Aroma-Zone

Valérie et Anne-Cécile Vausselin, à la tête de l'entreprise qui a construit sa croissance sur les ventes en ligne, misent maintenant sur les points de vente physiques. Photo C.I.

Partager cette info Partager 23 Twooter

Aroma-Zone, le spécialiste de la cosmétique maison, redéfinit son projet d'entreprise en s'appuyant sur une étude menée auprès de sa communauté. Il vise le zéro déchet, une production 100 % bio et prévoit d'étoffer son réseau de points de vente physiques grâce à un partenariat avec le groupe Le Printemps.

VIE DES ENTREPRISES ECONOMIE CABRIÈRES-D'AVIGNON VAUCLUSE FIL INFO

MES TAGS FAVORIS

Aroma-Zone, spécialiste des huiles essentielles et de la cosmétique maison à composer soi-même, redéfinit sa stratégie d'entreprise en s'appuyant sur une étude menée auprès de ses clients, collaborateurs et partenaires. Marque historique du web, Aroma-Zone (nom commercial de la société Hytek) a pris le parti de s'appuyer sur sa communauté pour sonder les attentes, via une consultation en ligne qui revendique 10 000 participants. « Nos nouveaux objectifs en découlent », résument Anne-Cécile et Valérie Vausselin, qui ont pris le relais de leur père Pierre, le fondateur, à la tête de l'entreprise.

« D'abord, viser le zéro déchet. Et nous allons le faire en prenant en compte tous les éléments de cette question complexe. Pas question de faire du "green washing" [procédé de marketing utilisé dans le but de se donner une image de responsabilité écologique trompeuse, NDLR]. Nous avons recruté une chargée de projet qui va nous faire évoluer vers des solutions alternatives d'emballages, sachant que nos flacons sont déjà en plastiques recyclés. »

Autre axe stratégique : viser 100% de production bio – contre 70% aujourd'hui – et quand c'est possible aller vers des productions locales. « Nous allons continuer à accompagner les producteurs de plantes aromatiques vers la conversion dans le cadre de partenariats, en nous engageant sur les quantités achetées. On va aussi lancer, sur ces mêmes bases, une gamme d'huiles végétales [illegible], où les marges seront plus importantes, notamment d'origine française, comme la bourrache, l'onagre, l'amande », annoncent les dirigeantes.

Troisième axe de cette nouvelle stratégie : répondre à une demande forte de proximité de la part des clients. L'entreprise qui a construit sa croissance sur la vente en ligne s'apprête à investir deux millions d'euros pour étoffer son réseau de points de vente physiques, limité pour l'instant à deux boutiques à Paris et une à Lyon. Elle vient de signer un partenariat avec les magasins Le Printemps pour l'ouverture entre juin et septembre 2019 de trois "shop in shop", espaces de vente dédiés, dans ses magasins de Metz, Strasbourg et Lille. Aroma-Zone ouvrira également en 2020 une boutique à Aix-en-Provence. Avec pour objectif de booster les ventes en magasin, qui représentent actuellement 20% des ventes totales, et de poursuivre la croissance globale sur un rythme soutenu, de 20 à 25 % par an ces dernières années.

Agrandir le site et viser l'export

Aroma-Zone projette une extension de ses installations de production et R & D de la Cigalette à Cabrières-d'Avignon, implantées dans les locaux de l'ancienne confiserie du même nom. « Nos outils de production doivent être modernisés et suivre la croissance », expliquent Anne-Cécile et Valérie Vausselin. « Nous prévoyons d'investir à l'horizon 2020, dès que la requalification du quartier en zone d'activité aura été actée. » L'entreprise recrute en permanence, avec quelques difficultés pour des postes tels que responsable qualité, acheteur, responsable systèmes… Parallèlement, chaque ouverture de boutique entraîne la création de quatre emplois. Autre projet à l'horizon 2020 : s'ouvrir à l'export. « On a une forte demande. On va commencer par l'Europe, avec la traduction de notre site web en anglais, ce qui avec 1 700 références à la vente et 3 000 fiches recettes et méthodes ne sera pas une mince affaire », annoncent les dirigeantes.

Un modèle atypique

« Aroma-Zone, c'est notre bébé. On en connaît tous les métiers, on est dans la maîtrise des coûts sur toute la chaîne de valeur, ce qui nous permet d'avoir des prix très bas, très différents de ce qui se pratique sur le marché des cosmétiques », détaillent Anne-Cécile et Valérie Vausselin, ingénieurs de formation, filles de Pierre Vausselin, chimiste. Ces scientifiques revendent un modèle atypique, en phase avec l'ADN de l'entreprise : « Nous sommes très vigilantes sur les frais qui pourraient grever le résultat. Nous n'avons pas de force commerciale. Notre modèle tourne autour du produit et des producteurs, non autour des prix. C'est ce qui nous permet d'investir. » Rejointes récemment par leur sœur cadette Laurence, actuellement responsable de la sous-traitance, les dirigeantes développent une méthode participative à tous les niveaux : un concept de produits cosmétiques à faire soi-même et à personnaliser et une coconstruction des orientations stratégiques en prise directe avec sa communauté.

AROMA-ZONE EN BREF

ACTIVITÉ : fabrication, conditionnement et vente de cosmétiques et huiles essentielles
CRÉATION : 1999
IMPLANTATION : Paris (siège). Cabrières-d'Avignon (recherche et production). Châteauneuf-de-Gadagne (logistique). Trois boutiques.
CHIFFRE D'AFFAIRES : 66 M€ en 2018
EFFECTIFS : 120 salariés (60 à Cabrières d'Avignon, 40 à Châteauneuf-de-Gadagne, 20 en boutiques
RÉSULTAT NET : 13 M€
RÉPARTITION DU CAPITAL : 100 % famille Vausselin

Par Carina ISTRE | Publié le 11/06/2019 à 06:10 | Vu 964 fois

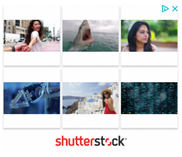
VOTRE INFO LOCALE
Rechercher une commune ... OK
Voir la liste des communes

A LIRE AUSSI

Le Dauphiné Libéré
VAUCLUSE/FAITS DIVERS. Meurtre de ce week-end à Avignon : le suspect s'est rendu

Sponsorisé
www.rive-de-cagne.fr
Résidence Rive de Cagne – Une nouvelle adresse exceptionnelle à Cagnes-sur-Mer !
outbrain

Votre journal


shutterstock