

# CAPILANTE *FAIT SA MUE*

Créée en 1972 par un coiffeur et un phytothérapeute, reprise par le Laboratoire Paris Dôme en 1998, lui-même racheté par Grégoire Rolland en 2008, la «petite» marque CapiPlante a fait du chemin. Ses formules combinent depuis l'origine des huiles essentielles 100% naturelles et bioactives, qui favorisent le processus d'auto-réparation de la peau comme de la fibre capillaire. Aujourd'hui dotée d'un nouveau packaging, d'un nouveau logo, d'une charte graphique modernisée et d'un site web flambant neuf ([www.capiplante.fr](http://www.capiplante.fr)), elle a fait sa mue dans le but de clarifier son offre et de simplifier son utilisation. Ses atouts ? Une conception de la beauté globale et naturelle, proposée après diagnostic, à travers des programmes personnalisés et des protocoles d'application strictement professionnels. Et une vraie histoire. «CapiPlante bénéficie de 40 ans d'expérience, rappelle Grégoire Rolland, son nouveau pdg. Elle a été créée avant l'ère



*péto-chimique, avec des formules sans parabène, sans conservateurs, non ionisées, sans parfums et sans colorants. C'est une marque authentique.»* De fait, si son développement commercial a été mis en sommeil pendant plusieurs années, on peut dire au moins qu'elle ne s'est pas égarée, et qu'elle est restée fidèle à ses valeurs. Des valeurs qu'elle souhaite aujourd'hui partager avec un plus grand nombre de professionnels, en tant qu'outil de développement business, mais toujours sur la base de la passion de la marque. «Nous visons plutôt de petits salons indépendants, intéressés par notre démarche de qualité et de production artisanale.» Aujourd'hui, CapiPlante est distribuée chez 600 professionnels (60% de salons de coiffure, 40% d'instituts de beauté), essentiellement en France, avec des produits le plus souvent disponibles en deux formats, allant du shampoing-soin à la crème anti-rides.