



# Se lancer dans l'innovation

Après dix années passées dans l'univers de la mode, en tant que styliste à mon compte et acheteuse junior chez Chanel, j'ai décidé de me concentrer sur l'essentiel de la vie, l'alimentation et la santé. J'ai créé en 2017 un nouveau projet baptisé JOIE Factory : un ambitieux projet de boissons essentiellement à base de plantes.

## Comment est né ce projet ?

Je souhaitais réaliser ce projet car je trouvais que les boissons naturelles manquaient dans la restauration, les seules boissons proposées étaient des sodas ou des thés de temps en temps.

Mon ambition était de créer et de faire connaître une nouvelle façon de consommer des boissons saines et vertueuses haut de gamme, adaptées aux régimes alimentaires sans gluten.

## Bienvenue dans ma révolution végétale !

Je vous présente aujourd'hui des boissons étonnantes et 100% végétales issues d'ingrédients bios, très faibles en sucre, moins élevées qu'un jus de pomme, 100% pur jus car je souhaite satisfaire les personnes diabétiques et les sportifs. Cette boisson sans bulles et sans alcool régule tout le système immunitaire, elle est à consommer sans modération pour toutes occasions : repas dominicaux, cadeaux originaux, anniversaires, ou simplement pour se faire plaisir pour les grands et les petits dans la JOIE et la bonne humeur.

**JOIE Factory, la boisson qui vous fait du bien !** La fleur d'hibiscus, l'or rouge, est une plante herbacée qui se décline sous 30 000 variétés différentes. Cependant elles ne sont pas toutes comestibles.



La plus connue de toutes les variétés de fleurs d'hibiscus, nous la connaissons sous le nom de Bissap ou de Karcadé en Egypte car on murmure que c'était la boisson des pharaons. Il s'agit de **l'oseille de Guinée**, de son vrai nom **hibiscus sabdariffa**. Les fleurs de cet hibiscus sont de couleur rouge pourpre et, une fois séchées, se consomment de diverses manières : infusion, décoction, sauces. Le Bissap, infusion de fleurs d'hibiscus, est sa transformation la plus connue. La fleur d'hibiscus est très consommée en Afrique et on lui attribue un grand nombre de vertus.

**Les difficultés de ce projet** sont de trouver des nouveaux points de ventes ; des magasins sont encore sceptiques à l'idée de proposer quelque chose de nouveau, difficulté de s'adapter, difficulté de savoir le moment où il faut produire à nouveau des bouteilles pour le conditionnement, quelles quantités, quel format. Il nous faut trouver un local adapté à la taille des machines et un lieu de stockage où le loyer reste raisonnable.

**Les richesses :** Les nouvelles rencontres, les sourires de mes clients lors de leurs achats, les messages de reconnaissance, les retours positifs, la fidélité des clients et l'engouement tout simplement autour de mon projet.

**Maty SOGUE**

Crécy-la-Chapelle (Seine-et-Marne)