Bee Nature : nouvelle formule, nouveau packaging

Aurelia Ricciardi

Fini le packaging fuchsia/orange en pharmacie, place au tube blanc/jaune. Bee Nature, la gamme de soins naturels à base de miel bio et équitable, adopte un nouveau look plus sobre et en phase avec l'univers pharmaceutique et du miel.

« Nous existons depuis six ans et nous avons déjà changé trois fois de packaging et de formule », annonce d'emblée Marine André, 28 ans, fondatrice de Bee Nature Cosmetic SA. « C'est beaucoup, mais nous corrigeons nos erreurs de débutant. » C'est dans les locaux de Bee Nature, installés à l'étage d'une pharmacie à Grez-Doiceau, que nous rencontrons la jeune Marine André et ses produits de soins naturels à base de miel bio et équitable. Nous y découvrons d'ailleurs le tout nouveau packaging qui, du fuchsia/orange, est passé aux tons blanc et jaune miel. Des couleurs plus sobres, neutres et plus « sérieuses ». La nouvelle gamme se trouve déjà dans les pharmacies et remplace progressivement les anciens modèles Bee Nature, qui restent en vente. « Nos packagings actuels sont mieux étudiés et deviennent plus professionnels », dit Marine André. La nouvelle identité graphique de Bee Nature Cosmetic se montre plus aboutie et en phase avec ses valeurs. Ce changement radical n'est pas sans lien avec le contenu des soins. Les nouveaux emballages coïncident en effet avec une formule améliorée de la crème corporelle. L'évolution en trois étapes de la marque montre que le choix d'un emballage n'est pas si anodin. Il répond à des attentes et une ambition particulières.

Les soins Bee Nature arborent une nouvelle identité visuelle qui est en adéquation avec l'univers de la marque.

2012 : le spout bag pour la légèreté

Dès le départ, l'emballage a été au centre des préoccupations. Pour une ligne de cosmétique qui se veut écologique, l'emballage devait répondre à deux critères : légèreté et faible empreinte carbone. « Nous recherchons toujours une solution d'emballage qui soit la plus légère possible au transport et qui utilise le moins de matières premières à la production », dit Marine André. « Par exemple, le verre n'a jamais été une option, car il est plus lourd et donc plus coûteux au transport. Il est aussi moins écologique, car il dégage plus de CO2 à la production. De plus, le verre étant transparent, il laisse entrer la lumière. Ce que nous évitons pour conserver correctement le contenu. » Pas d'emballage secondaire ni de notices non plus pour les produits de soin, qui sont superflus aux yeux de Marine André. « L'emballage carton ne ferait que justifier que le consommateur paie plus cher et créerait plus de déchets inutiles. Toutes les informations se trouvent déjà sur le contenant. »

Bee Nature en 2012. Le spout bag comme premier emballage.

C'est le format 'spout bag', un sac à versage en plastique, qui a d'abord fait connaître les produits Bee Nature en pharmacie avec une étiquette fuchsia/orange accolée. Une étiquette en papier, car « plus écologique », avec des couleurs volontairement vives pour se démarquer dans les rayons des pharmacies où le blanc domine. Se démarquer pour mieux régner, telle était à l'époque la mission du packaging. Les pharmacies sont par ailleurs les clientes exclusives de la marque qui est vendue dans plus de 700 officines, voire 1000 d'ici la fin de l'année.

22IÈME SALON PROFESSIONNEL
DE LA PAPETERIE, DES FOURNITURES DE BUREAU,
SCOLAIRES, DU HOBBY ET DES CARTES DE VOEUX

21/01 & 22/01/2018

NEKKERHAL · MALINES

NEW!! Nekkerhal

paper show 18

Inscrivez-vous
en tant qu'exposant
à notre
SECTION SPÉCIALE MACHINES GRAPHIQUES

Tél 0477/68.69.78
bosta@skynet.be

SOS VILLAGES D'ENFANTS

Nekkerhal - Brussels North
Mechelen

INFO ET INSCRIPTION : **www.bosta.org**

Bosta
Belgian Office and Stationery Trade Association asbl

Scannez le code pour plus d'information
www.bosta.org

Malgré de premiers résultats encourageants, le produit a aussi montré aussi ses premiers signes de faiblesse. Marine André : « Nous avions 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 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 faire référence au miel, qui n'était 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. ■

Fini le spout bag, place au tube.

Entrepreneuriat au feminin

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*. Commencent 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.