puissants et endurents (dans cette région hostile mieux vaut être une plante héroïque !). Pour développer sa gamme Eclat Boréal, direction le cœur de la Taïga. En cherchant un actif capable de protéger la peau des cosmonautes, des scientifiques Russes découvrent les pouvoirs de l'Olivier de Sibérie. Ses propriétés régénérantes exceptionnelles ont d'ailleurs été longtemps classées top secret. Il faut dire que cet arbre 30 fois plus concentré en vitamine C qu'une seule orange régénère les acides gras essentiels (oméga 3, 6 et 9) qui restaurent la barrière épidermique. Soit le meilleur bouclier pour être plus éclatant.e que jamais. Et on ne vous a pas parlé des extraits de bois de Thé purifiants et de l'actif anti-pollution qui piège les impuretés...

#### LE MUST-HAVE POUR TOUTES LES PEAUX EN QUÊTE D'ÉCLAT DU TEINT



Voir le diaporama

6 PHOTOS

La marque

## Grasse

# Alpes-Maritimes. Deux entreprises locales invitées à l'exposition du fabriqué en France à l'Elysée

Pour la deuxième année consécutive, l'Elysée accueille la Grande exposition du fabriqué en France les 3 et 4 juillet 2021. Deux entreprises des Alpes-Maritimes seront présentes.



Deux entreprises des Alpes-Maritimes seront représentées à la Grande exposition du fabriqué en France de l'Elysée début juillet 2021. (©Creative Commons)

Par **Marylène lapichino**

Publié le 17 Juin 21 à 7:32

Actu Nice

Suivre

Pour la deuxième année consécutive, l'**Elysée** accueille à **Paris** la **Grande exposition du fabriqué en France**. Celle-ci aura lieu les 3 et 4 juillet et entend mettre à l'honneur « entreprises, artisans, producteurs et industriels pleinement engagés dans la fabrication française » comme il est indiqué sur le site internet de l'Elysée.

Au total, **126 objets seront présentés** dont deux viennent des **Alpes-Maritimes**. Il s'agit de Lacroix City, une entreprise spécialiste de la voirie et de la mobilité intelligente de **Carros**. Elle viendra avec ses feux de signalisation Alumix.

La deuxième n'est autre que Fragonard, l'entreprise de parfum de **Grasse**. Ce sera son eau de parfum fleur d'oranger intense qui sera mise à l'honneur.

## À lire aussi

Littérature. Cette startup niçoise propose de l'auto édition plus humaine

## Huit entreprises de PACA

Au total, huit entreprises viendront représenter la [Provence-Alpes-Côte d'Azur](#) dans les locaux du président de la République.

[Tribuca.net rappelle](#) qu'une autre entreprise maralpaine avait participé à la première édition de 2020. Il s'agissait de Volumic 3D, une entreprise d'imprimante 3D niçoise.

Good Morning FrenchWeb

# Bon Parfumeur: comment le digital peut servir à valoriser le savoir-faire artisanal

Good Morning FrenchWeb, une émission animée par Joseph Postec et la rédaction de FrenchWeb

23/06/2021



Crédit: Bon Parfumeur

[Facebook](#)[LinkedIn](#)[Twitter](#)

Lancé sur le marché en 2017, Bon Parfumeur fait partie de ces marques indépendantes qui sont en train de se faire une place dans le secteur de la parfumerie.

Comment Ludovic Bonneton, le fondateur, décrirait le marché lors des débuts de Bon Parfumeur? *«La parfumerie avait déjà de très belles maisons de parfumeries artistiques, c'est-à-dire qui essayaient de retrouver le plaisir de la belle parfumerie. Ce qui manquait énormément et qui manque encore beaucoup, c'est une dimension très digitale. L'accès aujourd'hui au plaisir artisanal, au plaisir de l'authentique, passe beaucoup par des outils digitaux. Vous suivez sur les médias sociaux, vous avez directement accès à la marque. Dès le début, nous avons été très digitaux. Et je pense que c'est absolument critique pour retrouver le plaisir que l'on cherche à retrouver dans une maison comme Bon Parfumeur».*

Concrètement, Bon Parfumeur se développe à la fois en physique via une boutique parisienne et la présence au sein de près de 1 000 revendeurs- pour beaucoup des concept-stores- dans 40

pays, et a aussi dès ses débuts massivement investi les réseaux sociaux.

La marque y communique notamment avec du contenu extrêmement travaillé en fédérant une communauté de créatifs: photographes, designers, etc., qu'elle laisse s'exprimer pour mettre en avant les messages portés par la marque. Celle-ci se veut un retour à l'artisanal avec des parfums Made in France, naturels, et inclusifs. Bon Parfumeur cultive aussi l'échange direct avec sa communauté.

Depuis sa création, l'entreprise revendique entre 50% et 100% de croissance chaque année. Le chiffre d'affaires retail a atteint 8 millions d'euros l'année dernière et Bon Parfumeur prévoit d'enregistrer 12 millions d'euros cette année.

A quoi ressemble exactement la stratégie social media de Bon Parfumeur? Quel outil lui a permis dernièrement de faire un bond en avant dans la gestion de son activité e-commerce? Quelles vont être ses priorités de développement pour les prochains mois? Toutes les réponses dans l'interview complète de Ludovic Bonneton, fondateur de Bon Parfumeur, dans l'émission.

# BYCA, les gels lavants parfumés Made in France !

Actus Habitat confort



Par  Ophélie  Publié le 29/05/2021

**BYCA** est une **entreprise française** dont la principale motivation est de **rendre le lavage des mains agréable** en faisant de ce **geste sain** une **expérience agréable et responsable**. En effet, les **produits** sont **formulés sans sulfate** et assurent une **transparence** en termes de **composition**.

