

Des graines de pin très futées

Les produits de beauté bio ont la cote : la marque Océopin, née au Cap Ferret, utilise les atouts naturels du Bassin d'Arcachon pour sa gamme cosmétique 100 % éthique.

Après le succès, jamais démenti, de la marque bordelaise Caudalie, lié aux bienfaits du raisin, voici Océopin, une marque cosmétique 100 % bio et éthique. Le point en commun de ces deux marques ? Une histoire de famille et l'intérêt d'un chercheur pour la matière première utilisée.

« Mon père, Jean-Jacques Berger, est forestier et graineur. Il a, depuis quarante ans, une usine de pommes de pin dont on recueille les graines pour réensemencer le massif forestier aquitain. Un jour, un chercheur

de l'Institut de corps gras de Pessac (ITERG) est venu le voir. Il était passionné de conifères et avait vu que, dans l'huile de graines de pin d'Aquitaine, il y a des acides gras très spécifiques », explique Marina Berger, 34 ans, cofondatrice d'Océopin et directrice commerciale et développement de la marque. Cette amoureuse de la forêt depuis sa plus jeune enfance a pourtant suivi un parcours Khâgne/Hypokhâgne et obtenu un diplôme de traduction littéraire de russe pas vraiment en lien avec la cosmétique...

Océopin est donc avant tout une histoire familiale,

intergénérationnelle. C'est avec son père que Marina a commencé l'aventure en 2012, lorsqu'elle a rejoint l'entreprise. Les deux premières années du projet ont été dédiées à la recherche et au développement, en étroite collaboration avec l'Institut de corps gras de Pessac, établissement ayant une expertise dans les huiles alimentaires et cosmétiques. « Notre recherche était basée sur le grain de pin océanique », souligne-t-elle.

L'équipe a d'abord travaillé à partir de graines de pin récoltées tout l'hiver dans la forêt du Bassin d'Arcachon et du Médoc pour élaborer du



Marina Berger avec son père, Jean-Jacques.

Ph Océopin



La pomme de pin, un produit du Bassin, à la base d'Océopin.

Ph AD

sérum, leur premier produit, commercialisé dès 2014.

Lorsqu'elle parle du processus qui va de l'arbre à la graine, on a le sentiment qu'il est question d'amour et de respect pour la nature. « Nos équipes récoltent les pommes de pin fermées, à la main sur les arbres à hauteur d'homme, dans les forêts qui bordent le littoral atlantique. Nous les laissons s'ouvrir au soleil, puis les graines qu'elles renferment sont pressées à froid, détaille Marina Berger. Notre huile est brevetée et certifiée 100 % bio, puisqu'aucun solvant ni aucun autre ingrédient n'entrent dans

sa composition. » Les atouts de cette huile sont nombreux car elle contient « des acides gras essentiels, des polyphénols, des phytostérols, de la vitamine E et des acides gras insaturés inédits nommés Delta 5. »

Cinq ans après, l'aventure se poursuit. Aujourd'hui, la gamme propose cinq produits, dont un gel lavant corps et cheveux, un exfoliant à utiliser avec le gel lavant, une huile sèche pour le corps... et une crème visage anti-âge qui sera commercialisée très prochainement : « Elle a demandé un an et demi de travail. Elle est 100 % naturelle. Plus de 75 %

des ingrédients sont bios. » Le produit contient cinq actifs végétaux biologiques du littoral : huile de graines de pin maritime, eau d'ajonc, immortelle des dunes, chardon des dunes et oyat.

Océopin emploie aujourd'hui quatre personnes, en plus de Marina et de son père. « C'est de l'emploi local auquel on ajoute des saisonniers : 15 personnes pendant la récolte », sourit Marina Berger, qui milite pour des produits totalement « made in France ».

Anna DAVID

Une beauté très bio

Odessence fête sa première année et confirme l'attente du marché pour des produits sains et naturels.

À l'occasion du premier anniversaire de la boutique bordelaise Odessence, Anahi Ferragu Genty a présenté trois de ses produits phares dont, en avant-première, la crème pour visage Océopin, bio et made in Bordeaux/Cap-Ferret (lire ci-dessus).

