

Ecrit par le 7 février 2026

L'enseigne de cosmétiques Rituals débarque à Aushopping Avignon Nord



Ce jeudi 14 août, une nouvelle boutique ouvre ses portes au sein du centre commercial Aushopping Avignon Nord. Il s'agit de l'enseigne de cosmétiques [Rituals](#).

L'enseigne cosmétiques Rituals, déjà implantée chez nos voisins bucco-rhôdaniens, gardois et drômois, installe sa première boutique en Vaucluse. Et c'est dans le centre commercial Aushopping Avignon Nord que la marque s'établit, entre le café Starbucks et l'enseigne LPB Woman.

La boutique Rituals proposera des produits de bien-être. Soins corps, senteurs envoûtantes, bougies, thés ou encore brumes d'oreiller, il y en aura pour tous les goûts. Et pour célébrer l'arrivée de la marque dans le centre commercial, des surprises exclusives et des offres en édition limitée seront proposés aux clients les premiers jours d'ouverture.

Ecrit par le 7 février 2026

Ouverture ce jeudi 14 août à 9h.



©Aushopping Avignon Nord

Ecrit par le 7 février 2026

Deep Smooth : un produit naturel de lissage et de coloration



Novantic est une jeune entreprise technologique qui vient de s'installer dans le Vaucluse. Elle occupe depuis 2024 les locaux loués par la [CoVe, Ma Première Usine](#). La production d'un produit naturel de lissage se lance fin août. Il va permettre d'avoir des cheveux lisses, sans utiliser la chaleur du fer à lisser ou des produits agressifs.

« Novantic est la fusion de novateur et d'antiquités. [Fatima Errakhaoui-Mura](#), mon épouse, présidente de l'entreprise, a eu l'idée de réunir deux univers diamétralement opposés que son la cosmétopée, cosmétique ancienne, et la cosmétique moderne. Ayant grandi avec des tantes issues de tribus berbères, dès son plus jeune âge, elle a appris à résoudre ses propres problématiques capillaires et dermatologiques, plutôt par des solutions naturelles que par des produits grands public », explique [Steve Mura](#), cofondateur de l'entreprise qui s'occupe des parties communication, marketing et commerciale.

Ecrit par le 7 février 2026

Fusionner les deux cosmétiques

Fatima Errakhaoui-Mura, qui est une autodidacte, a eu l'idée de concilier les deux cosmétiques, en remettant au goût du jour des ingrédients oubliés avec la technologie moderne, comme l'extraction moléculaire. Réalisant d'importants investissements en recherche-développement, elle a alors confronté le savoir des anciens à la science d'aujourd'hui, afin de répondre à sa propre problématique capillaire. « Nous sommes allés au cœur des molécules. Cette forme de chimie verte a conduit au lancement du premier produit, le Deep Smooth, voulant dire lissage profond. »

Un produit de lissage, de détente et de booster capillaire

Deep Smooth permet à la fois le lissage et la coloration brune pour les cheveux, sans avoir besoin de fer à lisser. Il est certifié 100% naturel, contrairement au lissage brésilien chimique. Il s'adresse aux cheveux texturés. Trois ingrédients rentrent dans ses compositions : noix de galle de tamarix, huile d'olive et une poudre minérale. Le savoir-faire vient ensuite dans la manière de préparer ces 3 produits afin d'activer les molécules intéressantes.

« Notre objectif de recherche est de pouvoir proposer le produit pour les cheveux blancs, châtais et roux, en plus des bruns. Nous travaillons à ce sujet en partenariat avec l'université d'Avignon. » En plus du lissage, ce produit permet également d'améliorer la santé du cheveu sous forme de booster capillaire. Il a également un effet détente sur le cheveu.

Création en 2019

L'entreprise a été lancée en 2019 à Mulhouse. Elle a eu l'aide de deux incubateurs, dont un spécialisé dans la cosmétique à Chartres. Après la difficile période du Covid et la mise au point du produit, des brevets longs à valider sont déposés en 2022 à l'INPI. « Il nous fallait également trouver des fonds car les recherches sont coûteuses avant de lancer le produit. L'entreprise obtient des aides diverses dont une de la BPI, banque publique d'investissement. Elle cherche ensuite un laboratoire.

Ma Première Usine

« Nous avons eu la chance de tomber sur une annonce de la CoVe sur le Marché-gare à Carpentras, qui a des mini-usines en location. Le local, sur la surface de 300m², est parfaitement adapté aux normes cosmétiques, à un prix défiant toute concurrence. » L'accord est conclu début 2024. Le lancement de la production qui était prévue mi-2024 a été retardée pour des raisons de réglementation et de certification. L'entreprise doit lancer son produit fin août. « Il y a un an, nous voulions commercialiser auprès des professionnels comme les coiffeurs en B to B. Pour des raisons de rentabilité et de technique d'utilisation du produit, nous avons décidé de passer à 100% en vente directe consommateurs sur internet. Sur notre site, il y a un tutoriel expliquant les modalités d'utilisation du produit », explique Steve Mura. Les perspectives de Novantic sont le développement à l'international. La société va également solliciter une levée de fonds pour assurer son développement.

