

# ÉCOLOGES

VENDREDI 20 AOÛT 2021 - 1,80 €

N°6846-6847

**PESSAC  
TEMSEGA**  
se développe

**PORTRAITS  
DE L'ÉTÉ**  
Paul Serre,  
le respect de  
la probité

**UN ÉTÉ  
EN FRANCE**  
Le Jardin des  
Ils à Gerberoy

MARINA  
BERGER  
COLLINET-OURTHE  
Créatrice d'Océopin

**OCÉOPIN**  
**L'HUILE D'OR**  
**GIRONDINE**



# SOMMAIRE

## GIRONDE ACTU

### 4 FOCUS

Océopin, l'huile d'or girondine

### 9 L'ACTU PRÈS DE CHEZ VOUS

### 12 PORTRAITS DE L'ÉTÉ

Paul Serre,  
le respect de la probité

### 14 TENDANCES VINS

Vins de cépages *versus* vins  
d'assemblage

## RÉGION ACTU

### 17 ECHOS EN RÉGION

### 20 LOT-ET-GARONNE

UPSA, l'atout « made in France »

## TENDANCES BUSINESS

### 22 TRIBUNE

Début ou fin de cycle  
économique ?

### 26 CONJONCTURE

Toujours pas d'envolée  
des défaillances



### 28 CONGRÈS DES NOTAIRES

Le numérique, l'homme  
et le droit

### 30 LOGEMENT

Promoteurs : le choix  
de la séduction

### 32 ÉCONOMIE

La dynamique du bio  
se poursuit dans la crise



## CULTURE & SPECTACLES

### 34 CINÉMA

Bac Nord

### 38 UN ÉTÉ EN FRANCE

Le Jardin des Ifs à Gerberoy

### 42 JURISPRUDENCE

## 44 ANNONCES LÉGALES

VENTES AU TRIBUNAL

APPELS D'OFFRES

AVIS D'ENQUÊTES PUBLIQUES

VIE DES SOCIÉTÉS

MANDATAIRES JUDICIAIRES

IMMOBILIER

**ECHOS JUDICIAIRES GIRONDINS** Édités par la Société ECHOS JUDICIAIRES GIRONDINS - SAS au capital de 45 000 € - Siège social : 108 rue Fondaudège CS 71900 - 33081 Bordeaux Cedex • SIRET 456 200 476 00038 • 05 56 52 32 13 • Réunion des cinq journaux d'informations judiciaires : **AFFICHES BORDELAISES** (fondées en 1904) **ANNALES DÉPARTEMENTALES** (fondées en 1933) **ANNONCES DU SUD-OUEST** (fondées en 1924) **INFORMATEUR JURIDIQUE** (fondé en 1948) **PETITES AFFICHES DE LA GIRONDE** (fondées en 1848) • Directeur de la publication : Guillaume **LALAU** • Directeur adjoint : Nicolas **THOMASSET** • Rédacteur en chef : Vincent **ROUSSET** • Direction artistique : David **PEYS** • Maquettistes : Sarah **ALBERT** & Noëlie **SANZ** • Secrétaire général des rédactions : Michel **CASSE** • Rédaction : Nathalie **VALLEZ** & Jennifer **WUNSCH** • Chargée de Webmarketing et Community Manager : Cyrielle **MORFEA** • Community Manager : Maillys **MENDIBOURE** • Service Annonces légales : Nicolas **KARNAY**, Adèle **BROCHARD** & Sandrine **CARCENAC** • Direction financière et administrative : Katia **DE STEFANO** • Responsable comptabilité : Florence **MANOEUVRIER** • Service abonnement : Catherine **DEPETRIS** • Service comptabilité : Élodie **VIGNEAU** • Service commercial annonces légales : Anthony **BLUTEAU** & Franck **DUPERIÉ** • Secrétariat : Khedidja **OUIS** • **PUBLICITÉ** : Guillaume **LALAU** & Christine **SABOURIN** • Tél. 05 56 52 32 13 • [publicite@echos-judiciaires.com](mailto:publicite@echos-judiciaires.com) • Dépôt légal à parution Hebdomadaire - Parution le vendredi • Impression : **ROTIMPRES** • Routage **SUD MAILING** • Commission paritaire n° 02231 82797 ISSN 0420-4360 • Prix unitaire : 1,80 € • Abonnement 1 an : 65 € au 05 57 14 07 55





