

Economie | Margot & Tita, le parfum bordelais et éco-responsable qui rêve d'international



Après quinze ans dans le développement commercial à l'export dans le commerce international, Julie Schoell a fondé Margot & Tita à Bordeaux en 2018. Forme d'hommages à ses deux grand-mères qui donnent leur nom à la société, l'entrepreneure propose un parfum pour l'environnement et aux senteurs de son enfance. L'entreprise vise 1450 nouveaux points de ventes dès le début de l'automne. Rencontre avec une jeune entreprise qui rêve de conquérir le monde avec ses parfums mélangeables.

« Puisque je ne trouvais pas de marque dont j'adhérais aux valeurs et aux engagements, j'ai créé la mienne ». Voici comment est née Margot & Tita en 2018, sous l'impulsion de Julie Schoell, rejointe par son associée Audrey Maingault le « nez » de l'entreprise également en charge du marketing. Après une quinzaine d'années dans le développement commercial, notamment à l'international, Julie Schoell avait envie d'autre chose. « Je n'étais pas forcément raccord avec les valeurs des marques pour lesquelles j'ai travaillé, j'étais même frustrée », se remémore l'entrepreneure. Ainsi, elle a fondé sa marque de parfums éco-responsables, en lui donnant le prénom de ses grand-mères qui lui ont transmis un champ olfactif et un mode de vie singulier. « Margot et Tita étaient mes inspirations de départ », ajoute Julie Schoell.

Margot, originaire du Lot-et-Garonne, représente l'authenticité, le naturel, la simplicité. « C'est comme si on était dans du coton, sourit Julie Schoell. Quand je vais dans le Lot-et-Garonne, la terre a une odeur ». L'autre grand-mère, Tita, représente une forme de féminité, un fort caractère, le chic. « J'étais admiratrice du goût et de la féminité de ma grand-mère », affirme la cheffe d'entreprise. Outre l'inspiration familiale, la fondatrice de Margot & Tita met un peu de Bordeaux dans ses parfums, « l'océan à proximité, les balades sur les quais, j'essaie de mettre un peu de tout cela dans les produits. Mettre une senteur sur le papier, ce n'est pas évident ».

Un produit éco-responsable et mélangeable

Si l'entrepreneure a fondé Margot & Tita, c'est aussi pour défendre des valeurs qu'elle ne retrouvait pas forcément dans ses expériences passées. Parmi elles, la nature et le respect qu'on lui doit. Exit donc l'emballage, « souvent jeté après ouverture » glisse Julie Schoell. Les produits sont made in France et vendus dans des récipients en verre ou en plastique recyclé. « Nos parfums sont éco-responsables jusque dans la composition du produit, affirme la présidente de Margot &

Tita. Nous utilisons de l'alcool de blé ou de betterave pour nos mélanges. La seule trace de synthèse dans la conception de nos produits sert à maintenir une certaine qualité ou apporter des senteurs animales comme le musc ».



Margot&Tita vient de lancer une gamme de brumes parfumées déjà commercialisée en Pologne. ©Karen Petit

Outre l'aspect environnemental, Margot & Tita s'appuie sur deux arguments : un produit abordable, qui peut-être mélangé. « Nos produits sont à collectionner et assortir, précise Julie Schoell. Un peu comme un dressing mais avec du parfum. Le 'mix&match' (mélanger et assortir, littéralement) permet de créer un parfum unique et séduit particulièrement ».

Un développement rapide, ralenti par le Covid-19

Margot & Tita est entrée en phase de commercialisation en fin d'année 2018 et a rapidement séduit des distributeurs prestigieux, à l'image de Marionnaud ou les Galeries Lafayette. « Quand nous avons créé la collection, nous savions déjà ce que nous voulions faire et à qui le vendre, c'était un plus pour nous », éclaire Julie Schoell. Début octobre, la marque compte ouvrir 1450 points de vente, majoritairement en France mais aussi en Europe, portant ainsi le total à 1780 points de vente. « Nous avons cinq réseaux de distribution, affirme la cheffe d'entreprise. Les chaînes de parfumerie comme Marionnaud, les grands magasins comme les Galeries Lafayette, les drugstores (à l'étranger surtout, pharmacie et parapharmacies en France), les espaces duty-free comme à l'Aéroport de Bordeaux Mérignac et Internet ».

Ce développement éclair a été échancré par l'épidémie de coronavirus, sans pour autant l'arrêter net. « Les dégâts sont importants au niveau économique dans le monde, mais même si notre développement a été ralenti par l'épidémie nous avons été peu impactés par le virus dans la mesure où il n'a fait que décaler nos projets de trois mois ». Ce trou d'air de trois mois a permis à Julie Schoell et ses collaboratrices de se recentrer sur leur projet et développer le site internet de l'entreprise. La fondatrice de Margot & Tita s'attendait à une deuxième année d'existence (2020) « incroyable », mais s'estime chanceuse. « Nous sommes en phase de démarrage, c'est moins dramatique. Nous affichons malgré tout une croissance de 55 % sur 2020 jusqu'à maintenant ». La marque bordelaise vient de lancer une gamme de brumes parfumées en France et en Pologne et vise désormais un développement européen puis international.

Yoan Denéchau

*Crédit Photo : Julien Boyer
Publié sur aqui.fr le 10/09/2020
[Url de cet article](#)*