



## BIKE échos

### Eona/FFC

La société Eona et la Fédération française de cyclisme (FFC) ont signé un contrat de prestation pour une durée de 3 ans. Les crèmes, huiles et gels de massage de la marque francilienne seront utilisés par l'équipe des masseurs-kinésithérapeutes de la Fédération pour la préparation et le soin des athlètes des équipes de France. "La FFC recherchait un fournisseur de produits dont l'efficacité était établie et souhaitait jouer la carte du made in France, et Eona souhaitait s'appuyer sur la caution fédérale pour développer la notoriété de la marque auprès des cyclistes", a précisé Paolo Dias, le directeur commercial de la marque. "Nous sommes exigeants et nos athlètes également, et nous nous devons d'avoir des produits efficaces et de qualité à tous les niveaux. Les produits Eona répondent à de nombreux besoins pour la préparation et le soin des athlètes de l'équipe de France. C'est primordial, notamment à quelques mois d'une échéance importante comme les Jeux Olympiques de Rio", a souligné Samuel Roces, masseur-kinésithérapeute de l'équipe de France.

santé

Eona veut accroître sa présence dans les points de vente

# Cycle, running et outdoor

Créée en 1981 et formulée par un pharmacien, Eona est une société spécialisée dans la fabrication de gels et huiles de massage bios. Basée à Milly-la-Forêt (Essonne), Eona vient d'ouvrir sa gamme, auparavant réservée uniquement aux professionnels, au grand public. Quelle stratégie va-t-elle mettre en place pour toucher ce marché ? Caroline Bouillon, responsable marketing de la marque francilienne, revient sur le développement de l'entreprise et sur ses objectifs.

**Quel est le chiffre d'affaires réalisé par Eona ? Êtes-vous en progression ?**

La société, créée en 1981, a été reprise en 2003 sous le nom d'Eona par Laurent Berlie, président actuel. Eona réalise un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros, avec une croissance de 30 % sur ces cinq dernières années.

**Quels sont les points forts de la marque par rapport**

**à vos concurrents ?**  
Eona a la particularité d'être la marque du kiné, avec plus de 30 ans d'expertise chez les professionnels de la santé et du sport. Nous proposons une gamme unique et complète de soins aromatiques aux huiles essentielles bio, dédiée au traitement de la douleur, avec des produits à l'efficacité cliniquement prouvée (3 de nos produits bénéficient du statut de dispositif

### L'avis d'un professionnel

"Masseur-kinésithérapeute depuis 20 ans, j'utilise les produits Eona depuis plusieurs années. Leurs crèmes de massage aux huiles essentielles bio ainsi que leurs huiles de massage sont agréables à utiliser, grâce à la sensation de glisse qu'elles procurent sur la peau. Leur odorat est

agréable notamment la senteur Bois de rose. En tant que sportif pratiquant intensif (triathlon), j'utilise aussi régulièrement le gel Cryo avec effet froid immédiat afin de traiter certaines douleurs articulaires ou musculaires."  
Olivier Chabaud, masseur-kiné et triathlète



médical). Depuis plusieurs années les produits Eona sont partenaires du comité médical olympique français et de l'Insep. Depuis début 2015, Eona accompagne également les staffs médicaux des fédérations françaises de cyclisme (lire ci-contre) et d'athlétisme. Eona a aussi l'avantage d'être une marque française.

**Eona vient de lancer ses produits à destination des particuliers. Quelle est votre stratégie de distribution pour toucher ce marché ?**

La distribution B2C a démarré il y a 2 ans mais les produits Eona sont véritablement présents de manière visible en points de vente depuis l'été dernier. Nos produits sont déjà présents dans 1.000 points de vente et la gamme vient d'être référencée dans les réseaux de parapharmacies Parashop et les magasins Bio C'Bon. Eona continue de développer sa présence physique avec une priorité forte donnée aux pharmacies et parapharmacies pour 2016, ainsi qu'aux magasins de sport (cycle, running, outdoor) et bien-être.

**Quels moyens de promotion avez-vous mis en place ?**

Nous venons de développer de nouveaux supports de PLV afin d'accompagner et de développer notre présence en points de vente: présen-

Preuve de son engagement dans le vélo et le running, Eona a été partenaire de la Parisienne en septembre dernier.

toirs de comptoir et de sol (photo), dépliants et porte brochures, affiches. Eona vient de réaliser aussi sa première campagne TV sur la chaîne thématique MCS Bien-être, une opération qui sera reconduite en 2016. L'année prochaine, nous allons privilégier l'évènementiel pour communiquer sur la marque, avec une présence notamment sur le Salon du running et le Marathon de Paris, La Parisienne et le Roc d'Azur. Des opérations d'échantillonnage sont prévues sur ces événements ainsi qu'une communication vers les réseaux de distribution.

**En quoi a consisté votre opération sur la Parisienne ? Quel bilan en tirez-vous ?**

Eona est devenue en 2015 le partenaire massage de la célèbre course féminine La Parisienne. Cinquante massagers-kinésithérapeutes et vingt ostéopathes étaient présents sur l'espace massage Eona pour prodiguer des massages de récupération post-course avec notre huile de massage musculaire à l'arnica et un soin de cryothérapie pour soulager les

**Capital**

Eona a réalisé une levée de fonds de 800.000 euros auprès de business angels (Club Invest) et via un financement bancaire principalement assuré par la BPI France.

douleurs musculaires. Le bilan de cette première édition est un succès, avec une adhésion des coureuses à la marque, répondant à un réel besoin de préparation et récupération sportive.

**Quelle est la stratégie d'Eona ?**

Eona vient de réaliser une levée de fonds (lire encadré). L'apport de nouveaux capitaux va permettre à Eona d'accélérer sa croissance et son développement en France et à l'international. L'objectif est de passer de 2 à 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 5 ans, en réalisant 20 % de l'activité à l'export. Sur la France le développement du retail constitue l'axe majeur de développement, conjointement au renforcement de la position d'Eona sur le marché des professionnels de santé.

Propos recueillis par Matthieu Amielh