

Bry sur Marne, le 22 septembre 2010

Laboratoires EONA
Monsieur Laurent BERLIE
ZA Le Chênet – BP 15
91490 – MILLY LA FORET

Synthèse du Focus Groupe du 11 mai 2010 à Paris

SOMMAIRE

I – PRESENTATION DU PANEL

II – INVESTIGATION DE LEUR REPRESENTATION DE L'UNIVERS DES PRODUITS A BASE D'HE

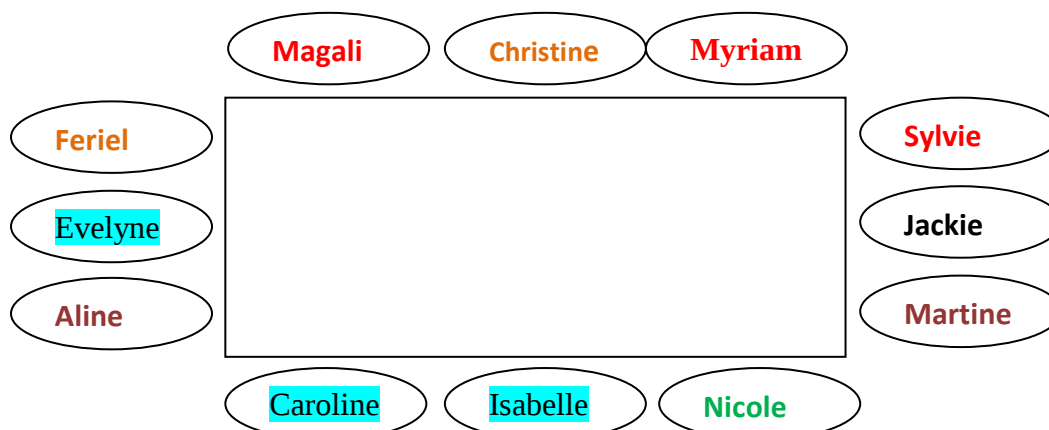
- 1/ Les produits à base d'HE pour faire quoi ?
- 2/ Les produits à base d'HE pour qui dans le foyer ?
- 3/ Comment effectuez-vous votre choix de quels produits à base d'HE ?
- 4/ Faites vous vos mélanges vous mêmes ?
- 5/ Que penseriez vous des Kits par pathologie (flacons HE, explication, dosage...) ?
- 6/ Quelles présentations des produits à base de Huiles essentielles connaissez vous ?
- 7/ Comment repérez vous un produit de qualité ?
- 8/ Où achetez vous vos produits à base d'HE, et êtes vous fidèles à ces points de vente ?
- 9/ Quelles sont les marques de produits à base d'HE que vous connaissez ?
- 10/ ADN des marques ?
- 11/ Réactions aux packagings ?
 - Sur les gels
 - Sur les HE
 - Sur les packagings Eona
- 12/ Réactions au lexique Eona ?
- 13/ Les prix des HE ?
- 14/ Assisté : et des HE issues du commerce équitable ?
- 15/ Hiérarchisation des critères de choix à l'achat ?

III – EONA

- Avis général sur Eona
- Suggestions de développement

IV - CONCLUSIONS

I – PRESENTATION DU PANEL



Les 9 participantes, présentes à ce focus Group consommatrices à Paris étaient toutes des femmes. Elles représentent un large panel d'utilisatrices de produits à base de HE :

Deux sont « néophytes » en matière de produits à base d'huiles essentielles

- **Christine**,
non utilisatrice d'aromathérapie – à l'exception de l'HE de citronnelle pour éloigner les moustiques, et de la lavande ou de géranium, et une vendue en pharmacie pour mieux respirer la nuit- Elle n'est pas du tout orientée médecines parallèles, est fidèle à la médecine classique et ne pratique aucun « soins alternatif » du type homéo, ostéo, naturo, sophro, acuponcteur, nutritionniste.... Elle ne pratique aucun exercice physique de type yoga, relaxation, tai chi...
- **Fériel**, toute jeune maman,
A recours à l'homéopathie pour son bébé afin d'éviter les médicaments,
Elle utilise l'aromathérapie uniquement pour le bien être, car recommandée par son esthéticienne : HE pour son bain ou pour diffuser dans l'atmosphère pour le plaisir d'une bonne odeur.
Elle ne pratique ni tai chi ni autre exercice de ce type.

Deux sont « sensibilisées » en matière de produits à base d'huiles essentielles

- **Martine**,
A commencé l'utilisation de ce types de produits naturels en inhalation pour les congestions nasales. Son produit préféré est le Baume du Tigre : elle s'en sert beaucoup.

