

Malgré de premiers résultats encourageants, le produit a aussi montré aussi ses premiers signes de faiblesse. Marine André : « Nous avons choisi une solution très légère, recyclable, mais qui avait l'inconvénient de se renverser au fur et à mesure que l'emballage se vidait. Un autre inconvénient était l'étiquette qui disparaissait en contact avec l'eau lorsque le produit était utilisé sous la douche. Le tube s'est alors présenté comme la solution idéale. »

### 2014 : le tube pour la stabilité

Pour pallier le problème de stabilité, le spout bag a été remplacé par un tube en plastique opaque avec une finition brillante. Le choix du tube a été largement étudié. « Nous avons dû prendre les tubes opaques afin qu'ils ne soient pas altérés par la lumière du soleil et ainsi mieux conserver le contenu. Nous avons aussi préféré les tubes aux pompes qui sont plus polluantes à la production », explique Marine André. Le choix du matériau est un polyéthylène type 2, qui est réputé de meilleure qualité. « C'est une qualité de plastique qui résiste à la chaleur et qui n'altère donc pas

le produit en cas de chauffe. Par exemple, à la plage ou en voiture avec un soleil battant. Ce type de tube évite également les interactions entre le packaging et le contenu afin qu'il n'y ait pas de transfert de phtalate », explique la fondatrice de Bee Nature. Quant aux informations obligatoires et commerciales, elles sont à présent directement imprimées sur le tube en PE. « C'est le plus léger qui existe sur le marché ». Cependant, les retours d'expérience des utilisateurs révèlent encore certaines faiblesses. Les clients remettent cette fois en cause l'identité du packaging et l'ouverture du tube.

### 2017 : un contenu/contenant abouti

Depuis quelques mois, Bee Nature se présente sous un nouveau jour. Le tube brillant fuchsia/orange devient mat blanc/jaune. Une nouvelle identité visuelle mise au point en partenariat avec l'agence Top Secret Communication. « Les utilisateurs ont pointé un manque de clarté sur l'identité de la marque dans le packaging. Ils remettaient en cause les codes couleur qui ne reflétaient pas assez le contenu du produit à base

## Entrepreneuriat au féminin



Photo: Reporters

L'aventure dans le slow cosmétique a commencé pour Marine André fin 2011 dans le cadre d'un projet de fin d'études à Louvain School of Management. À l'époque, Marine André avait remporté le concours

dédié à l'entrepreneuriat au féminin organisé par le magazine *Elle*. Comment alors les études et les réflexions autour de la marque, des ingrédients du produit et du packaging. Pour financer le projet, Bee Nature a d'ailleurs été la première entreprise belge à avoir eu recours au crowdfunding, mode de financement participatif. Et ce fut un réel succès. Soutenue par 106 actionnaires, Marine André a réussi à récolter 50.000 euros en trois mois. Un premier budget qui a permis d'acheter entre autres les matières premières et les emballages. En 2014, une nouvelle levée de fonds de 150.000 euros a été réalisée. Depuis, un conseil d'administration avec quatre investisseurs a été créé. Le chiffre d'affaires de Bee Nature Cosmetic SA avoisine actuellement les 400.000 euros pour 50.000 produits vendus en 2017, ce qui est deux fois plus qu'en 2016. Une augmentation qui se traduit directement dans la production : une production s'élève aujourd'hui à 15.000 unités au lieu de 300 au lancement de la marque. Celle-ci a lieu à Bertrix chez Conpalux qui se charge également de valider les formules conçues par Bee Nature. Aujourd'hui, Bee Nature emploie cinq jeunes femmes, dont une directrice scientifique qui élabore les formules.

### À propos des produits

Bee Nature est une gamme de produits de soins cosmétiques à base de miel d'origine naturelle, sans phénoxyéthanol, sans parabène et sans huile minérale. Destinée à toute la famille, la gamme comprend neuf produits différents (crème, savon, shampoing...). En mai dernier, Bee Nature a également lancé une nouvelle gamme de soins pour bébés, Babee Nature, spécifiquement formulés pour leur peau. Les soins Bee Nature contiennent en moyenne entre 2 et 5 % de miel. Selon Marine André, la fondatrice de Bee Nature Cosmetic, c'est dix fois plus que les autres produits composés à base de miel.



Fini le spout bag, place au tube.

de miel. Les anciennes couleurs leur faisaient plutôt penser à des produits pour le bronzage. Il est vrai que le fuchsia et l'orange ne sont pas des couleurs que l'on voit habituellement en pharmacie, mais c'était un choix volontaire pour que les produits Bee Nature soient bien visibles. Les couleurs ont à présent évolué vers des tons plus neutres. Le blanc pour refléter l'univers médico-pharmaceutique et le jaune pour

jusqu'ici pas assez mis en avant », explique Marine André. « La réflexion sur le tube a également été poussée plus loin. À présent, il est mat. Ce qui donne un aspect plus qualitatif et naturel », poursuit-elle. Les utilisateurs ont pointé un autre élément important qui a motivé le changement du tube : la texture de la crème. Étant trop liquide, la crème coulait du tube en abondance. La formule a donc été modifiée pour rendre la texture du produit plus épaisse. ■