**LE LAIT CORPS**  
À L'HUILE DE GRAINES DE PIN MAR  
OCÉOPIN Bordeaux - Cap Ferret

Lait frais velouté pour le corps  
Hydrating and fresh body lotion  
Hydratant / Calmant / Ressourçant  
Certifié BIO - Toutes peaux même sensible

150 ml / Net Wt. 5.4 Fl. oz / oceopin.com

# OCÉOPIN L'HUILE D'OR GIRONDINE

Lancée en 2012 entre Vendays (Médoc) et le Cap-Ferret, Océopin est désormais une marque girondine reconnue dans les cosmétiques bio à base d'huile de pin maritime. Rencontre avec sa créatrice Marina Berger Collinet-Ourthe.

Par Nathalie VALLEZ

**U**ne gamme cosmétique élaborée à partir d'un produit régional et bio. Océopin avait tout pour réussir et a bien réussi. Lancée en 2012 par une jeune Bordelaise, la marque se développe doucement et sûrement.

Aujourd'hui Marina Berger Collinet-Ourthe est à la tête d'une entreprise qui compte 5 salariés, 20 saisonniers (pour les récoltes) et 500 000 euros de chiffre d'affaires. « Vous avez une merveille entre les mains ! », avait déclaré le professeur Robert Wolff, chercheur à l'institut des corps gras de l'université de Bordeaux, dans les années 90, à Jean-Jacques Berger, le père de Marina, grainetier installé à Vendays, dans le Médoc. En 1996, il dépose un brevet. Pendant toute cette phase de recherche, Jean-Jacques Berger fournit des graines de pin maritime pour le programme d'étude. De son côté, Robert Wolff poursuit ses recherches, monte un programme avec ses étudiants et sollicite d'autres scientifiques pour révéler toutes les qualités de cette huile de conifère, riche en acide gras, vitamine E et polyphénols. À son décès, c'est l'ITERG à Pessac (Institut des Corps Gras de l'université de Bordeaux) qui prend la suite, développe toutes les recherches réglementaires pour pouvoir la commercialiser et obtient l'agrément.

l'huile aux laboratoires, « mais ça ne nous intéressait pas d'être juste producteurs », précise Marina Berger. Ils décident finalement de mettre l'huile pure sur le marché : « juste un monoproduit, sans formulation ». Il faut aussi actionner des savoir-faire pour démarrer. Pour développer la marque, ils font le choix de s'entourer de personnalités locales : ce sera le Studio Pomelo pour le



### PARTENAIRES AQUITAINS

De son côté, Marina Berger Collinet-Ourthe est devenue traductrice de russe. Elle aime son activité mais se sent un peu isolée. Lorsque, au cours d'un déjeuner, son père regrette de ne rien développer après toutes ces démarches, elle se plonge dans le dossier et décide de se lancer. « L'idée a fait son chemin », sourit-elle, « on a choisi le nom Océopin car c'est le pin de l'océan ». Ils hésitent dans un premier temps à vendre

« La graine de pin maritime : une merveille »

