

Entretien

Paru dans ActuBaby n° 356 - le 27/04/2015

Sandrine Dahan – Fondatrice de la marque SkinHaptics

SKIN
HAPTICS
PARIS



La marque de cosmétiques naturels SkinHaptics, fondée fin 2011, propose une offre courte de produits de soins multifonctions adaptés à la fois aux futures mamans et aux bébés. La gamme est commercialisée notamment dans les pharmacies, les parapharmacies, les boutiques pour enfants et femmes enceintes. La fondatrice de la marque est biochimiste, membre de la Société Française de Cosmétologie et de la Fédération des Entreprises de Beauté (FEBEA). Les produits sont fabriqués en France et la marque est membre de la Cosmetic Valley (pôle d'activités et de développement de la filière cosmétique et parfumerie en France).

ActuBaby : Selon vous, comment se porte le marché des cosmétiques naturels dédiés aux bébés, aux futures et jeunes mères ?

Sandrine Dahan : Entre 2008 et 2013, le chiffre d'affaires global du marché français des cosmétiques bio/naturels est passé de 280M€ à 395M€ et devrait atteindre 500M€ en 2015. Le secteur des cosmétiques naturels pour bébés reste un marché de niche en France, mais dynamique et en forte croissance car les parents comme les professionnels de santé sont de plus en plus attentifs à la qualité des produits et aux ingrédients entrant dans la composition des formules. Notre panier moyen est actuellement de 60€ environ. Cependant, nos coûts de production étant élevés, il n'est pas simple de concurrencer les prix des produits à dominante chimique. De nombreux parents font désormais le choix d'acheter un produit naturel plus cher qu'un produit de composition chimique. De plus, nos produits sont sans allergène ce qui rassure beaucoup notre clientèle. Le marché des cosmétiques pour femmes enceintes est encore peu développé et a un fort potentiel de croissance. Sur ce secteur, les offres de produits naturels en

pharmacies sont également limitées. Les futures mères achètent souvent des produits dédiés aux bébés pour leur propre utilisation, ce qui n'est pas recommandé car leur formule peut contenir des ingrédients reprotoxiques qui traversent la barrière placentaire. L'innovation de SkinHaptics a été de développer des produits naturels, hypoallergéniques, destinés à la fois aux futures mamans et aux bébés.

Quelle a été votre stratégie pour développer la marque sur le marché français ?

Lors du lancement, nous souhaitions référencer la marque dans le réseau des pharmacies et des parapharmacies, mais nous avons réalisé que, pour ne pas prendre de risque, peu de pharmaciens référençaient de nouveaux acteurs. En revanche, les officines ayant un positionnement 'naturel/homéopathie' ont bien accueilli la marque. Pour contourner cette difficulté, nous avons opté pour une communication à destination des sages-femmes, des pédiatres, des kinésithérapeutes et des gynécologues qui ont été plus nombreux à adhérer à la qualité de nos produits et au fait que notre gamme soit adaptée à la fois aux femmes enceintes et aux bébés. Ces prescripteurs recommandent les produits aux mamans qui les demandent ensuite en pharmacies. En qualité de scientifique, il est très important que notre marque soit reconnue par les professionnels de santé. Cette stratégie prend du temps, mais elle est très efficace par la suite. Le bouche à oreille entre professionnels, notamment les sages-femmes, fonctionne très bien. Nous proposons également à ces professionnels des formations dédiées aux massages* pour bébé, pré et postnatal et nous nous faisons connaître sur les réseaux sociaux, sur les salons professionnels et grand-public qualitatifs avec à l'appui la mise en place de conférences.

Le marché français des cosmétiques naturels pour bébé est-il différent des autres pays européens ?

La marque est présente dans plusieurs pays dans lesquels nous organisons également de nombreuses conférences sur les bienfaits des massages* pour bébés et futures mamans. Cela nous a permis de constater les intérêts divergents de différents pays. Alors que l'Europe est tournée vers le bien-être et le développement de cosmétiques pour les futures mamans, les pays d'Asie, la Russie et la Chine sont davantage séduits par les cosmétiques naturels pour bébés : le bien-être des mamans n'est pas encore pris en compte. La Belgique est pour sa part un pays très

intéressant avec une clientèle ouverte aux nouveautés. En revanche, la Suisse et le Royaume-Uni, très orientés produits naturel/bio, sont des marchés saturés difficiles à pénétrer. Les plus forts potentiels de croissance se trouvent en Asie, en Russie et au Moyen-Orient car les marques françaises y sont reconnues avec un bon degré de confiance.

*Non médical et non thérapeutique

www.skinhaptics.com