Avec **plus de 60 ans d'expérience** auprès des **plus grandes maisons françaises de beauté et de haute parfumerie**, BYCA offre une **expertise inégalée**.

La **production est 100% française** et plus précisément en **Normandie**. La qualité des produits n'est aucunement à remettre en question grâce aux **nombreuses certifications de la marque** (*Ecocert, COSMOS, Programme environnemental*). **Chaque solution** a été **perfectionnée** pour **réconcilier** de façon durable la **nécessité sanitaire** d'autant plus importante de nos jours, et une **sensation douce et parfumée avec un design haut de gamme** (toucher soyeux et senteurs apaisantes de la glycérine végétales aux huiles essentielles sélectionnées pour leurs diverses vertus).

## Les engagements de BYCA

**BYCA s'engage à reverser 3% du prix de vente de chacun de ses flacons à la Fondation pour la Recherche Médicale qui luttent contre les épidémies** (nous les remercions).

Les **flacons** sont en **verre 100% recyclable**. Les **formules** des produits sont comme précisé plus haut, **sans sulfate et contiennent de la glycérine végétale**.

## Les différentes fragrances BYCA

BYCA a développé **6 fragrances** : *Thym Citron, Vétiver, Bergamote, Bois de Cadier, Figue, Petit Grain*.

La fragrance **Thym Citron** embaume de son agréable **odeur citronnée**. La **Provence** et les **jours ensoleillés** sont parfaitement illustrés. Le thym citron est connu pour être un excellent **calmant**, mais aussi pour être un **antibactérien** très efficace.

La fragrance **Vétiver** apporte des **notes boisées**, viriles. L'huile essentielle de Vétiver est **apaisante, purifiante, cicatrisante** et est un excellent **antiseptique naturel**.

La fragrance à la **Bergamote** est **fraîche, acidulée** de par son côté **fruité**. La Bergamote contient du **linalol, parfait antiseptique**.

La fragrance **Bois de Cadier** reflète parfaitement l'image d'un feu de camp grâce à sa senteur douce, rassurante. L'huile essentielle de Bois de Cadier possède de grandes propriétés **désinfectantes et antiseptiques**, mais permet également de **fortifier les ongles**.

La fragrance à la **Figue** est **fruitée et boisée**, nous rappelant parfaitement la **Méditerranée** (ça tombe bien pour des Marseillais !). La figue possède des propriétés **émollientes** et **lutte** efficacement **contre le dessèchement de la peau**.

Enfin, la fragrance **Petit Grain** (hybride entre le pamplemousse et la mandarine) délivre un doux parfum de **fleur d'oranger**. L'huile essentielle de Petit Grain est **relaxante**. Elle **favorise** également la **régulation du sébum** et la **cicatrisation cutanée**.

Les fragrances sont disponibles sous **différents formats** : **Le Flacon Verre d'une contenance de 480ml, Le Tube Aluminium 100% recyclable d'une contenance de 30ml**.

## Un distributeur Hydro Responsable

BYCA propose un **distributeur minimaliste, élégant et fonctionnel, tout ça fabriqué en France**.

Celui-ci possède une **manette d'action spécialement pour les personnes à mobilité réduite** et possède une **autonomie de 5L soit l'équivalent de 3120 doses de gel**.

La marque **Delabie** associe son savoir-faire et son design pour accompagner le distributeur hydroresponsable "R".

## Tentez de remporter un kit de gel incluant 1 flacon de 480ml + un tube de 30ml de la fragrance de votre choix !

Pour participer, rien de plus simple ! Il vous suffit de vous rendre sur notre compte Instagram [@sitedesmarques\\_officiel](#) et de cliquer sur le post en partenariat avec [@byca\\_France](#). **Toutes les conditions de participation y seront indiquées**. Bonne chance à tous !

## Où retrouver BYCA ?

Vous pouvez retrouver la marque BYCA sur leur site internet [www.byca.fr](http://www.byca.fr) ou sur les réseaux sociaux tels que [Facebook](#) et [Instagram](#).



# Deux entreprises azuréennes invitées à exposer leurs produits à l'Elysée



L'Elysée deviendra le temps d'un week-end une place forte du fabriqué en France.

Entreprises

Mardi 15 juin 2021 à 16h16

## Issus de tout l'Hexagone, 126 objets participeront à la Grande Exposition du Fabriqué en France les 3 et 4 juillet prochains à l'Elysée.

Le point commun entre un vélo à assistance électrique, des escaliers, de l'huile d'olive et une culotte menstruelle ? Tous ces produits sont issus d'un savoir-faire français et prendront part à la seconde édition de la Grande Exposition du Fabriqué en France les 3 et 4 juillet prochains à l'Elysée.

Deux entreprises azuréennes figurent parmi l'inventaire à la Prévert de 126 projets sélectionnés : Lacroix City (Carros), spécialiste de la voirie et de la mobilité intelligente, qui présentera ses feux de signalisation Alumix, et la maison Fragonard (Grasse) pour sa délicate eau de parfum fleur d'oranger intense.

