



Le magazine de l'économie

N° 3755-3756 du 4 au 17 août 2016 - 0,65€

Vaucluse Hebdo



Aroma-Zone invente la cosmétique maison

Cabrières
d'Avignon

Lancée sur le Web en 2000, la société familiale propose un catalogue de 1 600 références



ENTREPRISES D'ICI

Aroma-Zone Une a

La société possède son laboratoire cosmétique. Chaque recette fait l'objet de tests de stabilité et est suivie durant trois à six mois. Après quoi, les recettes sont testées par un panel interne et leurs formules sont validées par un docteur en pharmacie





activité bien huilée



En chiffres

- Chiffre d'affaires
42M€ en 2015
- Effectifs
100
- Date de création
du site de
**Cabrières
d'Avignon en 2007**
- Production
**5 000 commandes
par jour**

**Installée à
Cabrières
d'Avignon, Aroma-
Zone fait partie
des sociétés
pionnières de la
vente sur le net.
Elle commercialise
une large gamme
de produits
d'aromathérapie
et de cosmétiques.
Et propose aux
femmes de
fabriquer elles-
mêmes leurs
produits de beauté.**

Un chiffre illustre à lui seul la croissance d'Aroma-Zone en l'espace de quinze ans. En 2000, année de sa création, la société possède un catalogue de 40 références. «Aujourd'hui, nous en avons 1 600 avec une centaine de nouveautés chaque année», précise Valérie Vausselin, qui occupe les fonctions de directeur général avec sa sœur Anne. 1 600 références et près de 500 fournisseurs partout sur la planète, d'Afrique à l'Amérique du Sud en passant par l'Inde, Madagascar et le Vaucluse (la-

vande, marjolaine, thym, menthe ou camomille). Au début des années 2000, la vente en ligne n'est en qu'à ses prémices. «Aroma-Zone est née en 1999, au cours d'un repas de famille», ajoute Anne Vausselin. «L'idée était toute simple : partager notre connaissance et notre passion des huiles essentielles. Toutes deux ingénieurs de profession, Anne et Valérie, épaulées par leur père, Pierre, à la tête de la société Hyteck, elles ont toujours aimé les grands espaces et les produits naturels. «Notre famille est originaire de la Lozère et c'est dans la terre de notre enfance qu'est né notre intérêt pour les plantes. En mai 2000, Aroma-Zone devient un des tout premiers sites de vente en ligne d'huiles essentielles. La société est un temps basée à Clermont-Ferrand.

Cosmétiques maison

Le concept est lui aussi novateur, presque un pari fou : celui de proposer tout le nécessaire pour réaliser chez soi ses cosmétiques 100% naturels. Aroma-Zone devient l'un des inventeurs de la «cosmétique maison». «Nous nous sommes attachés à enrichir le site de nouvelles huiles essentielles, en tissant des liens étroits avec des producteurs à travers le monde». En 2005, Aroma-Zone déménage dans le Vaucluse. Tout d'abord, dans des petits bureaux à Malemort-du-Comtat, puis en 2007 à Cabrières d'Avignon, au pied du Luberon, dans des locaux de 6 000 m² propices à leur développement. Aroma-Zone emploie alors 6 personnes. «L'image de la Provence nous correspond parfaitement. Nous sommes bien situés, à proximité des axes routiers et aussi de nos producteurs d'huiles essentielles vauclusiens. Nous avons aussi toujours été séduites par les paysages et la diversité des plantes de la région», résumant les deux chefs d'entreprise. Il y a un peu plus d'un an, la société s'est dotée d'un second site à 25 km, à Châteauneuf-de-Gadagne. Il s'agit d'une plateforme de



production et de logistique (préparation des commandes) d'une superficie de 15 000 m² dans d'anciens locaux de l'Européenne d'Embouteillage.

5 000 commandes par jour

L'autre force d'Aroma-Zone, c'est de coller aux attentes des clients, à l'air du temps. «Sur notre site, nous nous efforçons de donner un maximum d'informations et de conseils», note Valérie Vausselin. Autre ingrédient du succès, un approvisionnement des produits directement auprès des producteurs. «Cela permet d'être sûr de la qualité et d'avoir une traçabilité. Nous travaillons avec ce réseau de producteurs avec toujours les mêmes objectifs : acheter en direct au producteur, mieux le connaître et valoriser son savoir-faire. Cela permet aussi de revendre aux particuliers au meilleur prix, sans intermédiaires. Nos clients sont nos plus fidèles ambassadeurs !». Sans service marketing et très peu de publicité, Aroma-Zone a grandi par le bouche à oreille. La société compte désormais 60 000 fans sur sa page facebook et un million de clients. Mais le succès de la PME réside également dans l'engagement de l'entreprise auprès de ses fournisseurs.

«En achetant l'huile d'argan bio, le consommateur contribue au soutien de coopératives agricoles qui font vivre 400 femmes et leurs familles au Maroc».

Au fil des années, la gamme s'est élargie au fur et à mesure des découvertes et des de-



Cette année, l'entreprise a lancé le «AZ tour» des ateliers cosmétique dans cinq villes de France : Nantes, Lyon, Toulouse, Aix-en-Provence et Lille. Credit photo avec photo à la Une : Raphaël Demaret

mandes des clients : huiles végétales, hydrolats, argiles, poudres de fruits, extraits de fleurs, cires végétales, colorants minéraux, actifs cosmétiques végétaux. La société propose plus de 700 ingrédients cosmétiques, une centaine de conte-

nants vides et d'accessoires et une documentation variée et gratuite avec plus de 2 000 recettes cosmétiques à la clé. Son catalogue comprend quatre grandes familles : huiles essentielles & aromathérapie, indispensables de la beauté naturelle,

Une boutique au cœur de Paris

Le site de Cabrières d'Avignon regroupe les activités de production, ainsi que le service «recherche & développement», qui compte une dizaine de personnes : docteurs, pharmaciens, ingénieurs, chimistes. «C'est là que sont conçus et testés les nouveaux produits par notre équipe de scientifiques. Le site comprend aussi un laboratoire cosmétique agréé et contrôlé par l'ANSM (Agence nationale de sécurité du médicament). A Châteauneuf-de-

Gadagne, le nouveau centre est, lui, dédié à la logistique. C'est là que sont préparées les commandes : 5 000 par jour, en France et dans le monde entier».

Enfin, Aroma-Zone a ouvert une boutique-spa à Paris de 500 m². «Nous proposons un espace de vente regroupant toute notre gamme, un spa aux soins naturels sur-mesure et des ateliers d'initiation et de perfectionnement à la cosmétique maison et à l'aromathérapie», détaille Anne Vausselin. Cette boutique réalise 20% du CA. «Après l'ouverture d'une seconde enseigne, toujours à Paris, nous projetons d'en ouvrir d'autres en région», confie-t-elle.

cosmétique naturelle à faire soi-même et cosmétiques bio et naturels.

Pour accompagner son développement, l'entreprise mise sur un renforcement de ventes à l'export (15 % du CA), l'ouverture de nouvelles boutiques et prépare une version anglaise de son site. Elle a enregistré une hausse de son chiffre d'affaires de 40% entre 2014 et 2015, un résultat digne d'une start up californienne. Autant dire qu'Aroma-Zone voit l'avenir en grand, tout en restant fidèle à son esprit pionnier, loin du marketing à outrance. 100% naturel en quelque sorte...

YM