



TÉMOIGNAGE

« Stop à la ghettoïsation
et aux marchés de niche »

Entrepreneur et animatrice, **Hapsatou** Sy agite. Aujourd'hui, elle se concentre sur les produits cosmétiques. Rencontre.

Vous venez de réunir pendant 3 jours les univers de la beauté, de la mode et de la musique. Le monde de la beauté et de la cosmétique étaient-ils trop étroits ?
Hapsatou Sy : Ce n'est pas que le monde de la beauté et de l'esthétique est étroit, il s'agit plutôt d'une passion depuis ma tendre enfance. J'ai toujours adoré m'habiller, et je rêvais depuis longtemps de créer ma propre collection de prêt-à-porter. Notre entreprise se veut être un modèle de lifestyle, et en cela, nous pouvons tout à fait proposer des produits beauté de qualité, comme nous dirigeons vers la mode.

Le grand public vous a découverte avec vos salons Ethnicia. En 2013, cette page s'est tournée, mais vous avez depuis lancé des gammes de cosmétiques. Ont-elles trouvé leur inspiration dans les rencontres aux salons ?

Hapsatou Sy : Cette expérience au sein des salons a été formidable pour moi. Cela m'a permis de constituer une base de données incroyable, que peut m'envier n'importe quelle marque, une réelle source d'inspiration pendant toutes ces années. C'est d'ailleurs pendant mes activités "salon" que la partie "produits" a commencé à se développer et qu'elle a trouvé son ADN. Mon ambition première était de développer ces produits avant même d'ouvrir mes salons.

Quel est votre rôle dans l'élaboration des cosmétiques ?

Hapsatou Sy : Je suis à l'origine de tous mes produits en passant par le packaging, où je choisis et écris les textes moi-même, toutes les idées marketing de la gamme, la communication... Mais pas uniquement, c'est également moi qui travaille en direct avec les chimistes, les formulateurs. Je leur fournis des briefs très précis avec la liste des ingrédients et



À 33 ans, Hapsatou Sy a déjà connu de nombreuses aventures. Aujourd'hui, après les salons de beauté, c'est une gamme de produits cosmétiques qu'elle propulse de sa bonne humeur et de son dynamisme.

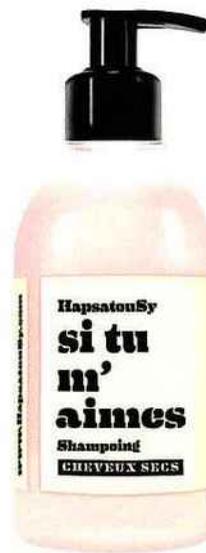
des textures que je souhaite. Je valide le lancement de la production après avoir obtenu le produit souhaité.

Je connais parfaitement mes clients pour savoir ce qu'ils veulent. En effet, j'ai eu la chance d'avoir une clientèle de la peau la plus blanche à la peau la plus noire ; avec tout type de cheveux et de peau, ce qui m'a permis de créer une gamme aujourd'hui qui répond à tous les besoins.

Le marché des cosmétiques regorge de produits et de marques. Comment se distinguer ?

Hapsatou Sy : Notre marque est différente dans le ton, très personnel, qui pour moi parle à mes clients. Ce sont des produits totalement décalés,

L'un des produits phares de la gamme cosmétique de la marque Hapsatou Sy. Lancée le 14 février dernier, évidemment !



qui ressemblent peu aux autres tout en ayant un gage de qualité. Le packaging est fun et original, ce sont des produits que l'on est fier d'avoir dans sa salle de bain. Mais le plus important reste les actifs extrêmement efficaces que l'on a appliqués : on se différencie clairement à ce niveau-là. En somme, nous mêlons l'efficacité de nos produits à une bonne humeur !

Les marques Ethnicia ou Dazzia suggèrent une beauté adaptée à des types de peau ou de cheveux particuliers. Les cosmétiques doivent-ils s'adapter aux demandes communautaires ?

Hapsatou Sy : Je pense qu'il faut arrêter ce mensonge marketing qui consiste à dire qu'il y a des produits pour les peaux noires, les peaux blanches, etc. C'est complètement faux, car cela dépend essentiellement de l'environnement dans lequel on évolue. Une femme blanche habitant en France n'aura pas les mêmes besoins qu'une femme blanche qui vit en Afrique du Sud, et c'est pareil pour toutes les femmes. Il faut arrêter de vouloir ghettoïser à tout prix et de parler de marchés de niche.

Comment la femme entrepreneur, médiatique et dynamique que vous incarnez considère-t-elle les métiers de l'industrie ?

Hapsatou Sy : La clientèle d'aujourd'hui est beaucoup plus exigeante et ne va plus acheter bêtement les produits. Nous

avons des clientes qui parfois même connaissent mieux la composition des produits que les vendeurs, car elles se renseignent au travers de blogs... Il est important de vendre une image glamour et un peu de rêve, car nous vendons des produits beauté, mais il est important de ne pas vendre du mensonge. Je pense qu'il faut dépasser uniquement le marketing, car c'est une forme de respect du client.

Propos recueillis par Nicolas GOSSE