



Les tout premiers flacons de la marque.

En coton bio, le Sac pour la Vie est vendu au profit de Children on the Edge, une association qui vient en aide aux orphelins.



Anita Roddick, fondatrice de la marque.

Fabriqué en Inde par Teddy Exports, ce masseur en bois pour les pieds est le premier produit issu du commerce équitable, vendu par The Body Shop.



La première boutique The Body Shop à Brighton, ouverte en 1976.



Lumineuses et décorées de bambous, les boutiques font peau neuve.



Lait de bain Confort et Évasion, dans la nouvelle gamme Bien-Être.



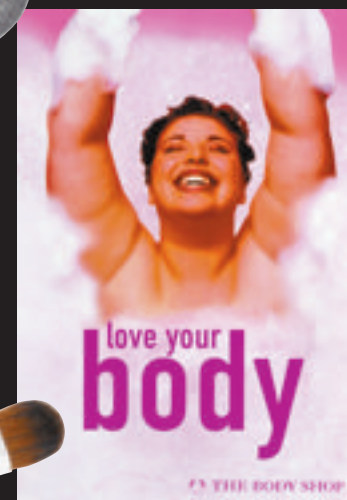
Avec White Musk, le Body Butter au karité est un des best-sellers de la marque.



Le programme « commerce équitable » profite à plus de 25 000 personnes à travers vingt-quatre pays.



La nouvelle gamme de maquillage aux pigments minéraux.



« Aimez votre corps ». En 1997, une campagne incite les femmes à s'accepter telles qu'elles sont.

The Body Shop, l'éthique cosmétique

BEAUTÉ

Fondée en 1976 par Anita Roddick, la marque rachetée par L'Oréal est aussi célèbre pour ses soins naturels que pour son engagement dans le commerce équitable.

NOMBREUSES sont les quadras qui ont porté White Musk adolescentes et l'évoquent comme leur première arme de séduction. Vingt-sept ans après sa création, le parfum aux notes fleuries et musquées reste un best-seller (il s'en vend trois flacons toutes les deux minutes dans le monde), tout comme les beurres corporels, dont plus de 150 millions d'unités ont été vendues en quinze ans sur les cinq continents. C'est la clé du succès de The Body Shop : avoir su conquérir les femmes de tous les pays avec des formules simples et jolies, aux parfums enivrants, présentées dans des boutiques accueillantes.

Tout commence à Brighton, en 1976, quand Anita Roddick, soutenue par son mari, décide d'ouvrir un magasin de beauté. Dès le départ, son ambition est claire : vendre des produits à base d'ingrédients naturels, comme l'avocat

ou le karité, ce que ne proposait pas encore l'industrie cosmétique. Écologiste de la première heure, elle conçoit des emballages sobres, rechargeables, déclinés dans des petits formats. Les clients, séduits par le concept et la personnalité de la créatrice, se bousculent. En 1978, une deuxième boutique ouvre ses portes à Bruxelles. Trente ans plus tard, The Body Shop en possède plus de 2 500 dans soixante pays...

« Si vous vous sentez belle, vous serez belle »

Contrairement à la plupart des autres marques, les produits et leur mise en place ne diffèrent pas d'un pays à l'autre, même si les notes fruitées ont sans conteste plus de succès en Asie et qu'en Europe, les parfums nature comme l'olive ou le karité ont plus la cote. Le talent de The Body Shop est aussi d'avoir conçu des boutiques qui n'intimident pas les femmes et attirent également les hommes. « Nous avons été les premiers à mettre en place les testeurs libres, afin d'offrir un accès plus facile aux produits et de laisser chacun se décider », explique Philip Clough, directeur de marque The Body Shop International. Simple, accessible, humaine, ces trois qualifica-

tifs définissent la marque qui se veut proche des consommateurs, auxquels The Body Shop s'adresse de manière franche : elle est non seulement l'une des premières à avoir publié un rapport social et environnemental, désormais consultable par tous sur le site Internet. « La communication est l'une des forces de The Body Shop, qui se revendique comme une marque à la fois sociale et commerçante, souligne Philip Clough. Que ce soit à travers les campagnes pour les droits de l'homme ou pour la protection de l'environnement, nous diffusons des messages forts. »

Précurseur, en 1998 The Body Shop imagine la poupée Ruby dont les formes généreuses prônent l'estime de soi et prennent le contre-pied des stéréotypes en vigueur. « Si vous vous sentez belle, vous serez belle », proclament les affiches. Anita Roddick collabore aussi régulièrement avec Greenpeace et crée un département protection de l'environnement en 1985. Après des années de lutte, elle parvient en 1998 à faire interdire par le gouvernement britannique les tests sur les animaux pour les ingrédients et produits cosmétiques. En 1990, avec pour devise « utiliser la richesse pour diffuser nos idées », Anita Roddick crée la Fondation The Body Shop. Elle a pour but d'encourager financièrement des organisations de terrain, œuvrant pour les droits de l'homme et la protection de l'environnement et de la vie animale.