Elle a travaillé longtemps dans un Laboratoire de ce type de produit en cosmétique, et les a donc utilisés en massages, en inhalation, et un peu en produits de cosmétique visage.

Elle a recours à la médecine allopathique, mais utilise aussi la mésothérapie, et essaye d'utiliser l'aromathérapie « en prévention».

○ **Aline :**

La plus âgée d'entre toutes. Elevée à la campagne, elle n'est pas très pour les médicaments (allopathiques).

Elle a pratiqué le yoga mais ce n'est plus le cas.

A testé les produits Eona sur conseil de son ostéopathe, et se soigne avec des pds à base d'HE pour des douleurs rhumatismales.

Elle a récemment testé un pdt Eona en suite d'une intervention chirurgicale et en est particulièrement contente. En revanche, sa connaissance des HE est très limitée.

Deux sont « acquises » aux produits à base d'huiles essentielles

○ **Nicole,** a vécu longtemps en Allemagne, où l'aromathérapie est plus répandue qu'en France et l'on a une attitude positive par rapport aux « autres médecines »

○ **Jackie,**

A eu l'occasion de tester des produits qui lui plaisaient à base de HE.

Elle pratique le chi-cong.

Elle pratique l'aromathérapie de prévention, car elle déclare être « allergique » aux médicaments lorsque cela ne lui paraît pas utile.

Elle a déjà utilisé des produits Eona.

Trois sont « expertes » des produits à base d'huiles essentielles

○ **Sylvie,** Futur professeur de chi-cong, et professionnelle des massages énergétiques chinois dans lesquels elle n'utilise pas d'HE.

« grande ouverte » aux médecines parallèles.

Une expérience personnelle des HE en parallèle d'un traitement oncologique.

Elle utilise les HE et a déjà utilisé Eona.

○ **Magali,**

Reflexologue et masseuse, utilisatrice des produits d'aromathérapie et à base d'huiles essentielles.

Particulièrement ouverte aux médecines parallèles.

A longtemps vécu en Asie, elle est donc familière de la prévention et de la médecine à base de plantes.

Elle pratique le Tai-chi et le yoga.

Elle ne connaît pas les produits Eona.

○ **Myriam,** praticienne Reiki, elle a déjà utilisé les produits Eona.

II – INVESTIGATION DE LEUR REPRESENTATION DE L'UNIVERS DES PRODUITS A BASE D'HE

1/ Les produits à base d'HE pour faire quoi ?

Spontanément, elles disent utiliser les produits à base d'HE pour :

- Les massages
- L'environnement
- La diffusion
- Le bain
- L'olfactothérapie (inhalations)
- Propriétés hydratantes (huiles végétales pour soins du visage)

En assisté, en relançant sur d'autres utilisations : elles citent

- Utilisation de prévention
- Utilisation pour soigner : quoi ?
 - Rhumes
 - Douleurs rhumatismales
 - Douleurs musculaires
 - Anti stress
 - ORL
 - Jambes lourdes
 - Soins de la peau
 - Cuir chevelu
 - Sommeil,
 - Nausée,
 - Moustiques.

Après relance sur autres types de soins :

- Infections (antibiotique naturel)
- Inflammations

Après relance sur autres types de pathologies:

- Migraines
- Digestion
- Se protéger de la radiothérapie
- Douleurs très aiguë suite opératoire sur zone très vascularisée.
-

Autre utilisation : alimentation, salades en particulier (HE citron , HE basilic) c'est bon et ça sent bon !

Modes d'utilisation :

- Peu d'utilisation cosmétique,
- Utilisation par voie orale ou sur cachet neutre,

2/ Les produits à base d'HE pour qui dans le foyer ?

- L'une déclare s'en servir pour toute la famille, une autre pour elle seule, son mari n'étant pas ouvert à cette approche, la troisième (utilisation uniquement en « bien fait » et pas en soins ou en prévention) l'utilise pour elle.

3/ Comment effectuez-vous votre choix de quels pds à base d'HE ?

« **Les manuels**, livres, fascicules des laboratoires ou des boutiques Bio, sont absolument nécessaires : une HE sans explication n'a aucun sens ». Dans ce cadre du « savoir choisir », « **le bouche à oreille** » est important, de même que **le conseil** (esthéticienne, ostéo, pharmacien, naturopathe...)

Magali, s'appuie beaucoup sur les livres et elle teste.