En 2020, une autre entreprise des Alpes-Maritimes, **Volumic 3D (Nice)**, avait eu les honneurs de cette exposition ouverte au public dans les pérennes présidentielles. Objectif selon l'Elysée : *"au-delà de valoriser nos savoir-faire, il s'agit de promouvoir un mode de consommation engagé. Consommer français est un acte d'engagement pour l'écologie (circuit court, réduction de notre empreinte carbone) et pour l'économie (faire vivre nos travailleurs et leurs territoires)."*

## EnjoyPhœnix choisit un parfum 100 % made in Sud de la France, « éthique et vegan »

**FRAGRANCES** Le Parfum citoyen a été choisi pour le premier parfum lancé par EnjoyPhœnix. L'entreprise niçoise d'Adrien Gautier compte sur l'aura de l'influenceuse pour grandir

Fabien Binacchi  Publié le 09/06/21 à 11h47 — Mis à jour le 09/06/21 à 11h47



Adrien Gautier et Enjoy Phœnix ont co-créé Lùà, le premier parfum de l'influenceuse — *Le Parfum citoyen*

- La jeune société niçoise Le Parfum citoyen s'est offert un « vrai coup de projecteur » en créant le premier parfum d'EnjoyPhœnix.
- L'influenceuse a partagé la nouvelle avec ses 11 millions d'abonnés permettant à l'entreprise une ouverture éclair sur le marché national.

Il lui aura fallu « des mois de négociation » et « un travail de longue haleine ». Mais, au final, c'est un « vrai coup de projecteur » qu'Adrien Gautier s'est offert en collaborant avec l'influenceuse-star de France. Car au final, c'est bien Le Parfum citoyen, la jeune société de ce Niçois de 33 ans, qu'EnjoyPhœnix a choisi pour sortir « Lùà », sa première fragrance mêlant entre autres agrumes, freesia, jasmin, rose et ylang ylang. Et surtout pour en faire la promotion auprès de ses 11 millions d'abonnés, toutes plateformes confondues.

Une ouverture éclair sur le marché national. « La page instagram de la marque est passée de 1.000 à 8.000 abonnés en très peu de temps », raconte Adrien Gautier, qui défend « la défense des savoir-faire français, la consommation éthique et la démarche écoresponsable ».

**100 % made in Sud de la France**

C'est justement ce qui aurait séduit Marie Lopez (le vrai nom d'EnjoyPhoenix), « hyper heureuse d'avoir fait un parfum durable, avec une formulation clean, éthique, vegan et made in France », comme elle l'a confié à ces (très) très nombreux followers.

En lançant Le Parfum français il y a quatre ans, avec dix formules différentes, Adrien Gautier avait ainsi pris le parti de miser sur des produits 100 % fabriqués dans le Sud-Est, « ce qui est assez rare et même unique malgré la proximité de Grasse et la présence de nombreuses entreprises de cette industrie », dit-il.



La collection de parfums de la marque niçois, déclinée en fonction de cinq personnalités pour les femmes et cinq autres pour les hommes - Le Parfum citoyen

« Certains préfèrent faire produire leurs emballages en Espagne ou même en Chine pour réduire les coûts mais au détriment de l'environnement, relève le jeune patron, seul dans son entreprise. J'ai choisi de ne faire que du local. Et tout est tracé sur notre site Internet. »

### **Une vente limitée... avant de devenir pérenne ?**

Les « jus » sont préparés en collaboration avec l'entreprise Charrier, à Vallauris, les flacons viennent de Nice, les emballages de la Drôme et les étiquettes sont fabriquées à Géménos, dans les Bouches-du-Rhône. « Pour le parfum d'EnjoyPhoenix et suite à sa demande, on est allé encore plus loin. Avec un packaging très minimaliste et du papier 100 % recyclé », précise encore Adrien Gautier.

Please close pop-out player to  
resume playback.

Proposées en édition limitée du 5 au 14 mai et uniquement à la demande « pour éviter la surproduction », les premières bouteilles (59 euros les 50 ml) seront expédiées fin juin. Pas moyen d'en savoir plus sur le nombre d'exemplaires vendus, ni sur l'accord conclu entre Le Parfum citoyen et l'influenceuse d'ailleurs. Le secret est bien gardé.

Mais le succès serait tel que le parfum pourrait finalement être à nouveau commercialisé à la rentrée et de façon pérenne. De quoi assurer encore à l'entreprise de belles perspectives.

#### ÉCONOMIE

**A Grasse, le coronavirus a-t-il changé la façon de créer le parfum ?**

#### CÔTE D'AZUR

**Chanel va faire replanter 600 bigaradiers pour relancer la culture de la fleur d'oranger**

#### **Un grand-père parfumeur**

Natif de Cannes et habitant Nice depuis l'âge de 13 ans, Adrien Gautier est le petit-fils d'un parfumeur qui officiait à Grasse puis dans la cité des festivals. Ancien recruteur, cadre dans les ressources humaines, le trentenaire décidait de quitter finalement cette voie en 2015 pour perpétuer cette vocation dans l'univers des fragrances. L'aventure de son Parfum citoyen démarrait par une campagne de financement participatif, lui permettant d'écouler 100 flacons.

## Exposition du Fabriqué en France : deux entreprises du Berry sous les dorures de l'Élysée

Vendredi 18 juin 2021 à 12:44 - Par Jérôme Collin, France Bleu Berry



Indre



La deuxième édition de la Grande expo du Fabriqué en France se déroulera au palais de l'Élysée les samedi 3 et dimanche 4 juillet. Les produits de deux entreprises du Berry seront mis à l'honneur.



La Grande Exposition du Fabriqué en France se tiendra à l'Élysée les 3 et 4 juillet© Maxppp - Sadak Souici / Le Pictorium

C'est une **vitrine assez exceptionnelle pour deux entreprises berrichonnes**. Et surtout une reconnaissance de leur savoir-faire. La Stéarinerie Dubois et Parquet Chêne Massif ont été retenus pour participer à la [Grande Exposition du Fabriqué en France](#). La deuxième édition se déroule samedi 3 et dimanche 4 juillet au palais de l'Élysée. 126 produits, qui participent à la promotion de l'excellence de la fabrication française, seront présentés aux visiteurs.

