PORTRAIT BEAUTÉ

AVEC BARIÉSUN, URIAGE VEUT ALLER AU-DELÀ DE LA PROTECTION SOLAIRE

Rencontre avec Audrey Boustiha, responsable Marketing opérationnel France chez Uriage.

Revue Pharma : Quel est votre positionnement en termes de produits solaires ?

Audrey Boustiha : Avec Bariésun, nous proposons une gamme solaire dermatologique, experte, qui va au-delà de la protection solaire. L'idée est de former un bouclier ultraprotecteur sur la peau pour agir en prévention des dommages cellulaires et du photo-vieillessement. Toute la gamme solaire intègre les propriétés uniques de l'eau thermale d'Uriage, hydratante, apaisante, protectrice et renforçant la triple barrière cutanée, et deux complexes brevetés.

Quelles sont les actions de ces deux brevets ?

Notre premier brevet est le «télomère protect». Ce complexe va limiter la dégradation des télomères – l'extrémité des chromosomes qui est en partie responsable du photo-vieillessement – et va être capable de réduire les dommages cellulaires dus aux UV et à la lumière bleue. Le second est notre brevet «Bariésun». Il limite la pénétration des filtres solaires dans l'épiderme et optimise donc la photoprotection. Ainsi, le produit solaire reste bien à la surface de l'épiderme. Nous proposons ainsi un cœur de formule expert et technique.

Quelles sont vos nouveautés sur la gamme solaire ?

Cette année, Uriage a décidé de retravailler totalement la formule des cinq références *best-sellers* de Bariésun. L'idée est de proposer des formules plus vertes et tout autant protectrices. Désormais, les consommateurs sont à la recherche de produits dermoco ultraperformants, très techniques, avec des formules vertes et des packagings écoconçus. Nous avons donc mis l'accent sur ces 5 références pour les reformuler et répondre aux besoins du marché!

Quelles sont les grandes tendances solaires ?

Depuis plusieurs années, les consommateurs ont davantage pris conscience du caractère indispensable de la protection solaire. C'est une bonne chose! Les solaires sont désormais utilisés toute l'année, pas uniquement

en vacances. Depuis le Covid, le marché solaire se porte très bien, avec une croissance à deux chiffres et de nombreuses nouvelles marques qui se lancent chaque année. Aussi, les consommateurs sont de plus en plus regardants sur la technicité du produit, tout en s'intéressant davantage aux formules *clean*, non nocives pour les coraux, avec des packagings responsables. Le tout en cherchant des solaires ultrasensoriels, avec des galéniques très modernes! Le marché solaire représente ainsi un véritable défi en formulation cosmétique, car il faut concilier galénique sensorielle et filtres ultraprotecteurs.

En officines, la concurrence est rude. Quels sont vos atouts sur le marché ?

Chez Uriage, nous valorisons notre technicité et notre expertise dermatologique! Notre arme principale est notre bouclier ultraprotecteur qui réduit les dommages cellulaires en optimisant la photoprotection. La gamme Bariésun comporte 27 références; nous reformulons cette offre large, d'année en année, pour être dans l'air du temps. Depuis 2022, nous reversionnons également 1 % du chiffre d'affaires mondial de Bariésun au Fonds de dotation «1 % pour la planète». Autre avantage : notre distribution auprès de 4 000 points de vente en France permet aux consommateurs de nous trouver très facilement, et à des prix abordables! Enfin, notre gamme cible tout le monde, y compris les peaux pathologiques avec notre Bariésun SPF 100.

Comment accompagnez-vous le pharmacien ?

Notre relation avec la pharmacie est historique et quotidienne. Selon les besoins et les typologies d'officine, nos équipes de terrain, les responsables du développement des ventes, peuvent proposer des formations *flash*, des petits-déjeuners ou encore des webinaires. Lors du temps fort solaire, entre mai et août, nous proposons beaucoup de PLV, mais aussi des formats promotionnels pour les consommateurs ou des offres cadeaux contre achat, par exemple un sac de plage, une trousse... Tout cela pour mettre en avant la gamme Bariésun.

Quels sont vos projets pour 2025 ?

Pour 2025, nos équipes internes travaillent d'arrache-pied pour lancer plusieurs nouveautés solaires, avec des galéniques très sensorielles pour de hautes protections. Des produits dans l'air du temps qui arriveront en janvier prochain. •

Propos recueillis par Léa Galanopoulo

200 000 euros

C'est le montant reversé par Uriage en 2023 à des ONG qui luttent pour la préservation de la planète, via le fonds « 1 % pour la planète ».