

Leurs produits biologiques ont bien grandi

L'entreprise Fleur des Mauges, devenue Pure, a fêté ses 30 ans ce week-end et ne compte pas s'arrêter là. Objectif ? Se faire connaître au-delà de la région.

L'histoire

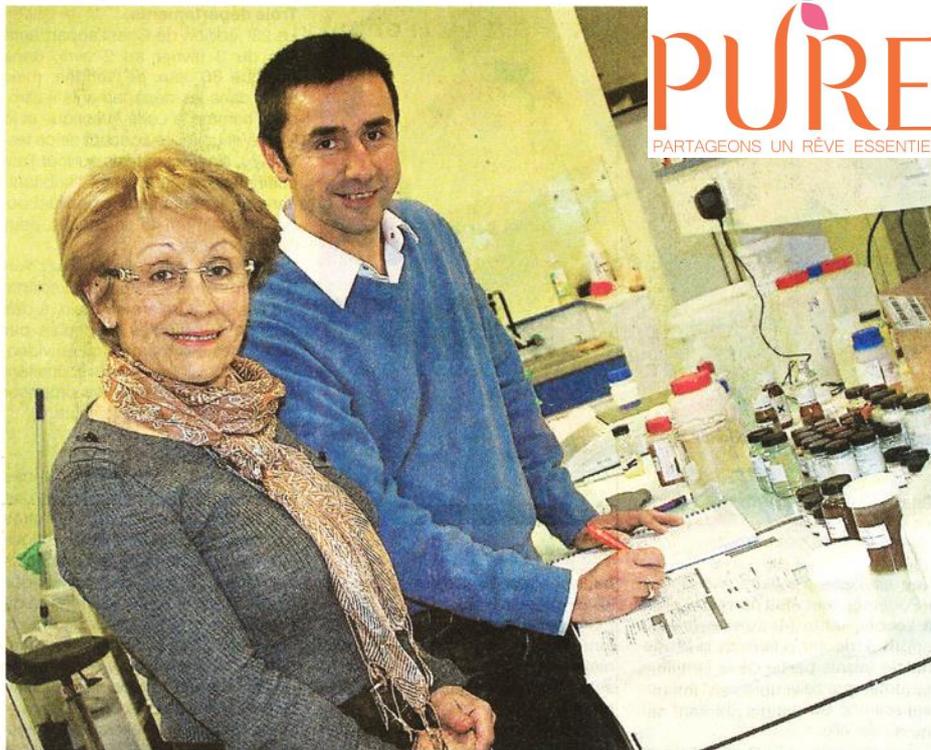
Tout est né d'une allergie. Ou de plusieurs, on ne sait pas bien. Mais peu importe. Il y a une trentaine d'années Jeanine Gabory ne supporte plus bien certains produits cosmétiques qu'elle achète dans le commerce. « Des produits de synthèse », dit son fils Samuel Gabory, qui dirige aujourd'hui Nature et stratégie (1). Jeanine se met alors en quête de produits naturels qui seraient aussi « efficaces et minimiseraient les problèmes de santé ». Elle cherche et... trouve.

« Pas si évident à une époque où les notions de bio et de naturel n'étaient pas à la mode », poursuit Samuel Gabory. La mayonnaise prend. Shampoings, gels douche, crèmes, mais aussi lessive ou produit vaisselle sont conçus et produits à Somloire, à une bonne vingtaine de kilomètres à l'Est de Cholet.

