

À NOTER DANS VOS AGENDAS

**THINK TANK**  
*Cosmétique mag*

La transformation du monde de la beauté

Jeudi 24 septembre  
Lire p.3

**BAROMÈTRE**

Les Français de retour à l'hypermarché

Lire p.5

## Aroma-Zone poursuit son développement

Après trois points de vente à Paris et Lyon, et trois shops-in-shop en partenariat avec le Printemps, la marque-enseigne naturelle (C.A. 2019 : 82 M€) installe ses huiles essentielles, hydrolats et autres ingrédients naturels à Aix-en-Provence.

**Aroma-Zone a inauguré début juillet une boutique-atelier dans le centre-ville d'Aix-en-Provence. En quoi cette adresse est-elle importante pour vous ?**

**Anne-Cécile et Valérie Vausselin :** Cette nouvelle boutique se trouve à deux pas du cours Mirabeau dans un hôtel particulier datant du XVII<sup>e</sup> siècle et classé monument historique. Celui-là, qui hébergeait jusqu'en 2014 le musée d'histoire naturelle, a nécessité quatre ans de réhabilitation. Cette adresse à Aix nous permet de nous rapprocher de notre site de production et de notre centre R&D qui se trouvent à Cabrières-d'Avignon dans le Vaucluse, mais aussi de la plupart de nos producteurs d'huiles essentielles basés en Provence. Cette inauguration répond aussi à une demande forte de proximité de la part des consommateurs qui ont répondu à notre sondage en ligne Demain AZ.



Photos DR

**Sur 300 m<sup>2</sup>, la boutique qui occupe le rez-de-chaussée de l'hôtel particulier classé monument historique propose les 1 700 références naturelles d'Aroma-Zone. La marque-enseigne dirigée par Anne-Cécile et Valérie Vausselin prévoit de dépasser les 100 M€ de chiffre d'affaires en 2020.**



**Comment se découpe ce nouveau lieu ?**

**A-C.V. et V.V. :** D'une superficie totale de 900 m<sup>2</sup>, il propose au rez-de-chaussée sur 300 m<sup>2</sup> l'ensemble de notre catalogue, soit 1700 références, sur plusieurs espaces thématiques tels que Huiles essentielles, Beauté nature, Cosmétique maison et Cosmétique personnalisée. Le client y trouve tout le nécessaire pour réaliser ses propres produits de beauté et d'entretien de la maison. Pour les débutants, nous proposons dans des meubles en forme de carrousel les ingrédients (base, actifs, huiles essentielles, colorants...) pour fabriquer un savon, une crème visage ou encore un soin lavant.

**Qu'en est-il des services proposés ?**

**A-C.V. et V.V. :** Nous avons installé deux stations de vrac en libre-service pour les savons et les huiles végétales qui répondent à une autre demande de nos consommateurs, le zéro déchet. Les références les plus populaires (savon d'Alep, huile de jojoba, huile d'avocat...) sont proposées pour recharger des contenants apportés par le client ou des bouteilles vides en verre vendues séparément. Des tablettes sont à disposition des clients souhaitant en savoir plus sur les recettes, tandis que des QR Codes menant à une fiche de présentation accompagnent chacun de nos produits en rayon.

**En complément de l'espace de vente au rez-de-chaussée, le premier étage est lui aussi accessible au grand public. On y trouve quoi ?**

**A-C.V. et V.V. :** L'idée était de créer un espace de vie pour que nos clients puissent en apprendre davantage sur nos filières et nos engagements écoresponsables. Ils pourront ainsi découvrir un espace d'exposition. À l'inauguration, nous avons décidé de mettre en avant les producteurs qui cultivent pour nous aux quatre coins du monde. Comme dans nos autres boutiques-ateliers, une salle est dédiée aux ateliers de cosmétique maison. Elle est complétée par un >>>



Un bar à savons ainsi qu'un bar à huiles végétales proposent les références les plus populaires en recharge libre-service.

## PACKAGING Les risques migratoires contenus étudiés

**S**écurité sanitaire et innocuité des produits : tel est le double objectif que s'est fixé le consortium Cosmetopack. Initiée et promue par Cosmet'in Lyon, l'organisation réunit aujourd'hui quinze membres(\*) et a engagé un programme de recherche pour déterminer un protocole d'évaluation des risques de migration entre packagings et formules. Jusqu'à présent, les industriels de la cosmétique se basent sur les pratiques appliquées en alimentaire. Un groupe de travail chez Cosmetics Europe a mis en place une ligne directrice et Cosmetopack a défini une base de travail cohérente. « Notre volonté est de créer un référentiel commun, une charte, et une méthodologie d'application concrète qui pourront être utilisés par le plus grand nombre », résume Stéphanie Moulin, toxicologue au sein d'Equitox, également partenaire. Le projet autofinancé par ses membres et doté d'un budget de 300000 € s'articule autour de trois phases. La première, en cours de finalisation, consiste à identifier toutes les substances utilisées et établir des données d'exposition. La deuxième fera appel à la chimie analytique pour mesurer la contamination des formules cosmétiques par les emballages. Enfin, la troisième consistera à modéliser la contamination. Cosmetopack recherche de nouveaux partenaires pour soutenir le projet.

