

11
octobre

Abyssea, un trait d'union entre beauté et santé

Écrit par Fabienne BERTHET Publié dans Start-Up Taille de police Imprimer E-mail Soyez le premier à commenter!

Accompagnée par le start up Studio de l'Occitane, la gamme Abyssea de la société Aquabiomass comporte plusieurs compléments alimentaires. Sa plus value ? Une traçabilité totale, du choix des matières, au processus de fabrication en passant par l'emballage et le packaging.

Marque de nutri-cosmétiques innovante à base d'algues et d'actifs marins imaginée par Stéphanie Pierre en 2014 Abyssea a fait des micro-algues un marché porteur. Docteur en biologie marine, cette enseignante chercheuse a choisi de se lancer dans l'entreprise et de créer sa structure, Aquabiomass pour mieux commercialiser des produits issus de la R&D. Mêlant algues et actifs marins, sa gamme de compléments alimentaires de 6 références intervient sur le segment de la micro nutrition, ciblant la détox, la sérénité, les défenses immunitaires, le capital osseux, la vitalité, la minceur et l'antiâge. Après avoir élaboré en 2014, une première formule autour de la spiruline française de qualité, à la fois anti inflammatoire et antioxydante, elle s'est attaquée à la chlorelle puis à la klamath. Cette cyanobactérie sauvage figure parmi les premiers micro-organismes apparus sur la terre et se trouve uniquement dans le lac Klamath en Oregon. « La matière brute est acheminée et transformée en France », relève Stéphanie pierre, vigilante sur chaque process. Les gélules sont d'origine végétales sans solvant. De même, les emballages sont recyclables. « La traçabilité à chaque étape est indispensable ». D'ici quelques mois, Stéphanie Pierre entend déployer une gamme cosmétique parce le lien entre santé, alimentation, beauté et bien-être est, pour elle, évident. Accompagnée et accéléré par le start up studio de l'Occitane, Obratori qui a pris des parts dans l'entreprise, Aquabiomass vie un développement croissant. Présente dans une cinquantaine de points de vente dont plusieurs spas, elle dispose aussi d'un site marchand qui devrait faire passer son chiffre d'affaires de 50 000 euros en 2018 à 100 000 euros cette année.

Photo : Stéphanie Pierre, fondatrice de la gamme Abyssea.