**La stéarinerie Dubois est une entreprise bicentenaire** fondée en 1820 et installée dans l'Indre, à Ciron, depuis 1965. 150 personnes travaillent dans la conception d'ingrédients pour cosmétiques, produits de maquillage et crèmes solaires. Elle a notamment mis au point une innovation : le Dub Estoline. Ce produit "*procure un sentiment de confort, de protection et d'effet seconde peau*" selon la description de l'entreprise.

**Le Cher sera quant à lui représenté par l'entreprise Parquet Chêne Massif installée à Saint-Pierre-les-Étieux**, près de Saint-Amand-Montrond. Lors de la Grande Exposition du Fabriqué en France, elle va présenter un parquet chêne massif point de Hongrie.

# Grande exposition du fabriqué en France, Essenciagua 3 et 4 juillet

Présentée par **Jean-Claude ASTRUC** MD-2956

---

3 QUESTIONS À LUNDI 21 JUIN À 18H25 DURÉE ÉMISSION : 4 MIN

---

Laurent Gautun au sein de son entreprise Essenciagua basée à La Tieule. Photo Bruno Calendini

L'entreprise Essenciagua basée à La Tieule, ira représenter la Lozère et ses acteurs économiques les 3 et 4 juillet prochain à la prestigieuse "Grande Exposition du Fabriqué en France" au Palais de l'Élysée aux côtés d'une centaine d'autres entreprises sélectionnées parmi 2300 candidates. C'est la première fois qu'une entreprise liée aux plantes et à la phytothérapie est sélectionnée pour cette exposition. « Ce sera pour nous l'occasion de promouvoir les produits, les savoir-faire et plus largement les atouts fantastiques de la Lozère à l'instar de sa dynamique filière "Plantes et Santé", pilier du Contrat de Transition Ecologique (CTE) Gévaudan-Lozère, mais aussi de porter un message plus large pour la valorisation de toutes les ressources naturelles végétales et médicinales de métropole et d'outremers, hautement contributives en matière de santé et d'une indispensable reconnaissance de l'aromathérapie scientifique ». Retrouvez le témoignage du fondateur et gérant d'Essenciagua dans 3 questions à sur RCF Lozère.

Nice

# L'influenceuse star EnjoyPhoenix fait fabriquer un parfum 100% local à Nice

Connue pour ses tutos beauté, Marie Lopez aka EnjoyPhoenix a commercialisé un parfum fabriqué par une entreprise de Nice (Alpes-Maritimes), avec un franc succès.



Marie Lopez aka Enjoy Phoenix a commercialisé son parfum en partenariat avec une entreprise de Nice (Alpes Maritimes).

Par **Rédaction Nice**

Publié le 15 Juin 21 à 7:43

Actu Nice

Suivre

La star des tuto beauté lance son parfum.

L'influenceuse **EnjoyPhoenix** a commercialisé **Lùa**, une fragrance créée sur mesure par l'entreprise niçoise **Le Parfum citoyen** de **Adrien Gautier**, rapporte [20Minutes](#). Une démarche voulue 100% éthique et locale.

Ca tombe bien, le local c'est la spécialité d'Adrien Gautier, dont les parfums sont préparés avec l'entreprise Charrier de **Vallauris**. Ses flacons viennent de Nice, ses emballages de la **Drôme** et ses étiquettes de Gémenos dans les Bouches-du-Rhône, précise le quotidien.

#### À lire aussi

Qui utilise les scooters électriques en libre-service de Cityscoot à Nice ?

## Cinq millions d'abonnés Instagram



L'influenceuse s'est dite « hyper heureuse d'avoir fait un parfum durable, avec une formulation clean, éthique, vegan et made in France ». Avec même des emballages en papier recyclés.

De son côté la jeune entreprise d'Adrien Gautier va profiter des 5 millions d'abonnées sur Instagram de l'influenceuse pour asseoir sa notoriété.

Le succès est en marche puisque les premières bouteilles déjà vendues en édition limitée se sont arrachées début mai. Elle doivent être reçues par les acheteurs en ce début juin. Avant une commercialisation pérenne ?

ENTREPRISE DE LA SEMAINE

PARTENARIAT RÉDACTIONNEL

# LABORATOIRE JÉRODIA : LA COSMÉTIQUE BIOLOGIQUE ENGAGÉE

Par OpenMedias - Mis à jour le 24/06/2021 à 09:39

Publié le 24/06/2021 à 08:00



[Laboratoire Jérodia, la cosmétique biologique engagée]

Acteur majeur de la cosmétique biologique et naturelle, le groupe français Jérodia, avec près de 50 ans de savoir-faire à son actif, développe constamment de nouveaux cosmétiques biologiques en respect avec la nature et pour le bien-être de ses consommateurs.

Le Groupe Jérodia compte aujourd'hui plusieurs marques fabriquées en France et présentes à l'international parmi lesquelles Phyt's, Gamarde, Françoise Morice. L'entreprise met aussi son savoir-faire en formulation de cosmétiques naturels à disposition d'autres marques telles que L'uvalla, B.A.S.E. et Primage.

Partons tout de suite à la découverte des nombreux engagements de cette entreprise familiale de la cosmétique naturelle et biologique.

