

Une Flayoscaise veut réunir la France qui innove

var-matin
Lundi 6 mai 2013

Sur son site web, www.le-casting-des-createurs.com, Marina Massart, esthéticienne à l'origine d'une marque de cosmétiques réunit tous ceux qui se battent, comme elle, pour se faire connaître

Qui a dit que les Français manquaient d'esprit d'innovation ?

Pas Marina Massart en tout cas. Cette esthéticienne flayoscaise de 37 ans a lancé il y a un an une marque de cosmétiques bio.

« Avec ma maman, propriétaire d'une parfumerie, j'ai pu voir la pression que les marques exerçaient sur les produits. J'ai commencé il y a dix ans à travailler sur des formules, avec mon père médecin homéopathe. Aujourd'hui, c'est un laboratoire de Saint-Chamas, le même que celui de Florame, qui les conçoit pour moi, et les homologue, à partir des actifs que j'ai choisis. »

Présente dans 30 points de vente, - dont son institut - la gamme Ollience, qui a son site Internet, peine cependant à trouver une large audience.

Trente créateurs en trois mois

Pas découragée pour autant, Marina Massart a décidé il y a trois mois de fédérer tous ceux qui, comme elles, créent et cherchent à être connus. Un nouveau site Internet, le-casting-des-createurs.com a vu le jour. Trente créateurs de la France entière y foisonnent et y ont déjà trouvé une vitrine.

Cela va des cosmétiques aux bijoux, en passant par les vêtements ou les accessoires pour animaux... Les innovations les plus inventives côtoient 30 % de produits bio.

Comme les autocollants de Stick'nPlay, qui proposent de transformer nos emballages du quotidien en



Marina Massart, comme les créateurs de son site, concilie un travail à plein-temps, celui d'esthéticienne, et l'innovation, avec sa gamme de produits cosmétiques bio. (Photo V. P.)

jouets, « une idée qui cartonne aux USA ! ». Ou les bougies réutilisables de Bio ecolight concept. D'autres sont à venir : les tongs personnalisables de Tatatong, où l'on peut choisir soi-même sa semelle, sa lanlière, ou les vinaigres colorés de Trait gourmand.

Depuis des mois, Marina Massart épeluche les Bopi (Bulletins officiels de la propriété industrielle), avec l'aide d'une amie bé-

névole pour trouver ses créateurs à contacter. « Avis aux amateurs ! », lance-t-elle à ceux qui voudraient l'aider dans cette quête.

« S'aider au lieu de se tirer dessus »

Elle a ainsi découvert tout un monde méconnu : « Ce sont des gens bien qui se battent, qui ont souvent un boulot à côté comme moi ! ».

Elle cible « les projets abou-

tis, ceux qui veulent développer une entreprise, les grosses entreprises de demain qui vont pouvoir embaucher. »

Ses créateurs certifient par contrat être propriétaires de leurs produits.

À terme, Marina Massart veut réunir rien de moins que « tout ce qui se fait de nouveau en France ! » Une plateforme

Des cosmétiques bio qui vont à l'essentiel

« Ollience », ce sont une eau démaquillante tonique, une crème de soin jour et nuit, un sérum actif et dans un mois, une crème masque hydratante.

Leurs prix varient de 18 à 58 euros. Finies les listes produits à rallonge pour toutes les parties du visage et pour toutes les heures. « J'ai essayé de faire simple. La gamme répond à tous les types de peaux et tous les âges, explique Marina Massart. Pour les femmes stressées et pressées, c'est parfait. Dans les concentrations figurent 96% de produits certifiés bio. »

Elle a également fait appel à des actifs issus de la biotechnologie, « une méthode d'extraction qui rend les molécules plus puissantes », explique-t-elle.

Ses produits contiennent de l'aloë vera, de l'eau florale de rose, d'huile de bourrache...

Avec sa mère et une amie, elles ont investi chacune

15 000 euros dans cette gamme. Et n'ont pas encore rentabilisé leur investissement, pas plus que pour le site des créateurs « qui ne s'autopaye pas du tout ».

« C'est difficile d'exister, reconnaît-elle, car il y a tellement de marques ! Chaque grande marque a choisi son réseau de distribution et le marketing qui va avec. Quand on peut être vendu partout, on n'est souvent vendu nulle part, parce qu'il y a des habitudes qui ont été prises. Et pourtant, avec certaines grandes marques, une grande partie du prix du produit sert à payer la pub, plutôt que les composants. » « Oui, il faut une sacrée dose de positivité pour se lancer dans une telle aventure, tout en tenant un institut à plein-temps ! », reconnaît-elle en riant.

En vente sur www.ollience-cosmetics.fr, sur www.le-casting-des-createurs.com et dans trente points de vente.

où presse, investisseurs, distributeurs, et particuliers peuvent déjà faire leur marché.

« Il faut être solidaire des nouvelles entreprises »

À ceux-là, elle dit : « Il faut qu'on soit solidaires des nouvelles entreprises. C'est

aussi une nouvelle façon de consommer responsable ».

Un appel qui résume sa motivation pour créer le site : « C'est mieux de se réunir et de s'aider, surtout en ces temps de crise, au lieu de tirer sur les autres chacun dans son coin ! »

VALÉRIE PALA
vpala@nicematin.fr

www.le-casting-des-createurs.com