



TERRITOIRES

MEDENE, LE CHALLENGER QUI MONTE SUR LE MARCHÉ DES HUILES ESSENTIELLES

MAEVA GARDET-PIZZO



Cette entreprise basée à Marseille conçoit et commercialise des mélanges d'huiles essentielles et végétales bio pour la beauté et le bien-être. Pour se distinguer des géants du domaine sur un marché en plein essor, elle souhaite développer une offre sur-mesure et espère décoller dans les prochains mois.

"Rien de trop", disait Socrate. Ce qui donne *Meden Agan* en grec. C'est de cette expression que Medene tire son nom.

Rien de trop, c'est ce vers quoi tendent les nouveaux modes de consommation. Un retour à l'essentiel. Des produits simples, qu'il s'agisse d'alimentation ou de cosmétiques. En témoigne l'essor des huiles essentielles. "En France, elles représentent un chiffre d'affaire de 200 millions d'euros avec deux gros acteurs que sont Aroma-Zone et Puresentiel. Et ce marché connaît une croissance comparable à celle du bio, à savoir 16% en France, 8% au niveau mondial", dresse Camille Pereira, PDG de Medene.

GUIDER ET PROTÉGER LES CONSOMMATEURS



Des produits souvent utilisés pour réaliser des compositions maison, dans la tendance du "do it yourself". Problème : les amateurs d'aromathérapies peinent parfois à trouver les recettes qui leur correspondent et pire, ils s'exposent à certains risques. *"On a tendance à croire que puisque c'est naturel, c'est sans danger. Or, certaines molécules présentes dans ces huiles sont les mêmes que celles utilisées dans certains médicaments. C'est la partie la plus concentrée de la plante et cela peut donner lieu à des effets secondaires tels que des brûlures, des allergies ou même des convulsions dans certains cas"*.

L'enjeu est donc de guider le consommateur, en toute sécurité. Ce à quoi s'attellent les trois fondatrices de Medene, installées au sein d'Obratori, l'incubateur de l'Occitane.

DES FOURNISSEURS FINEMENT SÉLECTIONNÉS

Pour l'heure, elles ont déjà conçu deux compositions : une huile pour le corps dénommée Coco Craquant qui contient des huiles essentielles de palmarosa, de petit grain bigarade ainsi que des huiles de calendula et d'argan ; et un sérum, Boom Boom Power, mélangeant entre autres menthe poivrée, pin et gingembre. Des matières premières mises à disposition par des fournisseurs situés à Avignon et Clermont Ferrand, sélectionnés au peigne fin. *"Nous sommes allées sur place. Nous voulions du 100 % bio. Il fallait aussi des fournisseurs qui proposent un catalogue large, avec de bonnes méthodes de distillation"*. Pour ce qui est des contenants et des emballages, les trois jeunes entrepreneuses ont choisi la fabrication française, issue de sources responsables.

Quant aux recettes, elles sont conçues en partenariat avec le monde scientifique, notamment l'université de pharmacie de Tours. Les compositions sélectionnées sont ensuite testées par les utilisateurs, au terme de quoi une poignée est mise sur le marché.

UNE OFFRE SUR-MESURE

Si les deux produits lancés ont permis de tester le marché grâce à un crowdfunding sur la plateforme Ulule, l'ambition est depuis le départ d'offrir du sur-mesure. Un moyen de se différencier des concurrents. Pour cela, Medene devrait prochainement proposer à ses clients un diagnostic personnalisé. *"Ils pourront renseigner leurs préférences ainsi que leurs antécédents médicaux. A partir de ces informations, nous déterminerons la formule idéale"*.

D'ici la fin de l'année, l'entreprise espère sortir de nouveaux produits, *"pour la routine bien-être et la beauté"*. Mais en raison du coût des huiles et des dépenses à engager pour faire tester les produits, elle aura besoin de financements et compte organiser une levée de fonds d'environ un million d'euros d'ici la fin d'année.



L'objectif étant également de développer sa présence en boutiques, ses produits étant pour l'heure vendus sur son site internet. *"Notre ambition est d'étendre le diagnostic en boutique car nous sommes convaincues que les points de vente physiques sont indispensables. Les utilisateurs ont besoin de toucher et de sentir les produits"*. Un moyen de finir de convaincre les adeptes de l'aromathérapie, mais aussi de convertir de nouveaux utilisateurs.