## PRÉSERVER LA NATURE GRÂCE À LA FABRICATION DE COSMÉTIQUES BIOLOGIQUES

Dès sa création, les Laboratoires Jérodià se sont engagés dans la fabrication de produits biologiques et naturels. Faisant partie des pionniers de ce domaine, c'est par conscience, conviction et volonté de proposer des produits efficaces, respectueux de l'homme et de l'environnement, que la marque PHYT'S s'est lancée dans la production de tels cosmétiques, dès 1972.

Les marques **PHYT'S** et **GAMARDE** s'engagent aujourd'hui encore, à développer des cosmétiques naturels et des compléments alimentaires, incluant des ingrédients végétaux de qualité afin de favoriser le développement d'une agriculture biologique, loin de l'utilisation des pesticides et des ingrédients chimiques de synthèse.

## FAVORISER LE MADE IN FRANCE : RECRUTEMENT LOCAL, FABRICATION NATIONALE, INGRÉDIENTS ÉQUITABLES

En plus de proposer des produits labellisés biologiques, naturels ou vegans, les Laboratoires Dermatologiques Gamarde, Phyt's, et dans son ensemble le Groupe Jérodià mettent l'accent sur la responsabilité sociale et environnementale. Les matières premières sont sourcées en priorité autour des ateliers en France, et lorsque ce n'est pas possible, Jérodià se tourne vers des matières issues du commerce équitable.



Pour garantir la traçabilité de ses approvisionnements en matière première et s'assurer des bonnes conditions de travail des producteurs, des équipes n'hésitent pas à se rendre sur les sites de production. Le terme “produits biologiques” pourrait être synonyme de “long terme”, car ces derniers sont créés pour préserver la nature dans le temps. Dans ce même esprit, les partenariats créés avec les fournisseurs sont également développés dans ce sens.

Jérodià s'engage également à promouvoir l'emploi local et à maintenir une activité agricole réorientée vers le biologique. Dans cette optique, l'entreprise soutient des initiatives locales, notamment des fermes dans le Lot à côté des ateliers de production, avec qui l'entreprise a créé des liens de partenariat et d'approvisionnement. Une façon de privilégier un approvisionnement local, qualitatif, certifié biologique et d'optimiser le bilan carbone des matières premières utilisées.

# L'HOMME AU CENTRE DES PRÉOCCUPATIONS



Tout comme le respect de la nature, l'humain est au centre des préoccupations de la marque Phyt's et de sa philosophie holistique de la beauté. Chaque produit est développé pour apporter des résultats visibles tout en apportant du plaisir aux utilisateurs, souligne Jérôme Logre. Jamais l'efficacité des produits n'est mise de côté. Phyt's prend soin de la planète et de ses client(e)s depuis leur santé intérieure grâce aux compléments alimentaires (hydratation de la peau, minceur, etc.), à l'extérieur avec les produits de beauté (hygiène, soins, anti-rides, raffermissant pour la peau, etc.).

Les cosmétiques Phyt's sont majoritairement distribués dans les SPA et instituts de beauté. La marque met l'accent sur la formation de ses

esthéticiennes partenaires, chaque soin bénéficiant d'un protocole de modelage spécifique. Phyt's propose un service global dans un souci continu de la satisfaction des clients.

Aussi, n'oublions pas de rappeler que l'actrice Ingrid Chauvin, conquise par les valeurs et les bienfaits de Phyt's est devenue l'ambassadrice et l'égérie de la marque.

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

**ENTREPRISE D'ICI – Buccotherm, tout sourire à l'Élysée !**

Le 25 Juin. 2021

**Le dentifrice blancheur au charbon,  
éco-conçu par le laboratoire Odost,  
représentera le Gers à la Grande  
exposition du Fabriqué en France, les 3  
et 4 juillet prochains à l'Élysée...** Rubriques : [Economie](#) [Gers](#) [Les Entreprises d'Ici](#) [Santé](#)

**Voilà une nouvelle qui va redonner le sourire à Roland Lascombes et ses employés du laboratoire installé à Castéra-Verduzan, après que les confinements successifs aient fait chuter les ventes de dentifrices.**

Leur produit « Protection Blancheur au Charbon actif », issu de l'eau thermale locale, a brillamment séduit le jury qui l'a désigné comme lauréat pour le département.

Après les polos Jean Fil 100% coton et le pop-corn micro-ondable de l'entreprise Nataïs l'an dernier, à lui donc les dorures de l'Élysée pour cette deuxième édition de la Grande Exposition du Fabriqué en France les 3 et 4 juillet, et les quinze mille visiteurs attendus pour l'occasion durant ces deux jours !

Mais pour en arriver là, et faire partie des cent produits (sélectionnés parmi les 2 300 candidatures) issus de tous les départements français, il a fallu montrer "pâte" blanche.



« En 2020, nous avons développé dans nos ateliers une nouvelle gamme éco-conçue composée de produits encore plus respectueux de la sphère buccale et de la planète. Formulés avec au minimum 99% d'ingrédients d'origine naturelle, les cinq produits de la gamme sont certifiés BIO par Ecocert » explique Audrey Le Doaré, chef de gammes.

« Pour ce dentifrice, nos équipes de R&D ont mis au point une formule composée de 100% d'ingrédients d'origine naturelle, à base de charbon actif, très apprécié des consommateurs pour son action blancheur ».

Fabriqué à la source sur le site de production de Castéra-Verduzan, et répondant donc aux critères du Fabriqué en France, le comité de sélection a également été séduit par la démarche environnementale

autour de ce produit.

« Notre engagement environnemental s'applique également aux emballages : nous avons supprimé les étuis de dentifrices, et nos tubes sont fabriqués à partir de polyéthylène et de plastique recyclé issu d'emballages ménagers (PCR, Post-Consumer Recycled). Les capsules de nos tubes sont allégées en plastique, et dotées d'un système d'inviolabilité afin de garantir la sécurité du consommateur, et la qualité de nos formules ».

