

Entreprendre

2,90€ • 31^{ème} année • N°298 • Mars 2016

www.entreprendre.fr



Valle va-t-il caler ?

Ces (pseudo) **SYNDICATS** qui bloquent toute réforme

p.52

Ils investissent

MADE IN FRANCE

Pourquoi cela marche ?

p.22



FIN DU SALARIAT ?

Bientôt tous Freelance p.46

ELLES OSENT, QUEL BILAN ?

 Anne-Laure Constanza *Envie de Prêt* p.40

ROYAL PALACE

Un Las Vegas en Alsace p.38 

Les MANAGERS heureux réussissent-ils mieux ? p.74

START-UP : Le profit est dans le smartphone p.61

Lafont presse Tourisme d'affaires • Externalisation et ressources humaines • Économie Seniors • Logiciels • Patrimoine des indépendants

Présidentielles

QUI EST LE TRUMP FRANÇAIS ? p.158 



CRÉATEUR DU MOIS

Beauté-forme

Aroma-Zone ré-invente la cosmétique Bio

Pionnière de l'information sur l'aromathérapie et la vente en ligne d'huiles essentielles, Aroma-Zone est devenue l'enseigne de référence pour la vente d'ingrédients cosmétiques biologiques.

« C'est au cours d'un repas de famille que l'idée est née ! Depuis toujours, mon père, ma sœur Valérie et moi sommes passionnés par les huiles essentielles. Nous cherchions un moyen de faire découvrir au plus grand nombre les propriétés de ces concentrés de plantes », se souvient Anne Vausselin, 40 ans, présidente d'Aroma-Zone. Il a suffi de quelques mois pour que leur entreprise voit le jour, en 1999.

De l'information à la fabrication

Tous les trois ingénieurs de formation, Pierre Vausselin et ses deux filles mettent rapidement en ligne un site d'informations sur

« POUR AROMA-ZONE, LES MEILLEURS AMBASSADEURS DE LA MARQUE RESTENT LES CLIENTS ».

Anne Vausselin, cofondatrice d'Aroma-Zone

l'aromathérapie « complètement faite maison ». Très vite, des producteurs prennent contact avec eux depuis Madagascar, le Mexique, l'Espagne, l'Inde... pour leur proposer leurs huiles essentielles. Dès mai 2000, Aroma-Zone devient donc un des premiers sites de vente en ligne d'huiles essentielles. Ambitieuses, les deux sœurs s'attachent à enrichir le site de nouveaux produits, tissant des liens étroits avec des producteurs à travers le monde. « Dès le début de l'aventure, nous avons proposé la plus belle qualité, au meilleur prix, grâce à une démarche simple : s'approvisionner des plus beaux produits directement auprès des producteurs puis revendre directement aux particuliers en réduisant notre marge au maximum », témoigne la dynamique quadra.

» Aroma-Zone propose plus de 600 ingrédients cosmétiques, une centaine de contenants vides et accessoires, et une documentation gratuite avec plus de 2.000 recettes cosmétiques à faire soi-même.



» Anne et Valérie Vausselin, cofondatrices d'Aroma-Zone

Raphaël Demont

Seulement 6 ans après son lancement, la PME familiale prend un tournant radical. « 2005 est une année importante pour Aroma-Zone puisque nous choisissons de nous installer au pays des plantes aromatiques, en Provence, au pied du mont Ventoux. Quel endroit plus inspirant que ces terres parsemées de lavandes, de thym, de romarins, de vignes et baignées de lumière ? Mais c'est aussi en 2005 que naît l'idée de proposer à nos clients tout le nécessaire

pour fabriquer leurs propres cosmétiques, sains, efficaces et, bien sûr, 100% naturels ! Crèmes, gels douche, soins pour les cheveux, maquillage... tout est possible ! ».

Une structure atypique

Perçu dans le milieu du cosmétique traditionnel comme un ovni, le nouveau concept du trio Vausselin trouve très vite son

Une PME bien huilée

CA : 42 M€

5.000 colis expédiés par jour

+40% de croissance annuelle

1.000.000 clients

Actionnariat : 100% famille Vausselin

public. Avec en moyenne 5.000 colis expédiés chaque jour en France et à l'international, l'ouverture d'un espace parisien de 550 m² en 2014 dans le quartier de l'Odéon, qui comprend une boutique qui ne désemplit pas, un atelier et un spa, la PME provençale, qui enregistre 42 M€ de CA, est devenue l'enseigne de référence pour la vente d'ingrédients cosmétiques biologiques. Sans service marketing ni commerciaux ou publicité, Aroma-Zone grandit simplement grâce au « bouche-à-oreille », se félicite Anne Vausselin, qui mise avant tout sur

l'innovation. De 40 références d'huiles essentielles à ses débuts, la gamme de produits compte désormais plus de 1.600 références. Les clientes attendent d'ailleurs impatientement l'ouverture de nouvelles boutiques à Paris et dans les grandes villes, prévue pour 2016, pour une croissance de plus de 20% par an.

Séverine Germain-Guérout

