

ActuBaby N°226 - Hebdomadaire - Lundi 25 juin 2012

Lettre personnelle. Reproduction et transfert interdits sans l'accord préalable de l'éditeur.

COSMETIQUES :

La marque Omum mise sur l'émotion pour s'implanter sur le marché des cosmétiques pour femmes enceintes



Avec le lancement de la marque de soin Omum l'Instant maternel, présentée comme la première ligne de cosmétique émotionnelle, la nouvelle société française Naadam Nature mise sur l'émotion pour séduire les femmes enceintes et allaitantes.

La gamme est composée de quatre produits aux noms évocateurs : la Surdouée, un complexe vergetures aux 9 huiles sèches ; le Bienfaiteur, un lait concentré désaltérant pour le corps ; la Confidente, une crème fouettée pour rituel "cocoon" ; et le Cajoleur, un savon protecteur ultra-nourrissant.

Certifiés biologiques et écologiques par le label Nature Progrès, les soins aux fragrances 100% naturelles sont formulés à partir d'actifs issus de l'agriculture biologique visant à répondre aux deux fondamentaux de la peau pendant la grossesse : l'hydratation et la prévention des vergetures.

"Notre propos est de réintroduire de l'émotion dans la grossesse à travers des produits au design en rupture avec ce qui se fait actuellement, des textures innovantes, des parfums réconfortants et discrets et la volonté d'apporter aux futures mamans un accompagnement et de l'information autour de nos produits", nous explique Marie-Pascale Ballet, Directrice Générale de la société Naadam Nature. "Cela se traduit par de nombreuses informations sur notre site Internet et un blog où nous publions régulièrement des sujets sur le thème de la grossesse et de la maternité. Nous souhaitons ainsi offrir aux futures et jeunes mères de nombreux conseils pour quelles puissent, au contraire de tous les discours directs, choisir en toute liberté ce qui leur convient. Nous ne sommes pas dans le maternage extrémiste, mais plutôt dans le retour au bon sens".

La marque ambitionne d'atteindre 5M€ de chiffre d'affaires d'ici à 2015 et vise 270 points de vente en France d'ici à 2013 : parfumeries, boutiques bio, pharmacies et parapharmacies, boutiques dédiés aux bébés et sites marchands dédiés à la femme enceinte... En Italie, la marque est disponible dans 60 points de vente du Groupe Gardenia-Limoni, leader de la parfumerie en Italie, et a pour objectif d'atteindre 160 magasins en 2013.

"Le marché de la maternité est en train de se consolider tant en valeur qu'en volume. De nombreux acteurs arrivent sur ce marché, ce qui obligera les distributeurs à créer des espaces spécifiques, notamment dans l'univers des cosmétiques", nous confie Marie-Pascale Ballet.

En termes de communication, la marque mise sur la diffusion d'échantillons et de brochures dans les points de ventes, la mise en place de PLV spécifiques et d'une présence dans les salons professionnels. Par ailleurs, une série d'ateliers à destination des femmes enceintes seront organisés dans les points de vente avec la participation d'un comité d'experts (sage-femme, infirmière puéricultrice...).

Web : www.omum.fr

[sommaire](#)