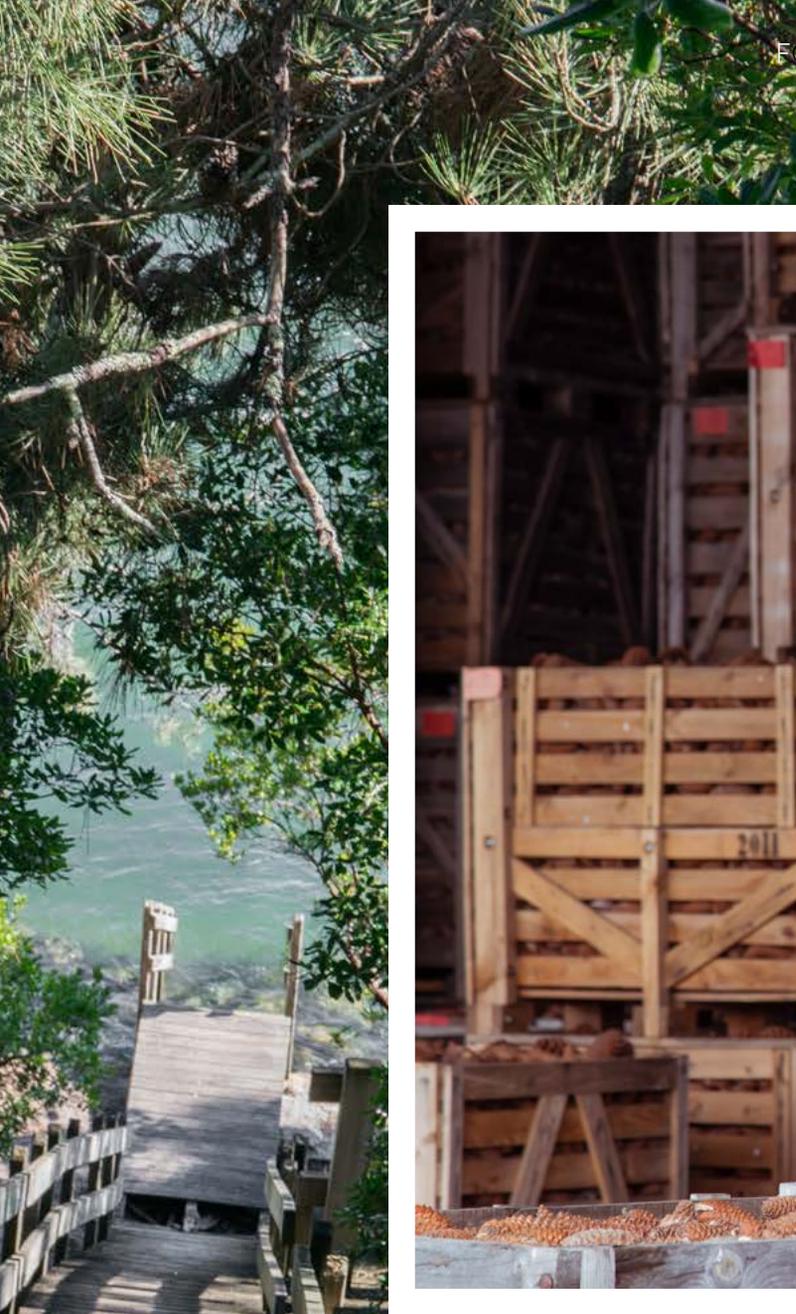
graphisme. Et pour la formulation des nouveaux produits, ils intègrent, dans la filière cosmétique d'Aquitaine (ex-Inovalis) à Pessac, une pépinière d'entreprises où ils font la connaissance de Nathalie Simonin, qui va les aider et qui dirige maintenant le pôle Cosmetic Valley à Orléans. Ils décrochent des aides dont la FAAC de la Région. « La création d'une marque demande beaucoup de fonds. » Leur produit est plutôt bien accueilli dans les pharmacies avec le développement des produits bio et des huiles essentielles. « Très sollicités, les pharmaciens appréciaient le fait qu'on leur propose un monoproduit ». Cela leur permet d'entrer dans un bon réseau de pharmacies en Nouvelle-Aquitaine. L'accueil, très favorable de la presse féminine, va ensuite permettre à la marque de s'ancrer et de continuer à se développer.

« Immortelle,  
chardon des dunes,  
oyat, **les différents  
ingrédients sont sourcés  
localement** »

### HÔTELS ET CONCEPT STORE

« Assez vite, dès 2014, on a choisi une agence de presse, My beautiful RP, spécialisée en petites marques de cosmétique bio. » Leur notoriété naissante leur permet d'être contactés par des boutiques, spécialisées cosmétiques, concept store, boutique bio avec corner beauté... En 2018, à la sortie de leur gel lavant, ils intègrent un premier hôtel, c'est celui de la Ville d'Hiver d'Arcachon dont la propriétaire flashe sur la marque. Depuis, Marina Berger a développé ce créneau qui la séduit : « Il y a peu, de petites marques dans l'hôtellerie qui est très trustée par des sociétés spécialisées en cosmétiques miniatures ». Mais, nouvelle tendance, les hôtels indépendants recherchent de plus en plus du bio, du local, mais aussi, dans un souci d'écologie (et d'économie) des contenants rechargeables. La marque Océopin a donc misé sur ce marché en développant tout un système de recharges spécifique pour les hôtels. Soit une trentaine d'hôtels, principalement en Nouvelle-Aquitaine, avec une nouvelle adresse de choix : l'hôtel *Le Garage (Régina)* à Biarritz qui vient d'ouvrir ses portes. La marque est présente dans 200 points de vente en France, ainsi que quelques points de vente en Suisse, Belgique et Allemagne, qui représentent 70 % de ses ventes, 30 % pour l'e-boutique. « Le confinement ne nous a pas du tout handicapés, l'e-commerce a pris le pas. Notre objectif est d'atteindre 550 à 600 000 € de chiffre d'affaires cette année. »





