

TEXTILE, ALIMENTAIRE, JOUETS,
ÉLECTROMÉNAGER...

Relocaliser ? Oui, mais...

Page 28

Vente de vélos :
tous en selle !
L'ÉVÈNEMENT p.8

Les ressorts de la
reprise des centres
commerciaux
LES STRATÉGIES p.18

La marketplace de
Carrefour va-t-elle
faire école ?
LES STRATÉGIES p.22

Pourquoi les distributeurs
s'allient aux plates-formes
de livraison
LES STRATÉGIES p.24

Une vitrine Grand Siècle pour Aroma-Zone à Aix

Le spécialiste des cosmétiques maison a trouvé un emplacement d'exception au cœur d'Aix-en-Provence. Il a dû s'adapter aux contraintes imposées par un site classé monument historique pour conserver son concept expérientiel.

Si la marque Aroma-Zone a été créée en 1999, son site internet a été mis en ligne en l'an 2000. Pour fêter cet anniversaire, l'entreprise familiale s'est offert une vitrine d'exception au cœur d'Aix-en-Provence (13).

Elle a en effet ouvert une boutique le 3 juillet dans l'hôtel Boyer d'Éguilles, classé monument historique. «*Notre bailleur a mis quatre ans pour le restaurer. Nous avons été intégrés au projet très tôt, il y a dix-huit mois*», explique Anne-Cécile Vausselin, cofondatrice d'Aroma-Zone. L'édifice étant classé, le chantier a été très surveillé par la Direction régionale des affaires culturelles : chaque élément, de l'éclairage à la signalétique des sorties de secours, en passant par l'emplacement des caméras de surveillance et de la climatisation, est soumis à son autorisation. Lors de l'ouverture, d'ailleurs, certains projets étaient encore en discussion, comme la possibilité d'apposer une enseigne à l'entrée de la boutique. «*En attendant, nous allons pallier cette absence par des kakémonos*», poursuit Anne-Cécile Vausselin.

Des ateliers et une bibliothèque

Le rez-de-chaussée est consacré à la vente, avec différentes pièces qui identifient bien chaque espace du concept imaginé pour la boutique du boulevard Haussmann, à Paris. On trouve ainsi une zone pour les huiles essentielles et les hydrolats de fleurs, une autre pour les bases à personnaliser, une troisième pour le matériel et les ingrédients pour faire ses cosmétiques et une dernière dédiée aux poudres végétales et aux ingrédients pour réaliser ses produits d'entretien. Aroma-Zone propose aussi des savons et des huiles végétales en vrac comme dans les trois shops-in-the-shop ouverts l'an dernier dans des grands magasins Printemps.

Le premier étage de l'hôtel particulier est affecté aux services : un lieu pour organiser des ateliers



afin d'apprendre à fabriquer ses cosmétiques ou ses produits d'entretien, une salle de conférences où seront données des formations à l'aromathérapie et un espace de coworking où l'entreprise veut installer une bibliothèque. «*Nous avons aussi un autre projet de service qui permettra de faire des cosmétiques personnalisés en quelques minutes. Nous sommes en train de breveter le concept. Nous espérons en dire plus en fin d'année*», confie Anne-Cécile Vausselin. Un autre espace accueillera des expositions temporaires. Pour l'ouverture, une installation révèle aux visiteurs les visages des producteurs partenaires d'Aroma-Zone dans le monde. «*C'était important pour nous de les mettre en avant*», souligne la cofondatrice. Un café littéraire indépendant mais avec lequel Aroma-Zone compte nouer des partenariats s'installera en sous-sol du bâtiment au cours de l'été. La suite ? «*Le confinement a retardé les projets que nous avions avec le Printemps. Nous devrions ouvrir un autre shop-in-the-shop en 2021 ainsi que des boutiques en propre. Nous sommes en train de mener une étude pour savoir dans quel autre pays nous développer. Dans l'idéal, nous aimerions ouvrir à la fois au moins une boutique et un site internet dans celui qui aura été choisi*», conclut Anne-Cécile Vausselin. ■

MIRABELLE BELLOIR, À AIX-EN-PROVENCE

900 m²

de surface, dont 300 m² dédiés à la vente

15

salariés de la boutique

80 M€

Le CA d'Aroma-Zone en 2019

4

magasins (2 à Paris, Lyon, Aix-en-Provence),
3 shops-in-the-shop (Printemps Metz, Strasbourg et Lille)
Source : Aroma-Zone

MONUMENT HISTORIQUE

Jean-Baptiste Boyer d'Éguilles (1645-1709), conseiller au parlement de Provence, décida en 1672 de s'offrir un hôtel particulier à Aix-en-Provence. La construction du bâtiment qui porte son nom fut échelonnée sur plusieurs années. Divers artistes locaux ont participé à sa décoration, dont Sébastien Barras, peintre aixois, qui réalisa les fresques des plafonds du premier étage. De 1953 à 2014, l'hôtel était occupé par le Muséum d'histoire naturelle d'Aix. Quatre ans ont été nécessaires pour rénover le lieu qui est désormais loué à Aroma-Zone.



PHOTOS : © MIRABELLE BELLOIR ET AROMA-ZONE

VRAC

Comme dans les shops-in-the-shop des magasins Printemps ouverts l'an passé, la boutique propose des produits en vrac, ici le bar à savons.

**VÉGÉTALISATION**

Parmi les nouveautés, citons la signalétique végétalisée de chaque espace. Il s'agit de blocs de mousse installés sur une base en carton.

**MERCHANDISING**

À l'entrée, on retrouve les carrousels devenus symboles du concept des magasins Aroma-Zone. Chacun contient tout ce qu'il faut (ingrédients, ustensiles, packaging) pour créer un cosmétique personnalisé.

**EXPOSITION**

À l'étage, un espace accueille des expositions temporaires. Pour l'ouverture, Aroma-Zone met en avant ses producteurs d'ingrédients cosmétiques et d'huiles essentielles à travers le monde.

**CONNECTÉ**

Le digital se fait un peu plus discret, mais on retrouve des tablettes reliées au site internet d'Aroma-Zone, et chaque étiquette est munie d'un QR Code qui permet d'accéder à la fiche descriptive du produit.