Myriam cite la rubrique naturopathie du supplément hebdomadaire du Parisien : c'est bien sur orienté (il y a de la pub à côté), mais c'est intéressant : elle les lit toujours et apprend la naturopathie.

Internet est aussi cité comme une source d'information possible, si c'est prescrit par un naturopathe.

4/ Faites vous vos mélanges vous mêmes ?

Ici, la demande de « formation » est importante, même de la part de Sylvie qui figure parmi les plus expertes : il faut savoir éviter les associations mal venues, les plantes mal ciblées (elles peuvent guérir, mais elles peuvent aussi avoir l'effet inverse si elles sont mal choisies ou dosées). Aline, qui a travaillé dans les hôpitaux, souligne le risque « apprenti sorcier » de faire ses mélanges soi-même.

Deux de nos « expertes » disent se référer à leurs livres, l'un écrit par un médecin, ce qui conforte la confiance et permet de se lancer en toute sécurité. Je pars toujours du produit de base pour différentes utilisations et je suis un protocole.

Quoique.... En cas d'HE à ingérer, l'une d'elles préfère ne pas risquer « d'automédication ».

Nicole, de son expérience d'Allemagne, ne paraît pas aussi réticente à faire ses mélanges : il existe un petit nb d'HE pour les usages les plus courants, elle n'a pas l'impression de prendre de risque.

5/ Que penseriez vous des Kits par pathologie (flacons HE, explication, dosage...) ?

Les avis sont partagés, selon le degré de d'expertise par rapport aux HE.

Sylvie et Magali préfèrent faire leurs mélanges elles-mêmes, de même que Nicole : « c'est simple, une HE peut servir à plusieurs pathologies, et je préfère partir du produit de base ».

« Où aller chercher l'information pour les mélanges ? » Les plus néophytes, plus nombreuses, aimeraient bien être guidées par des Kits avec des conseils : elles seraient sûres de ne pas se tromper. « On se sent un peu ignorant ».

6/ Quelles présentations des produits à base de Huiles essentielles connaissez vous ?

- Flacon HE (sur un sucre)
- Gels pour se laver les mains
- Crèmes
- Lotions et shampoings
- Gélules
- Cachets neutres

7/ Comment repérez vous un produit de qualité ?

La **qualité est importante** : cela coûte cher, et si la distillation est mal faite les principes actifs ne sont plus aussi actifs.

On reviendra ensuite sur le packaging, mais elles citent spontanément comme gage de qualité : le label ou certificat de qualité (Ecocert, HBDD, Qualité France, chacun cité une seule fois sur 9 participantes), la couleur du flacon (transparent ou opaque ?). Le lieu d'achat (pharmacie=caution, bio = confiance), les parapharmacies sont citées plusieurs fois, les achats par correspondance et les marchés sont cités une fois. A cet égard, Aline souhaiterait un point de vente où l'on pourrait découvrir tous ces produits. Elle suggère que la liste des points de vente distribuant les produits Eona soit sur le site Internet Eona. Le conseil ou la prescription constituent aussi un gage de qualité.

Lorsqu'on les questionne sur la caution de la marque, elles disent que, si elles ont essayé cette marque et qu'elles en sont contentes, elles continuent d'acheter cette marque. Nous verrons plus loin que le taux de notoriété et l'image des marques (ADN) sont particulièrement faibles.

8/ Où achetez vous vos produits à base d'HE, et êtes vous fidèles à ces points de vente ?

Les **magasins Bio** rassemblent le plus de suffrages en tant que lieux d'achat : le 100% bio est un critère de choix important pour une HE, (et les pharmacies n'hésitent pas à vendre des produits avec du parabène !).

« Le Bio n'est pas une question de mode, dans les boutiques Bio, ils sont plus aptes à conseiller qu'en pharmacie » ?

Les **pharmacies/ Parapharmacies** viennent en deuxième position.

A noter que 2 parmi les plus néophytes se tournent plus vers la pharmacie, dans laquelle elles ont confiance (il est vraisemblable qu'elles ne fréquentent pas les boutiques Bio)

6 répondantes sur 8 affirment être « itinérantes » et acheter leurs produits dans un lieu ou un autre.

Les deux autres (celles de la pharmacie) restent fidèles aux conseils de leur pharmacien.

De manière générale, celles qui vont en magasin Bio savent ce qu'elles cherchent, en revanche, celles qui vont à la pharmacie vont demander un conseil ou se laissent tenter par un présentoir.