Novantic en chiffres :

Ecrit par le 7 février 2026

- Chiffre d'affaires 2025 sur 4 mois : 250 000€ avec un objectif en 2026 à 3M€
- Embauches d'une directrice en recherche-développement et d'un social média manager pour les réseaux sociaux
- Première entreprise française à commercialiser un produit lissant au Brésil
- La startup a été accompagné par Vaucluse Provence Attractivité

La France domine le marché mondial des cosmétiques

La France domine le marché mondial des cosmétiques

Marques de cosmétiques les plus valorisées en 2025, en milliards d'euros



Source : Brandirectory



statista 

L'Union européenne a signé, dimanche 27 juillet, un [accord commercial avec les États-Unis](#) qui réduit de 30% à 15% les droits de douanes sur les produits ciblés en avril par l'administration Trump. Ces nouveaux tarifs douaniers, censés entrer en vigueur les 7 août, devraient s'appliquer à environ 70% des importations de l'UE vers les États-Unis. Parmi les produits touchés figurent les cosmétiques : pour ces produits, les droits de douanes vont en effet passer de 0% à 15%, une augmentation qui risque d'affecter

Ecrit par le 7 février 2026

les exportations françaises, qui représentaient plus de 3 milliards d'euros en 2024.

Comme le montre notre infographie, basée sur des données compilées par le site [Brandirectory](#), cinq des huit entreprises de cosmétiques les plus valorisées dans le monde sont françaises. L'Oréal, qui a occupé la première place du classement cinq ans d'affilée, arrive cette année deuxième après avoir été détrôné par la marque de luxe Chanel, dont le secteur des cosmétiques est à lui seul valorisé à 24,5 milliards d'euros en 2025. En troisième position, on retrouve l'entreprise américaine Gillette, valorisée à 8,2 milliards d'euros. Guerlain, Lancôme et Garnier figurent également au classement, avec des valorisations comprises entre 4,7 et 6,9 milliards d'euros.

De Valentine Fourreau pour Statista

'Panier des sens en Provence', s'installe à Avignon et à l'Isle-sur-la-Sorgue

Ecrit par le 7 février 2026



Panier des Sens en Provence, marque familiale de cosmétique d'origine naturelle made in Marseille vient de s'installer à Avignon, 7 place du change et à l'Isle-sur-la-Sorgue, 30, rue Carnot.

Son inspiration ? La douceur de vivre et le bien-être de la Provence ainsi que son engagement pour créer des soins naturels en collaboration avec des récoltants, producteurs et fabricants locaux dans le respect de l'environnement. C'est ainsi que les soins corps et visage contiennent entre 95% et 100% d'ingrédients d'origine naturelle. La nouveauté ? L'entreprise marseillaise vient de lancer une gamme de parfums d'intérieur naturelle et éco-conçue.

Ecrit par le 7 février 2026



Avignon & l'Isle-sur-la-Sorgue

La franchise d'Avignon est dirigée par Philippe Richoux avec Virginie Belley, responsable de la boutique. Ils proposent de découvrir leur orgue à parfums, dans une ambiance conviviale assortie d'une remise de 10% des produits lors de cette soirée d'inauguration. La boutique Panier des sens à l'Isle-sur-la-Sorgue est tenue quant à elle par Sophie Lemoine.

Ce qu'on y trouve

Panier des sens propose de la cosmétique naturelle corps, visage, mains, savons et eaux de toilette ainsi que des eaux de toilette et des parfums d'intérieur. Les packagings sont recyclables et le développement des packagings recyclés représentent 13,9 tonnes de plastiques vierge économisé ainsi que 83% d'aluminium également recyclé. La marque s'est aussi lancée dans les shampoings et après-shampoings solides conditionnés dans des emballages papier ou carton issus de forêts gérées durablement. Les savons liquides et les gels douche sont vendus en vrac et disposent d'éco-recharges. Enfin, 1% du chiffre d'affaires réalisé par la collection des éco-recharges des savons liquides est reversé à deux associations de protection de l'environnement partenaires : [France Nature environnement](#) et [Conservatoire d'espaces naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur](#).

Ecrit par le 7 février 2026



Soins Visage



Soins Cheveux et Corps



Soins pour Homme



Fragrances & Soins Corps



Ambiance et Maison



Collections Eco-Friendly



L'art d'Offrir

Les infos pratiques

L'inauguration des deux lieux aura lieu respectivement mercredi 10 mai à 18h pour Avignon et mardi 23 mai à 18h30 pour l'Isle-sur-la-Sorgue.

En savoir plus

L'enseigne dispose de 17 boutiques dont 9 en propre comme Paris, Aix-en-Provence, Nice et Lyon et 3 franchises à Nancy, Avignon et l'Isle-sur-la-Sorgue. A l'international 5 boutiques en franchises sont implantées dont 3 en Chine et 2 à Hong Kong. Quatre sites Internet existent, outre en France, en Allemagne, en Italie et United States. D'autres ouvertures de boutiques sont encore prévues en France, en Allemagne et en Chine au cours de cette année.

Ecrit par le 7 février 2026



Des corners aussi

Pour gagner en visibilité et en notoriété, l'enseigne a multiplié les partenariats auprès de plus de 3 000 points de vente au national comme à l'international avec les Galeries Lafayette, au Printemps, au BHV, chez Globus, Ludwig Beck, takashimaya, Diamand ; En parfumerie chez Douglas, Nocibé, Monoprix, Une heure pour soi, beauty success ; En Travel retail -commerce de détail- chez Aelia Lagardère, Lotte/Shilla, BERetail ; En parapharmacie chez Monge, Aprium et Citypharma. www.panierdessens.com

Ecrit par le 7 février 2026

Cosmétiques d'origine naturelle depuis 20 ans