Lui seul représentera tout le savoir-faire et la volonté d'allier naturalité et efficacité d'une entreprise familiale débutée en 1998, avec, quatre ans plus tard, le lancement de la marque Buccotherm, devenue la première gamme de soins bucco-dentaires à l'eau thermale dans le monde.

*« Ce dentifrice au charbon fait partie des meilleures ventes de notre gamme présente dans deux cents magasins et coopératives bio en France. Sans aucun doute, ce coup de pouce va nous permettre de décrocher de nouveaux marchés, et de convaincre encore plus de clients sur le territoire, et à l'étranger ».*



D'autant qu'avec le retour de l'été et la fin du port du masque en extérieur, on n'a plus qu'une envie : afficher enfin notre plus beau sourire, tout en appréciant son agréable sensation de fraîcheur !



JEU DURABLE

# Léfé, des produits d'entretien innovants pour la maison, 100% naturels et écologiques



©Léfé

12/06/2021 - Mise à jour 16/06/2021

**Chaque semaine, nous vous offrons la possibilité de remporter des cadeaux durables. Cette semaine, une personne pourra remporter un pack 2-3 mois de produits d'entretien durables et fabriqués en France mis en jeu par Léfé, d'une valeur de 35 €.**

Léfé, créé par l'union de deux sœurs, Annie et Nina, s'engage pour **prendre soin de la maison et de la planète** avec des produits **sains, zéro déchet, beaux**. Conscientes de l'impact environnemental désastreux des produits d'entretien traditionnels et des problèmes respiratoires qu'ils peuvent causer, elles réalisent que les produits nettoyants sont composés à plus de 90% d'eau transportée en bouteilles plastiques !

**Une alternative éco-responsable aux produits d'entretien**

Face à ce constat, Annie et Nina allient leurs compétences en matière **d'éco-responsabilité** et de chef de produit afin de concevoir **une nouvelle solution saine et écologique** ([en prévente sur Ulule actuellement](#)) : une poudre naturelle prête à dissoudre tout simplement dans l'eau du robinet. **Simple et zéro déchet**, les produits Léfé sont également pensés pour être agréables avec des parfums subtils et des flacons décorés qui donnent envie d'entretenir son intérieur.

**Made in France et d'origine biologique**, les ingrédients utilisés pour la fabrication des produits comme le **savon authentique** à base **d'huile d'olive biologique**, le bicarbonate et carbonates de sodium, l'acide citrique et les **parfums naturels biologiques**, sont **100% naturels**, **sans perturbateurs endocriniens** ni **aucune matière controversée**.

Afin de continuer sur une **démarche minimaliste et sans plastique**, les produits sont réduits en poudre conditionnée dans des **recharges en papier** de 20g, à diluer dans des **flacons en verre ambré rechargeables, 100% Français** ! Les recharges Léfé sont livrées directement en boîte aux lettres, 30 fois plus légères que les produits classiques, elles émettent 30 fois moins de CO2 !

## À gagner : un pack 2-3 mois de produits d'entretien durables

Pour ce jeu, Léfé met en jeu un pack 2-3 mois de produits d'entretien pour la maison **100% naturels** et **zéro déchet**, d'une valeur de 35€ , à recevoir dès la sortie du produit en septembre suite à la [campagne de prévente en cours sur Ulule](#).

## BEAUTÉ PARFUMS

**LES BAINS GUERBOIS : À LA DÉCOUVERTE DE LA MAISON DE PARFUMERIE FRANÇAISE**

par Anna Venet et *ELLE Belgique*



Créés pour la première fois en 1885, les parfums de niche Les Bains Guerbois ont fait peau neuve en 2016 et sont désormais vendus chez Beauty by Kroonen en Belgique. Rencontre avec Jean-Pierre Marois, président de la marque.

**SOMMAIRE****VOUS AVEZ TOUT D'ABORD FAIT CARRIÈRE DANS LE CINÉMA. POURQUOI AVOIR CHOISI DE CHANGER COMPLÈTEMENT DE MILIEU PROFESSIONNEL ?**

Le changement s'est fait progressivement. J'avais déjà commencé à mettre un pied dans l'hôtellerie en tant qu'investisseur tout en travaillant dans le cinéma. Puis, Les Bains Douches ont fermé en 2010 à cause d'un arrêté de péril, dû à des travaux sauvages dangereux. Il fallait donc refaire des travaux, alors j'ai décidé de les prendre en charge pour réinventer le lieu. Je voulais vraiment donner un second souffle à cet endroit exceptionnel, qui a une histoire incroyable, hanté par de très grands artistes sur 3 siècles.

**POURQUOI AVOIR CHOISI DE RELANCER LES BAINS GUERBOIS ?**

J'ai aussi souhaité resusciter Les Bains Guerbois. Je me suis dit qu'il fallait une identité olfactive exclusive pour le lieu, comme pour l'hôtel Costes par exemple ou le concept-store colette. Je trouve ça important que chaque lieu procure une expérience olfactive qui l'identifie directement.

## D'OÙ VOUS VIENT CETTE PASSION POUR LE PARFUM ?

J'ai toujours adoré les parfums. J'ai une formation littéraire et artistique, et selon moi, quand on aime l'art, la littérature et le cinéma, on aime le parfum. Dans tous ces domaines, on aime vivre des émotions et voyager à travers nos sens.