En ce qui concerne les achats par **Internet**, cela ne leur pose aucun problème si elles connaissent la marque, ou si on leur a conseillé ou prescrit la marque, si l'on sait ce que l'on veut.

« C'est plus pratique d'être fidèle, la relation conseil est importante ».

9/ Quelles sont les marques de produits à base d'HE que vous connaissez ?

(Citations lentes et le fait d'une seule personne en général) :

Spontanément :

- Brumessence (néophyte)
- Dr Valnet
- Phytosun arom
- Dr Kneipp

Et encore, d'autres marques ?

- Pranarome
- Florame
- Dr Pfaltz (neophyte)
- Weleda
- Dr Hauschka
-

Et Aromazone ? (assisté)

Oui, cela me dit, il y a des ateliers pour apprendre à préparer les mélanges, les crèmes : il y a énormément de monde. ça marche bien. (citée par une seule personne).

10/ ADN des marques ?

Les marques ont une beaucoup trop faible notoriété (elles sont en général citées par une personne au maximum) pour que le groupe puisse associer des qualités aux marques. Les qualificatifs sont plutôt des réactions à la sonorité du mot.

Il semble qu'il n'y a que très peu de fidélité aux marques.

« Je ne me suis posé la question comme ça, la marque c'est pas important »

Brumessence : une seule personne la cite, une néophyte

- « Ca fait sous bois
- « On pense vaporisateur
- « Ca fait penser embruns
- « Ce nom ne fait pas HE, ni soins
- « Cela fait gentillet, pas efficace
- « Le nom est un peu long, un peu lourd
- « C'est pas mal

Phytosun arom : une seule personne la cite, une experte

- « C'est pour moi la plus ancienne marque de HE, distribuée en pharmacie
- Pour les autres :
- « Le nom n'est pas joli
 - « C'est un peu long comme nom
 - « C'est pas facile à dire
 - « Ca fait alimentaire



**Accompagnement
Stratégies de croissance
Team Alignment
Cohésion d'équipes**

« Ca fait soleil, plantes
« ça fait qualité et plantes
« J'ai assisté à une conférence en Suisse : c'est très technique, très précis : à la ½ goutte près, il faut de HE de la tige et pas de la feuille : c'est trop compliqué pour moi, je ne suis pas assez motivée pour intégrer tout cela

Dr Kneipp :

Très sérieux
Allemand

Dr Valnet :

Père de l'aromathérapie
Bien (pour les connaisseurs)
Trop vu

Eona :

Léger
Ça veut dire quoi
Non agressif
Doux
Se dit bien
N'évoque pas les HE
Protecteur
Féminin
Ressemble à un sigle d'un laboratoire européen
Fait penser à Eolia, traitement des eaux

Phytodermie Pro :

Professionnel (positif), caution, sérieux
Phyto = plante
Cosmétique
Evoque les HE
Plus parlant qu'Eona

Weleda :

Allemand
Shampooing des coiffeurs (Wella)
Bonne marque
Marque des pionniers, restée fidèle à elle-même
Renom
Qualité
On achète sans se poser de questions
Le nom ne fait pas penser aux HE
Huiles de massage

Florame :

Parfum d'ambiance

Diffusion

De meilleure qualité qu'avant

Fleur

Pranarom :

Nom dur

Sens ayurvédique

Aromazone :

Arome

Le nom n'est pas beau

Amazonie

Facile à retenir

11/ Réactions aux packagings?

a) Sur les gels :

« J'aime beaucoup le côté frais, printanier ; la transparence, la couleur, ça donne envie (néophyte)

« Ça fait marketing

« Ce n'est pas crédible, les couleurs sont trop synthétiques, orange ou rose fluo (utilisatrice) « c'est super efficace, je ne suis pas gênée par la couleur ou par l'odeur.

« On ne sait pas vraiment ce que c'est

« Aux HE : lesquelles ?

« On ne sait pas quelles HE

« A quoi ça sert ? Ce n'est pas indiqué

« Gel cryo, ça veut dire quoi ?

« Même si on me conseille, j'ai envie de savoir ce qu'il y a dedans

« Il y a du paraben, c'est rédhibitoire pour moi : je choisis des produits avec des conservateurs bio, comme le pépin de pamplemousse et l'ortie.

b) Sur les HE :

« S'il n'y a pas la composition, il peut y avoir de la térébenthine à la place des HE, parce que ça coûte moins cher : il faut faire attention

« On ne sait pas à quoi ça sert

« il faut marquer sur le conditionnement à quoi ça sert, comme par exemple ici : préparation à l'effort, ou détente relaxation,

« Ça manque de conseils d'utilisation

« Il faudrait être précis : favorise la souplesse, ça veut dire quoi, que je pourrais faire le grand écart ?