J.H.

(\*) Albéa, Berry-Bramlage, Eastman, Equitox, Laboratoires Expanscience, LVMH Recherche-Parfums&Cosmétiques, MS BEAUTILAB, PRP Création, Texen, Groupe Treffert, Ittech, Université Lyon 1 ; Allizé-Plasturgie, Cosmet'in Lyon et Plastipolis.

espace de coworking et une salle dédiée à la formation autour de l'aromathérapie. Enfin, le deuxième étage hébergera les bureaux des équipes Web et communication.

### En matière de retail, quelles sont les prochaines priorités pour Aroma-Zone ?

**A-C.V. et V.V. :** Nous comptons poursuivre notre collaboration avec le Printemps et envisageons l'ouverture d'un autre shop-in-shop en 2021. Ceux inaugurés à Metz, Lille et Strasbourg en 2019 enregistrent de bons résultats, en particulier celui de Strasbourg qui occupe tout le sous-sol du grand magasin. Nous aimerions également nous implanter dans l'ouest de la France où nous ne sommes pour l'instant pas présents, et inaugurer un troisième point de vente à Paris, avant

d'investir l'international, en Europe dans un premier temps.

### Quels sont vos axes de travail concernant l'e-commerce ?

**A-C.V. et V.V. :** Il s'agit de notre premier canal de distribution puisque le digital représente 80% de notre chiffre d'affaires estimé à plus de 100 M€ pour 2020. Pendant le confinement, les pertes liées à nos boutiques physiques estimées à 2 M€ ont été compensées par l'e-commerce. La période nous a permis de recruter 10% de nouveaux clients sur une base d'un million de clients actifs dont 15% à l'étranger. Une refonte du site est prévue début 2021 pour pouvoir le traduire en plusieurs langues et recruter davantage de clients à l'international.

JESSICA HUYNH, À AIX-EN-PROVENCE



## ABONNEZ-VOUS Toute l'actualité économique du secteur pour vous, décideurs de la beauté !

cosmétique mag Service Abonnements - 4 rue de Mouchy - 60438 Noailles Cedex  
**hebdo** Tél : 01 70 37 31 60 - e-mail : [abonne@cosmetiquehebdo.fr](mailto:abonne@cosmetiquehebdo.fr)

**OUI, je m'abonne à Cosmétique mag Hebdo pour 1 an - 45 n<sup>os</sup> -**  
(en versions print et numérique) + **les alertes e-mail pour 729 € (France) / 783 € (DOM-TOM, Étranger) soit 26% d'économie\***

### Mode de règlement :

Chèque bancaire libellé à l'ordre de Link Media Group / Cosmétique mag Hebdo

Je souhaite recevoir une facture acquittée

**Abonnez-vous en ligne sur [cosmetique-mag.fr](http://cosmetique-mag.fr), rubrique boutique**

Règlement à réception de facture

### Pour mieux vous connaître :

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Marques (N55)                             | <input type="checkbox"/> Points de vente (N)                          | <input type="checkbox"/> VPC/Vente à domicile/Internet (N74) |
| <input type="checkbox"/> Agents Distributeurs/<br>Grossistes (N50) | <input type="checkbox"/> Siège social/Groupement (S)                  | <input type="checkbox"/> Services (N05)                      |
| <input type="checkbox"/> Matières premières (N01)                  | <input checked="" type="checkbox"/> Parfumeries/Grands magasins (67)  | <input type="checkbox"/> Agences Pub RP/Médias (N90)         |
| <input type="checkbox"/> Packaging (N58)                           | <input checked="" type="checkbox"/> Instituts/Spas/Manucurie (75)     | <input type="checkbox"/> Etudiants (N82)                     |
| <input type="checkbox"/> Maisons de composition (N56)              | <input checked="" type="checkbox"/> Pharmacies/Parapharmacies (72)    | <input type="checkbox"/> Enseignement (N47)                  |
| <input type="checkbox"/> Autres fournisseurs (N52)                 | <input checked="" type="checkbox"/> Grande distribution (71)          | <input type="checkbox"/> Salons de coiffure (N81)            |
|  | <input checked="" type="checkbox"/> Distribution autres circuits (76) | <input type="checkbox"/> Autres (N99) .....                  |

Société : .....

M<sup>me</sup>  M.

Nom .....

Prénom .....

Adresse .....

Code postal : ..... Ville .....

Pays .....

E-mail .....

Tél. ....

Fonction .....

N° TVA intracommunautaire :

\_\_\_\_\_

\* Prix TTC, TVA 2,10% incluse. Offre valable pour tout abonnement avant le 31/12/2019. Conformément à la loi Informatique et Libertés, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des données vous concernant.

ACH19S2