



MENU

La ProvenceSE
CONNECTER

EN DIRECT

RÉGION

FAITS DIVERS

SOCIÉTÉ

OM

SORTIES - LOISIRS

VIDÉOS

NOS RENDEZ-VOUS

LUNDI 09/12/2019 à 16H01 - Mis à jour à 16H07 | HUB ÉCO | ÉDITION MARSEILLE

Marseille : Obratori va accompagner la société Le Rouge Français

Le start-up studio du groupe L'Occitane a pris une participation minoritaire au capital de cette maison spécialisée dans le rouge à lèvres et va l'accompagner dans sa croissance stratégique

Par HubÉco  [HubÉco](#) ⓘ

La communauté Obratori continue de se développer, avec l'arrivée prochaine de la maison Le Rouge Français

PHOTO OBRATORI

Obratori poursuit son développement petit à petit. Le start-up studio, basé à Marseille et lancé l'année passée par le groupe L'Occitane, vient de prendre une participation minoritaire au sein de la maison Le Rouge Français, spécialisée dans le rouge à lèvres avec des formules élaborées avec des produits naturels, biologiques et brevetées.

"Cette start-up a développé des innovations fortes en formulation et en packaging cosmétiques, fabriquées avec un très haut degré de naturalité, d'écoresponsabilité et suivant les bonnes pratiques de fabrication (BPF). Le tout au service d'une nouvelle offre réclamée par les consommatrices, pour une beauté sans compromis sur leur santé, sur la sensorialité et la désirabilité", souligne Amaury Godron, le directeur général d'Obratori. Et d'ajouter : "nous soutenons le développement de sociétés cosmétiques, bien-être et "retailtech" pour lesquelles il existe des preuves d'efficacité de leurs produits et solutions, ainsi que des preuves réglementaires de formules dites "clean"."

Et aussi Marseille : Obratori, le start-up studio de L'Occitane, grandit petit à petit

Accélération du déploiement commercial

Créée par Élodie Carpentier et Salem Ghezaili, la maison Le Rouge Français a développé une première ligne de rouges à lèvres aux pigments issus de plantes tinctoriales (pigments végétaux), avec des formulations naturelles, certifiées bio et véganes.

Après 18 mois de R&D, la société a débuté son activité il y a un peu plus d'un an, en octobre 2018, avec de la distribution en ligne. Depuis, la start-up s'est étendue à un réseau de distribution national sélectif.

Suite à cette opération, la marque prévoit d'accélérer son déploiement commercial, l'an prochain, avec des enseignes clés en phase avec son positionnement luxe et bien-être.