Elle engage aussi son entreprise dans le commerce équitable. Dès 1987, elle fait appel à un producteur indien pour fabriquer des accessoires de massage pour les pieds. Huile de soja bio produite au Brésil, miel biologique de Zambie, beurre de cacao du Ghana... le programme concerne plus de vingt pays.

Dernière coopération en date, le soutien d'une communauté des îles Samoa dans le sud du Pacifique. « En offrant à ces familles la possibilité d'accéder aux marchés internationaux pour vendre leur huile, nous leur permettons de devenir autonomes », explique le Dr Graham Clewer, directeur de l'équipe Éthique Europe. C'est le seul moyen d'arrêter les flux de migration provoqués par la recher-

che d'emploi. » L'huile de noix de coco biologique qu'ils produisent sera intégrée dès 2009 à une nouvelle gamme de soins.

Plus de principes, moins de conservateurs

À l'heure où de nombreuses marques se lancent sur le marché des produits bios, The Body Shop veut affirmer son discours. « Depuis trente ans, nous nous sommes focalisés sur l'utilisation d'ingrédients naturels et le désir de les acheter à des communautés marginalisées », déclare Laure Cummins, directrice Produits Europe et Moyen-Orient. Depuis plusieurs années, nous retirons les conservateurs. Notre objectif : que 80 % de nos produits n'en contiennent plus d'ici à 2010. » Deux gammes viennent déjà d'être lancées : la ligne Bien-être, basée sur les principes de l'aromathérapie, et Nature's Minerals, du maquillage sans parfum et à base de pigments minéraux.

Par souci d'éviter tout gaspillage, les produits n'ont jamais été

vendus sous emballage et les premiers gels douche aux flacons 100 % recyclables sont en rayon depuis le début de l'année. Pour ne pas être noyé sous le flot des produits bios, The Body Shop profite de la tendance pour reprendre la parole.

« Nature's Way To Beautiful » : c'est le slogan de la marque pour insister sur le soin apporté à la sélection et l'achat des ingrédients, toujours dans le respect de l'homme. Actuellement, dans les boutiques redécorées, les consommatrices peuvent acheter le Sac pour la Vie, en coton biologique, dont les bénéfices viennent en aide aux orphelins. « Nous avons nos fidèles mais, globalement, le comportement des consommateurs a changé, constate Philip Clough. Des études montrent que 77 % d'entre eux prennent en compte, lors d'un achat, le comportement et l'éthique d'une entreprise qu'il y a cinq ans. » Après son rachat par L'Oréal en 2006, The Body Shop a conservé son indépendance au sein du groupe

Repères

- 1976** : Anita Roddick ouvre sa première boutique à Brighton.
- 1986** : « Sauvez les baleines », première grande campagne en collaboration avec Greenpeace.
- 1987** : premier produit issu du commerce équitable, un masseur en bois pour les pieds, acheté en Inde.
- 1990** : création de la Fondation The Body Shop, qui défend les droits de l'homme.
- 2006** : la marque est rachetée par L'Oréal.
- 2007** : décès d'Anita Roddick.
- 2008** : ouverture de la 50^e boutique française The Body Shop, le 13 septembre à Paris.

et, jusqu'à sa disparition, en 2007, Anita Roddick est restée membre du conseil d'administration et consultante. Aujourd'hui la marque poursuit ses combats, sans perdre de vue les contraintes du marché des cosmétiques.

MARIE LÉTANG

ORCHESTRE RÉGIONAL
Cannes
Provence Alpes
Côte d'Azur

Direction artistique Philippe Bender
www.orchestre-cannes.com
SAISON 2008 / 2009

L'Orchestre Régional de Cannes PACA reçoit les plus grands solistes
NATALIA GUTMAN, SIR JAMES GALWAY & LADY JEANNE GALWAY, SHARON BEZALY, ALDO CICCOLINI, PAUL BADURA-SKODA, BRIGITTE ENGERER, JOAQUIN ACHUCARRO, LAURENT KORCIA, FRANK BRALEY

... s'installe en résidence dans les quartiers nord de Marseille
DU 21 AU 23 OCTOBRE 2008

... exporte son répertoire vers d'autres publics
CONCERTS EN PRISON, MAISONS DE RETRAITE, HÔPITAUX

Offrez-vous un des plus beaux spas océaniques du monde !

OFFRE SPÉCIALE AUTOMNE

CURE MARINE
> 1190 €/pers.*

5 nuits en ch. double, petits déjeuners, 5 jours de soins, 4 soins individuels par jour dont 1 massage.

*À partir de. Sous réserve de disponibilité. Offre valable jusqu'au 31.03.2009.

À Saint-Jean-de-Luz, découvrez un spa océanique luxueux dans un palace belle époque posé sur la plage et profitez de soins d'eau de mer incomparables.

GRAND HÔTEL
LOREAMAR THALASSO SPA
Saint-Jean-de-Luz

Renseignements :
05 59 26 35 36
www.luzgrandhotel.fr