

Cosmétique

hebdo

L'information hebdomadaire des Professionnels de la Beauté

COMMERCE

Les nouveaux codes du bio

Grâce aux progrès des formulations et à l'engouement du public, le bio a changé de visage, générant son propre modèle de distribution, loin des schémas classiques.

boutiques parisiennes Aroma-Zone* et Mlle Bio en sont les avant-gardes. «Dès le lancement du site, en 2006, j'ai voulu un magasin, explique Violette Watine, fondatrice de Mlle Bio. Aujourd'hui, celui-ci est en train de faire...»

TABLEAU DES LANCEMENTS

| MARQUE | NOM NATURE DU PRODUIT | CONDITIONNEMENT CONTENANCE | PRIX INDICATIFS | SORTIE FRANCE | DISTRI- BUTION |
|----------------------|---|-------------------------------|--------------------|------------------|-------------------|
| BIOLOGIQUE RECHERCHE | Biosensible : Lait démaquillant et apaisant (peaux sensibles) | 150/250 ml | 32/52 € | oct | Inst, B |

bution, en adéquation avec une certaine éthique, et surtout avec son temps. Née avec le virtuel, cette offre a naturellement pris son essor sur le Net.

Depuis 2006-2007, les sites poussent comme des champignons bio sur la Toile... avec un impératif : se différencier pour émerger. Pour Jean-Marc Mezarian, fondateur du nouveau site StudioBio, cela passe par la qualité du service : le conseil et l'information, mais aussi le délai de livraison, qu'il compte réduire à une journée. Autre option : trouver une niche ou, dans le cas de Valériane Dauphond-Eddos, un réservoir de croissance non exploité. Créatrice du blog Cannelle & Cie et du nouveau site de vente assireni.com, elle recrute via son blog une clientèle de femmes noires et métissées. Reste une limite inhérente au Net : l'impossibilité de tester les produits.

De là découle la seconde vie des boutiques virtuelles - celles qui ont déjà de la visibilité et des moyens -, dans le réel cette fois. Ouvertes le mois dernier, les

ritairement en province (aux trois quarts pour Aroma-Zone, aux deux tiers pour Mlle Bio), là où il est plus difficile de trouver des cosmétiques bio.

L'offre «physique» est extrêmement centralisée et les ouvertures concernent toutes la capitale, profitant des quartiers à la mode pour lancer des concepts novateurs. Au programme : des sélections très pointues, faisant la part belle aux nouvelles marques comme Aïny ou 66°30, et misant sur le plaisir et la performance. Autre originalité, la prise en charge holistique, qui fait appel à de nouveaux métiers. La Biothèque du Marais propose ainsi, depuis fin 2008, des rencontres avec naturopathes, bio-esthéticiennes, auteurs... et si l'on cherche un médecin traditionnel chinois pour un lifting par acupuncture, on peut aller chez nopeg, récemment inauguré dans le quartier Montorgueil (cf. p. 4). Et si après avoir été à la marge, le bio devenait une source d'inspiration pour le commerce ?

IRIS YULZARI

* site et boutique de produits à marque propre (base de soin crème ou huile, huiles essentielles).