



Australisation SOINS

Protection extrême avec Vuarnet

■ La marque enrichit son portefeuille de licences et lance une ligne de soins. ■ Skincare compte trois références.

PAR CÉLINE FAUCON

Après les lunettes, les stylos, les vêtements ou les chaussures, Vuarnet se lance dans les cosmétiques avec la ligne Skincare. "Sur les massifs alpins, 15 000 moniteurs de ski portent nos vêtements. C'est en côtoyant ce corps de métier que nous avons identifié ses besoins," explique Alain Vuarnet, qui a repris le flambeau de son père en 1988. Parallèlement, les études de marché nous ont montré qu'une ligne de soins était légitime dans le développement de la marque, finissant ainsi de nous convaincre !"

Hautes performances

Après s'être entourée de fabricants et de pharmaciens, la marque a mis au point une formule capable de protéger des agressions extérieures extrêmes : la formule alpine biotech. Celle-ci associe les vertus antiradicalaires et antioxydantes de l'edelweiss aux



performances antifroid de l'Antarcticine, une glycoprotéine synthétisée à partir d'organismes vivants au cœur de l'Antarctique. "C'est le mariage des fonds de mer et de la haute montagne", souligne le fabricant François Bacchetta, directeur associé chez Pelleas. "C'est une innovation qui rappelle notre territoire de marque", renchérit Alain Vuarnet.

Pour l'heure, la ligne Skincare compte trois premiers produits multiprotecteurs : une crème familiale anti-agressions IP 15 pour le visage, une crème mains et un baume lèvres, tous trois

Les produits Skincare sont vendus en pharmacies et parapharmacies, de 8 € environ le baume lèvres à 18 € la crème familiale.

testés en partenariat avec l'École nationale de ski et d'alpinisme de Chamonix. "C'est une première étape. Nous allons maintenant travailler d'autres produits pour nous positionner sur le marché de la protection. Nous voulons être les champions de la multiprotection", ajoute François Bacchetta.

D'abord distribuée en Belgique, la ligne est arrivée fin décembre dans le circuit français des pharmacies et des parapharmacies sur des présentoirs installés à côté des caisses. "Nous allons être diffusés dans 200 à 300 points de vente dès la première année. Couvrir les massifs alpins demeure notre objectif premier, même si notre volonté est ensuite d'aller à l'export", précise-t-il en rêvant déjà à l'Amérique du Nord... ■