*Jean-Pierre Marois, président des Bains Guerbois*

## COMMENT AVEZ-VOUS IMAGINÉ LE TOUT PREMIER PARFUM ?

Pour moi, créer un parfum c'est comme faire un film. On a une histoire à raconter, alors on fédère les meilleurs talents pour faire aboutir le projet. J'avais déjà mes références, dont une qui m'est chère : la bougie Spiritus Sancti de la Maison Trudon. C'est capiteux, mystérieux, sexy. On a alors choisi la même parfumeuse, Dorothée Piot, pour créer notre premier parfum. Je lui ai donc raconté le lieu et son histoire et elle m'a proposé des idées. Je trouvais ça super de faire une eau de Cologne pour le premier opus.

## POURQUOI AVOIR CHOISI DE CRÉER AUSSI UNE BOUGIE PARFUMÉE ?

Je voulais que l'on sente cette odeur directement quand on entre dans les lieux. Aussi, je souhaitais que les clients puissent repartir avec une bougie et donc l'emporter chez eux. Je voulais vraiment créer une véritable signature olfactive que l'on peut retrouver à la maison. Personnellement, même si je sens cette odeur à longueur de journée, j'allume toujours la bougie en rentrant chez moi.

## **QUEL EST LE CONCEPT DERRIÈRE LES PARFUMS LES BAINS GUERBOIS ? Y'A T'IL UN MESSAGE QUE VOUS SOUHAITEZ TRANSMETTRE ?**

Je voulais vraiment relancer la marque Les Bains Guerbois en mettant en avant l'histoire du lieu. Je suis donc reparti de sa genèse avec le café Guerbois, où est né le mouvement impressionniste, puis avec le spa et son architecture incroyable et enfin avec le night club Les Bains Douches, où de nombreux concerts incroyables se sont déroulés. Chaque parfum symbolise une date fondatrice du lieu. Quand on achète un de nos parfums, on achète une parcelle de la vie parisienne. Je voulais vraiment, en tant qu'auteur, partir d'un lieu et raconter plusieurs histoires.



## **POUVEZ-VOUS NOUS DÉCRIRE LES ÉTAPES DE CRÉATION D'UN PARFUM ?**

Je commence toujours avec un pitch, comme pour un film, que j'envoie aux différents nez avec qui je travaille. Je leur conte une histoire assez succincte. D'ailleurs, ce pitch se retrouve sur chaque étuis des parfums. Ensuite, le parfumeur me donne ses idées et on échange ensemble sur ce que l'on veut obtenir. Ensuite, on sent les notes et on voit ce que ça donne. On porte le parfum, on le fait sentir aux autres. Ça peut vraiment donner des accords complètement inédits. On prend toujours une histoire prétexte mais toujours avec un twist contemporain.

## **POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DU FLACONNAGE ?**

Pour commencer, nous avons fait faire des flacons pour l'eau de Cologne par un grand verrier français. On a créé notre propre flacon, inspiré de l'original mais avec un twist moderne. Il est sablé et doré, avec la marque gravée dessus. Je suis très satisfait car le flaconnage est vraiment sublime et très raffiné. C'est un véritable objet de luxe.

## **EST-CE QUE C'ÉTAIT IMPORTANT POUR VOUS QUE LA MARQUE SOIT ENGAGÉE ?**

Je souhaitais vraiment mettre en avant le côté humain et pas seulement un processus de création dans notre bulle. On veut que tout ait un sens. Les parfums sont tous *made in France*, plus précisément dans la ville de Grasse. Aussi, une partie des packagings est faite par une association d'insertion des personnes handicapées. On a aussi un cahier des charges en terme de développement durable. Les emballages sont en carton recyclable et les flacons en verre recyclable. Il n'y pas de plastique et les parfums sont essentiellement naturels avec seulement quelques éléments synthétiques. Nous n'utilisons aucun colorant ni conservateur.



*Les Bains Guerbois*

## **AVEZ-VOUS DES PROJETS POUR LE FUTUR DES BAINS GUERBOIS ?**

Nous voulons continuer le concept d'une date, une histoire. Un neuvième opus sortira d'ailleurs cette année à la période des fêtes. Aussi, une nouvelle collection complètement différente va bientôt voir le jour. Il y a déjà 3 parfums de prêts. Surtout, on aimerait encore essayer de faire découvrir les parfums Les Bains Guerbois au plus grand nombre. On est fiers d'être désormais disponible à Bruxelles chez [Beauty by Kroonen](#). C'est un grand bonheur d'ouvrir dans différentes parfumeries dans le monde. Finalement, on est en quelque sorte une start-up créée en 1885. Cela fait seulement un an que la gamme compte 8 parfums. L'histoire ne fait que commencer.

# OZALYS : LE SEUL SHAMPOING ADAPTÉ AUX FEMMES PENDANT ET APRÈS UN CANCER

PAR COMMUNIQUÉ 9 JUIN 2021 0

**PARTAGER:**



#Communiqué

**Apaisant, fortifiant, démêlant... les propriétés uniques du shampoing Ozalys tout spécialement conçu pour les femmes qui traversent ou ont traversé l'épreuve du cancer, leur font résolument du bien...**



Dans la maladie, les **cheveux et le cuir chevelu** des femmes sont mis à rude épreuve. Mais l'après cancer n'est pas plus simple... Si on en parle moins, pourtant, les **traitements hormonaux** pris pendant de longues années fragilisent la chevelure et entraînent une perte des cheveux, de leur densité et qualité. Autre écueil constaté par les femmes, à ce moment charnière de leur vie, l'apparition de **démangeaisons lors de la perte et repousse** des cheveux qui ajoutent de l'inconfort. C'est pourquoi, dans les **différentes étapes du cancer**, il est essentiel de traiter ses cheveux avec un soin tout particulier. Or les shampoings traditionnels ne sont pas adaptés. Et plus leur liste d'ingrédients s'allonge sur les emballages, plus il y a matière à se méfier...celui-ci est notamment sans silicones et sans sulfates !

