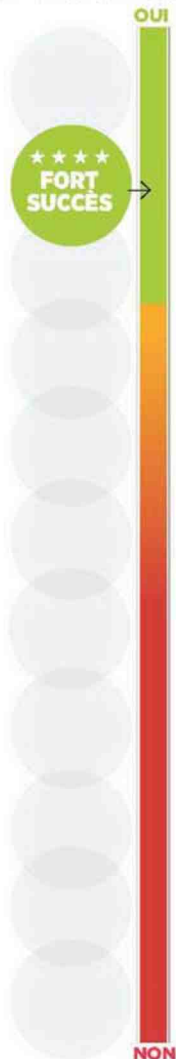


BIENTÔT SUR LE MARCHÉ



PHOTO: SP

La marque bio de L'Oréal VA-T-ELLE PLAIRE ?



Petite révolution au rayon cosmétique : L'Oréal lance en septembre La Provençale, une nouvelle marque entièrement bio destinée aux super et hypermarchés. La gamme comprend des soins du visage, des savons et des gels douche à base d'huile d'olive bio AOC Provence, tous fabriqués en France. Design épuré noir et vert, logo orné d'une branche d'olivier... La Provençale vise à séduire des consommateurs en quête de produits plus naturels. «Il était temps», résume Emily Mayer, spécialiste du secteur et directrice à IRI: d'après ses relevés, l'hygiène-beauté conventionnelle souffre, alors que le bio affiche une croissance à deux chiffres.

Et en grandes surfaces, mis à part des petites marques comme Léa Nature, la voie est libre. «En arrivant avant les autres géants des cosmétiques, L'Oréal prend de l'avance et va pouvoir inonder le marché, avec des prix défiant toute concurrence», souligne Laurence Wittner, directrice de l'Observatoire des cosmétiques. D'après elle, le champion de la beauté a donc de bonnes chances de marquer des points, d'autant qu'il consolide peu à peu sa légitimité. La preuve : le leader français vient de racheter l'entreprise allemande Logocos Naturkosmetik, une pionnière du végétal et du bio. C.D.