

 Imprimer | [Retour](#)

DISTRIBUTION > **Stratégies**

Jolis Mômes, la parfumerie pour enfants

Par Pascale Brousse de Trend Sourcing, 07/05/2013

Dans un contexte où la sexualisation des petites filles fait débat, Jolis Mômes ouvre sa première boutique parisienne. Le concept ? Une sorte de " Sephora " pour enfants. Un positionnement novateur en France, qui surfe sur un marché en plein boom : les cosmétiques pour enfants.

Pourquoi est-ce intéressant ? L'agence **Trend Sourcing** nous livre la chronique du 33ème Retail Labo.

1/ Première boutique dédiée à l'hygiène beauté des 0-12 ans : la boutique propose tous types de produits d'hygiène (de la crème de change au démêlant pour les cheveux en passant par la case parfum), mais aussi du maquillage, des jeux pour le bain, des bijoux et autres accessoires de mode.

2/ Un niveau d'exigence aussi élevé qu'en parapharmacie : une vingtaine de marques en magasin avec des produits triés sur le volet, de haute qualité issus de laboratoires européens, pour la plupart certifiés bio. Des marques connues (Weleda, Cattier, etc.) mais aussi des découvertes venues de l'étranger et des produits innovants (vernis Little BU qui s'enlève à l'eau). Tous les produits ont été testés par les deux fondateurs.

3/ Une approche éducative et ludique : des ateliers pour apprendre à prendre soin de soi ou à se maquiller (en présence des parents ou grands parents), un conseil en magasin selon les attentes du clients par l'une des créatrices de la boutique, elle-même mère de famille.

Un discours autour des besoins spécifiques de la peau des tout-petits (peau immature, besoin d'hydratation plus important - cela reste à prouver au-delà du discours marketing, respect de l'épiderme).

Un positionnement novateur en France, qui surfe sur un marché en plein boom : les cosmétiques pour enfants et ados fleurissent chez les marques déjà installées comme Aussie, Murad, etc. sans compter les nouvelles marques et offres qui arrivent sur le secteur (TooFruit, Mini Kids Spa).

Une initiative à saluer ? Trend Sourcing se pose la question de la légitimité d'une telle offre : faut-il encourager les enfants à entrer dans le monde de la beauté de plus en plus tôt sous couvert d'une visée éducative ? Dans un monde où les jeunes sont obsédés par leur apparence, il semble important de ne pas oublier la dimension éthique du sujet.



Le logo



Mots clés : Cosmétique parfumerie | Retail labo | Adolescence | Jolis Mômes

A LIRE AUSSI SUR LE THÈME «DISTRIBUTION»

A LIRE AUSSI SUR LE THÈME «STRATÉGIES»