



Provaine, La fraîcheur à la Française

Objectifs.

Provaine est une marque de cosmétiques de luxe, 100% Française et destinée à l'export.

Son orientation marketing s'articule sur 3 axes :

- **Les points de vente en propre et franchisés : Provaine.**
- **Les gammes dédiées ou distributeurs.**
- **Le site de vente en ligne : Provaine.com.**

1. Le concept

D'origine 100% Française, de luxe et d'approche naturelle, la marque Provaine se doit d'affirmer un concept différenciateur pour pouvoir s'imposer sur les marchés mondiaux où se côtoient déjà depuis très longtemps des enseignes de cosmétique affichant les mêmes prétentions. Après une étude approfondie des définitions du luxe à la Française : Qualité et Savoir-faire, nous avons extrapolés ces notions pour sortir du cadre « classique » en développant un concept d'animation marketing originale tout en utilisant un savoir faire 100% Français.

2. L'histoire

Importateur de produits d'Asie depuis 1983, SOVHOLDING, en la personne de son Président, Damien Blanchy a tissé un réseau de relations extrêmement dense en Asie et plus particulièrement en Chine. En Mai 2011, un de ses fournisseurs historiques lui demande de le mettre en contact avec une marque de cosmétiques Française afin de développer un réseau de distribution propre en Chine. Il associe Olivier Fiastre à ce projet. Ils décident de créer leur propre marque de cosmétiques destinée à l'export. Ils sélectionnent alors des producteurs et s'assurent des compétences d'un expert en cosmétiques et en réglementation : Laurent Bousquet. En décembre 2011 sont créés SAS Provaine au Capital de 100 000 € en France. Une production pilote sur une gamme de 70 Références a été réalisée au deuxième semestre 2012. Les emballages et contenants ont été intégralement revus et certaines formules retouchées. La gamme complète sera certifiée et testée cliniquement fin septembre 2013.

3. Les moyens.

PROVAINE SAS dispose des infrastructures mis à disposition par SOV HOLDING, 5000 m² d'entrepôts avec logistique containers sur Rognac, Secrétariat, comptabilité, services juridiques, bureaux sur Toulon ainsi que les moyens mis à disposition en Chine dans la région de Hong Kong et de Shenzhen : Show room, bureaux, staff bilingue.

4. La stratégie de développement.

Provaine est une marque déposée au niveau international, la distribution géographique de la marque s'effectue à travers des distributeurs exclusifs exploitant des pays ou ensembles géographiques cohérents.

A travers ces partenaires, trois types de diffusion sont envisagés :

- La distribution directe. A travers un réseau de points de vente physiques en propre ou en franchise, une charte a été établie, elle concerne les implantations, la décoration et le mobilier. Notre équipe intervient avec les partenaires locaux pour adapter chaque point de vente au « concept store » Provaine.
- Les réseaux distributeurs. Parfumeries, magasins spécialisés, pharmacies et parapharmacies à travers une de nos marques déposées ou sous de marques distributeurs sous forme de corners. La grande distribution dans une version « grand public ».
- La vente sur Internet. Vecteur incontournable aujourd'hui. Le site institutionnel en Français est en ligne: www.provaine.com

5. Les produits.

Tous les produits commercialisés sont conçus par nos partenaires techniques en fonction d'un cahier des charges rédigé par Laurent Bousquet, notre expert en cosmétiques.

Notre démarche générale est articulée autour de deux axes :

- Une gamme générique représentant 70 références. Véritable tronc commun.
- Des gammes spécifiques élaborées avec nos clients locaux en fonction des spécificités climatiques, des habitudes et des sensibilités régionales.

6. La sécurité.

Chaque produit est testé en laboratoire puis validé par un collège d'utilisatrices sur place, ils correspondent au plus près aux exigences des marchés en termes de besoins, de texture, et de parfums. Une batterie de tests extrêmement contraignante est effectuée pour chaque produit pour pouvoir garantir une conformité intransigeante avec le règlement européen 1223/2009.

7. La Production.

Nous nous appuyons sur les meilleurs producteurs indépendants en fonction de leur spécialisation et leur capacité de production. Nos partenaires respectent tous les exigences des Bonnes Pratiques de Fabrication des produits cosmétiques (Norme ISO 22716).

Grâce à l'expérience et la connaissance des intervenants de la filière cosmétique, nous avons pu établir des partenariats de qualité nous garantissant de pouvoir face à tout développement.