Bouche-à-oreille

Fleur des Mauges, c'est le nom de l'entreprise à sa création, essaime. Le bouche-à-oreille s'en charge plutôt bien. Car pas question de poser les produits de la marque en tête de gondole des supermarchés. Pas le genre de la maison. « Dès le début, ma mère a choisi le vecteur de la vente à domicile. Ça nous permet d'être au contact direct, et d'avoir un retour sur nos produits et les attentes de nos clients. »

Et ça marche plutôt bien : 450 vendeuses à domicile sillonnent les Pays de la Loire essentiellement, mais aussi « un peu » la Bretagne, le Nord et la région Rhône-Alpes, pour Fleur des Mauges, devenue Pure (pour Partageons un rêve essentiel). Des salariés au statut d'indépendants auxquels il faut ajouter une soixantaine



Jeanine Gabory a créé Fleurs des Mauges il y a trente ans. C'est son fils, Samuel Gabory, qui dirige le groupe aujourd'hui.

de permanents travaillant dans la logistique, l'administratif ou le commercial.

C'est dans le même état d'esprit que le groupe cherche aujourd'hui à axer son développement sur Internet : « On est dans le collaboratif, où chacun peut faire partage son expérience. Comme ce que nous faisons déjà depuis trente ans », Samuel Gabory.

Aujourd'hui, Pure souhaite s'ancrer

encore plus dans le territoire qui l'a vue naître, « en étant encore plus près de la production végétale, afin de mieux la maîtriser en amont. Nous disposons déjà une ferme à Somloire, dans laquelle nous faisons de la production de plantes. Mais nous nous fournissons aussi beaucoup près des producteurs locaux. »

Le local donc, pour l'implantation, mais le national pour la commercia-

PURE
PARTAGEONS UN RÊVE ESSENTIEL

lisation et le développement : « C'est ce que nous souhaitons développer dans les cinq prochaines années. Et pourquoi pas l'export ? »

Vincent COTINAT.

(1) Nature et stratégie est la maison mère de Pure, Alvend (quarante salariés), et du Comptoir des Lys (une vingtaine de salariés).

Ouest France – Lundi 26 septembre 2016

Le labo d'alchimiste de Pure s'ouvre et va s'agrandir

L'entreprise spécialisée dans les produits bio cosmétiques et d'entretien Pure a ouvert les portes de son laboratoire de Somloire, le week-end dernier. Un lieu qui va s'agrandir l'an prochain.

Une fois n'est pas coutume, les abords du site Pure de Somloire étaient pleins, ce dimanche. Comme elle le fait tous les deux ans, l'entreprise a ouvert les portes du laboratoire dans lequel 70 personnes imaginent, préparent et conditionnent les produits d'entretien et cosmétiques vendus par la marque. Plus de dix tonnes de mélange sortent d'ici chaque jour (huit de détergents et trois de cosmétiques en moyenne).

« Doubler la surface »

Samuel Gabory, le directeur, attendait « 2000 personnes en deux jours » entre les 450 représentantes et leurs familles, les clients et les curieux. Les



Somloire, dimanche 25 septembre. Le site de Somloire génère plus de 10 tonnes de produits au quotidien. Photo CO - Etienne LIZAMBARD.

visiteurs ont découvert les quatre pôles d'activité du site : la recherche et développement, la fabrication, le conditionnement et le contrôle qualité. La partie fabrication était pour

beaucoup la plus mystérieuse. Alors Pure a mis sur des explications précises détaillant la composition de certains produits et sur la différence

entre la partie cosmétiques et la partie détergents.

L'occasion d'en savoir plus sur les pratiques d'un secteur pas toujours bien connu. Parmi les particularités présentées : la gestion de l'air. Pour les cosmétiques, elle est indispensable. La salle qui abrite les cuves est en surpression pour empêcher l'entrée des particules. « Les gens aiment bien qu'on leur explique ça, juge Samuel Gabory. Nous n'avons rien à cacher. » Le responsable a aussi profité de l'événement pour annoncer l'agrandissement prochain des locaux afin de répondre à l'augmentation constante de l'activité. « Nous allons doubler la surface en 2017-2018. Cela va aussi permettre de nous automatiser, c'est une des clés d'un point de vue industriel. » L'emploi devrait ainsi continuer de progresser dans une entreprise qui est passée de 11 à 140 salariés en une quinzaine d'années.

V. L.