Née de parents globe-trotteurs, une mère sud-américaine et un père français, Anahi Ferragu Genty a décidé de poser ses valises à Bordeaux après un parcours professionnel international en Chine, où elle travaillait dans une agence de communication en charge du service marketing de grandes marques (Avène, Bioderma...). « J'ai voulu créer un lieu accueillant des produits de beauté sain et glamour. Des produits pour tous les budgets, pour tout le monde, enfants et adultes, et pour se faire plaisir », explique la jeune femme.

« J'habitais à Shanghai

lorsque mon projet a germé. C'est lors de ma grossesse que j'ai vraiment pris conscience des problèmes de pollution et de l'importance d'utiliser des produits bios, se souvient la jeune patronne. C'est à l'occasion d'un salon professionnel à Bordeaux que la question de s'installer ailleurs qu'en Asie a commencé à mûrir. Avec un mari travaillant dans le vin, le fait de venir ici n'était pas anodin... J'ai trouvé la ville très dynamique. L'ambiance correspondait tout à fait à ce que je cherchais après avoir habité dans une ville surpeuplée. »

La boutique Odessence a ainsi vu le jour il y a un an. Elle propose une vingtaine de marques toutes testées empiriquement « puisque j'ai une équipe de testeuses pour chacun des produits », précise Anahi Ferragu Genty. 300 références, 100 % non testées sur des animaux, au départ, et plus de 600 aujourd'hui : crèmes, shampoings, huiles, sérums...



Anahi Ferragu Genty, ici avec Marina Berger, co-fondatrice d'Océopin, une des marques présente chez Odessence.

Ph AD

pour femme, homme et enfant.

« Grâce aux retours des clients, j'étoffe mon offre », indique celle qui ne cache pas que la sélection s'opère aussi de façon très personnelle : « Il faut que la texture et les odeurs

me plaisent. Et il faut casser les clichés liés à la cosmétique naturelle et bio. »

Anna DAVID

Boutique Odessence: 20, place des Martyrs-de-la-Résistance, à Bordeaux. Tél.: 09.83.34.05.43.

Repères

- Le marché de la cosmétique représente 209 milliards d'euros dans le monde. Le chiffre d'affaires s'élevait à 9 milliards d'euros en 2016 en France, où il est le 3^e secteur en terme d'exportation après l'industrie aéronautique et le marché des boissons.

- Selon l'Insee, les ménages français consacrent en moyenne 3.000 euros par an aux « soins et biens personnels » : coiffure, rasoirs, produits de beauté, parfums...

- Dans ce marché qui ne connaît pas la crise, malgré un léger repli des ventes en 2016 dans les chaînes de parfumerie et les grands magasins, les cosmétiques bio et vegan ont le vent en poupe, avec 450 millions d'euros de chiffre d'affaires dans l'Hexagone et une croissance annuelle de 8 %. D'après une étude du baromètre Agence Bio/CSA, 43 % des Français en ont acheté en 2016 ; ils n'étaient que 24 % trois ans plus tôt.

- Les différents labels concernant les cosmétiques

bio obéissent à un certain nombre de définitions communes : ils doivent contenir entre 95 et 100 % d'ingrédients d'origine naturelle, ne pas intégrer des ingrédients d'origine pétrochimique à l'exception de quelques conservateurs listés, et ne pas contenir de substances jugées dangereuses pour la santé ou l'environnement comme les parabens, la silicone ou les colorants de synthèse.

- Les labels nationaux coexistent aujourd'hui avec un standard européen, Cosmos Organic, obligatoire depuis le 1^{er} janvier 2017. Pour s'y retrouver, sachez que le label Nature et Progrès est le plus restrictif (avec des matières premières obligatoirement issues de l'agriculture biologique) et que l'Écolabel, le seul label officiel de l'Union européenne, délivré en France par l'Afnor, prend seulement en compte la toxicité du produit pour l'environnement, sans rien imposer sur sa composition.