## LE DERNIER GRAINETIER LOCAL

Jean-Jacques Berger, dernier grainetier local, travaille depuis plus de 40 ans le milieu de la forêt avec son entreprise D'A Noste, leader français de la récolte des pommes de pin et la vente de ses graines pour réensemencer le massif forestier d'Aquitaine. Les pommes de pin sont récoltées dans les forêts publiques, en accord avec les forêts d'État ou des propriétaires, soit pour le droit de cueillette, contre rémunération ou pour l'entretien des forêts. D'A Noste récolte des pommes de pin de la pointe du Médoc aux Landes, en passant par le Bassin (domaines de La Teste et du Truc Vert). Océopin produit entre 500 kg et 1 tonne d'huile de pin chaque année. Sachant qu'il faut 10 kg de graines pour produire un litre d'huile.

000

## MADE IN CAP-FERRET

Marina travaille entre le Cap-Ferret et Vendays, où sont traités les pins maritimes, et mise beaucoup sur cet ancrage local. La marque compte actuellement 10 produits : des soins 100 % bio, avec une nouvelle catégorie maison avec des bougies parfumées, une brume d'intérieur et des objets pour la salle de bain. « Nous venons de lancer un porte-savon. Nous voulions une collaboration locale, et il est fabriqué par les Grés Médocains qui sont à Brach. » L'objet, en céramique vert amande, la couleur emblématique de la marque, a été dessiné par son mari architecte, David Collinet-Ourthe, qui participe à toute l'identité visuelle depuis sa conception. « C'est lui qui assure toute



la création des publicités, il a dessiné les présentoirs, l'esquisse du pin logo de la marque, et il va nous accompagner dans le design des tous les objets. » Une collaboration est également prévue entre Océopin et David Collinet-Ourthe qui a lancé une série d'affiches sur le Bassin et l'architecture. « Dans notre catégorie maison, il y aura une affiche représentant Piquey, avec les pins et la baie, emblématique du Cap-Ferret. » Poudre exfoliante, baume démaquillant 3 en 1, lait lavant gommant... la gamme est constituée de soins assez originaux. Chaque lancement de produit (environ 1 par an) est savamment réfléchi : « Nous avons la même formatrice depuis le début, on prend beaucoup de temps à l'élaboration de chacun », souligne la créatrice. La marque se démarque ainsi : « On a mis un an et demi à élaborer notre crème, mais on ne fera pas une crème de jour et une crème de nuit, pour nous c'est un discours marketing qui n'a pas de sens. On mise sur des essentiels beauté, des produits pérennes. » De la même manière, la marque est très engagée dans le zéro déchet, sans étui secondaire, avec des produits en verre, sans emballage supplémentaire. La quasi-totalité des ingrédients des différentes formules sont sourcés localement. Certains sont assez originaux, tels que l'immortelle (petite fleur jaune qui pousse à flanc des dunes, ndlr.), le chardon des dunes, l'oyat... Mais comme il est interdit de les cueillir sur les dunes, ils ont trouvé un producteur en Charente-Maritime qui les cultive. « Je me suis inspirée de la flore du Cap-Ferret pour les produits. Pour le parfum, je voulais retrouver cette odeur de pin, d'immortelle. » Nouveauté à venir pour 2022 : un contour des yeux pour la gamme visage qui va continuer à s'étoffer. Ingrédients locaux, produits sensoriels, Marina Berger Collinet-Ourthe a réussi à développer une gamme alliant naturel, simplicité et délicatesse.