*Dans la maladie, les cheveux et le cuir chevelu des femmes sont mis à rude épreuve. Mais l'après cancer n'est pas plus simple... Si on en parle moins, pourtant, les traitements hormonaux pris pendant de longues années fragilisent la chevelure et entraînent une perte des cheveux, de leur densité et qualité.*

## Un soin qui a tout d'unique



**Ozalys**, la marque experte, pensée tout particulièrement pour les **femmes touchées par un cancer**, a donc voulu développer un soin efficace prenant en considération les spécificités des traitements. Innovant par ses performances apaisantes, fortifiantes, démêlantes, ce shampoing unique promet de laver en douceur les cheveux les plus fragiles. Son point fort ? L'Anacryn. Utilisé dans la médecine Ayurvédique indienne pour son effet exceptionnel sur la croissance des cheveux, cet extrait d'**éclipte blanche** favorise une repousse rapide tandis qu'il rend le cheveu plus fort et plus brillant. Associé à **l'aquacactéen et l'allantoïne**, il devient hydratant et **apaisant pour le cuir chevelu**. Le démêlage est aussi facilité...

*Ozalys, la marque experte, pensée tout particulièrement pour les femmes touchées par un cancer, a donc voulu développer un soin efficace prenant en considération les spécificités des traitements.*

## Efficace, et pratique

Et comme pour toute sa gamme, Ozalys a pensé à tout en imaginant un tube breveté, **100% made in France**, qui assure la parfaite conservation du produit dans le temps tout en minimisant les conservateurs. Ce **tube airless** permet aussi la restitution de près de 100% du shampoing. Pour l'ouvrir, c'est aussi très simple : un petit quart de tour et une légère pression pour délivrer le soin... Et finalement, des cheveux soyeux, plus forts au fil des mois. Et un vrai moment de bien-être dans la salle de bain, sans stress. Vous êtes enfin protégées...

**Disponible en pharmacie et revendeurs agréés**

**Informations, boutique en ligne : [Ozalys.com](https://www.ozalys.com)**

## Un dentifrice Buccotherm va s'afficher au palais de l'Élysée



### Société

Publié le 20/06/2021 à 05:14 , mis à jour à 07:17

**Les dentifrices à l'eau thermale de Castéra-Verduzan représenteront le Gers à la Grande exposition du Fabriqué en France à l'Élysée, les 3 et 4 juillet prochains. L'année dernière, l'événement avait drainé 10 000 visiteurs.**

Le laboratoire Odost-Buccotherm portera fièrement les couleurs du savoir-faire gersois à l'exposition du Fabriqué en France les 3 et 4 juillet prochains, un événement créé l'année dernière par le président Emmanuel Macron pour valoriser les compétences industrielles françaises. L'année passée, c'est le numéro 1 du pop-corn en Europe, installé à Bézéril, Nataïs, qui avait reçu les honneurs de l'invitation.

Pour le patron de Buccotherm, Roland Lascombes, c'est la gamme éco-conçue, "en phase avec les valeurs que l'Élysée souhaite mettre en avant, de transition écologique, de produits biologiques", qui a séduit l'équipe de l'exécutif.

Ce ne sont pas effectivement l'ensemble des produits de la marque spécialiste de l'hygiène bucco-dentaire qui seront présentés, mais bien uniquement le dentifrice au charbon issu de cette gamme verte.

**Lauréat parmi 2 300 candidatures**

Si tous les produits Buccotherm sont bio, cette dernière se veut encore plus vertueuse, avec des articles "pensés pour avoir le moindre impact environnemental possible". L'emballage est ainsi 100 % recyclable et lui-même fabriqué avec, déjà, 40 % de plastique recyclé. "Ce qui se fait de mieux à l'heure actuelle en termes écologiques", résume Roland Lascombes. Le dossier a donc été reçu parmi les 2 300 arrivés sur les bureaux du palais présidentiel. Un lauréat a été choisi pour chaque département, si bien que 100 produits seront présentés lors du week-end des 3 et 4 juillet.

Roland Lascombes prévient tout de même : "Ce n'est pas le Salon de l'agriculture, nous aurons un petit stand." Malgré cela, le président et directeur général entend bien bénéficier de cette "communication de prestige" et de "l'énorme visibilité" offerte par l'événement.

### Consolider les relations commerciales

L'année dernière, 10 000 personnes s'étaient rendues à cette exposition. "C'était en plein hiver et on m'a raconté que les gens attendaient dans le froid et sous la pluie... Ce n'est pas tous les jours qu'on peut entrer à l'Élysée ! Cette année, ils espèrent 15 000 personnes."

La Grande exposition se tient effectivement en été, en raison du report lié à la situation sanitaire. Une saison qui se prête encore davantage à une balade en famille. Le laboratoire pourra également inviter ses partenaires et utiliser ce rendez-vous pour consolider, voire nouer, des relations commerciales.

La présence de l'entreprise castéroise sur ce salon signe aussi tout simplement une "reconnaissance" et une "immense fierté" pour le laboratoire né en 2001.

Reconnaissance de la qualité d'une marque pionnière, la seule à utiliser de l'eau thermale aux vertus reconnues pour les problèmes bucco-dentaires.

**Benjamin Calvez**

[VOIR LES COMMENTAIRES](#)

**Non solo Bitcoin. Dovresti investire su Ethereum adesso?**

eToro |