Le conseil n'exclut pas les indications sur la composition.

c) Sur les packagings Eona :

- « Les HE sont bio, certifiées et les gels sont avec du paraben et des HE pas bio : où est la cohérence ?
- « Les gels ça sort du lot avec les couleurs, mais tout le reste, on ne voit pas la différence.
- « L'étiquette fait un peu « pharmacie »
- « Le dessin sur le dessus : cela fait plus guirlande de Noël que naturel
- « Non, je trouve que cela fait nature, cela fait plante.
- « La présentation me plaît
- « C'est juste bien
- « C'est écrit AB en bien visible
- « S'il y a pas le AB, je n'achète pas
- « Il y a le label bio
- « Il y a HELD
- « Cela me rappelle un peu les HE Phytosun arom
- « Il y a l'essentiel : nom latin, provenance de la plante, date de péremption (c'est important car toutes les marques ne le font pas) l'origine France...
- « On ne voit pas la composition
- « Certaines HE ont la composition et pas les autres
- « Le fait qu'il n'y ait pas la composition est un frein pour moi (X3)
- « Que veut dire usage alimentaire ? Uniquement alimentaire ?
- Sur certains flacon, il n'y a pas écrit bio sur la boîte, mais c'est écrit bio sur le flacon : pourquoi ?
- « Les différences des produits sont indiquées futillement par les couleurs, les couleurs sont pas crédibles. »
- « Les produits présentés façon pharmacie sont plus crédibles, ça fait médicament.

12/ Réactions au lexique Eona ?

- « C'est très bien » de façon unanime
 - « Ça aide
 - « Je le garderai volontiers
 - « Il est clair, il est simple
 - « On va tout de suite à l'essentiel
 - « Mais il est par ordre alpha de plantes : est-il possible de le classer par pathologie ?
 - « Peut-on inverser les colonnes ?
 - « Cette forme me convient mieux (ordre alpha de plantes) - / experte
 - « Je préfère ce classement (ordre alpha de plantes) mais il faudrait les deux / experte
 - « Les He, c'est une démarche : il faut découvrir et apprendre (en faveur du classement alpha de plantes)/experte.
 - « Les dosages, c'est important aussi
 - « On trouve des fascicules comme cela dans les boutiques Bio
 - « Les laboratoires aussi diffusent des fascicules : c'est intéressant.
- Note : les néophytes sont littéralement plongées ensuite dans le fascicule.*

13/ Les prix des HE ?

- « C'est cher, mais cela se justifie
- « C'est comme les parfums : les plantes ça vaut cher
- « Cela peut dépendre de la rareté de la plante.
- « Entre 2 HE totalement équivalentes, je prends la moins chère : j'arrête la fidélité dès que tous les critères de base sont remplis (bio, origine...).
- « après c'est le conseil qui fait se décider »

14/ Assisté : et des HE issues du commerce équitable ?

- « Cela dépend, s'il n'est pas bio, je n'achète pas
- « La différence entre bio et commerce équitable est bien intégrée.
- « Pour le commerce équitable, cela dépend du prix : je vais peut-être le faire une fois de temps en temps, mais ce n'est pas un choix à tout prix.

15/ Hiérarchisation des critères de choix à l'achat ?

- « En amont de l'achat : le conseil, le catalogue puis le packaging
- « Ensuite :
- 1/ l'utilité (doit servir à plusieurs pathologies)
- 2/ que le produit soit Bio, c'est une condition sine qua non
- 3/ la composition
- 4/ Le lieu de distribution
- 5/ Et le prix

La **publicité** ne paraît pas importante du tout dans le choix de ces produits, sauf si elle est informative, et elle prend la forme de conseils, de renseignements, d'apporteur d'informations sur les avantages et inconvénients des produits.

La meilleure publicité pour les HE leur semble être l'association « **présentoir + fascicule** »

Les salons – marjolaine- jouent un rôle important dans l'apprentissage : on s'y fait sa culture perso, on y cherche des conseils, et le bouche à oreille fonctionne.

La meilleure pub : catalogue + bouche à oreille + salon.

« Un bon produit n'a pas besoin de pub : ça se sait, ça marche, ça se transmet ».

III – EONA

1/ Avis général sur Eona

Catalogue : chic

Gels : cheap, c'est bien que ça ne soit pas sous la marque EONA, empêche d'aller voir plus loin dans la gamme. Donne l'impression que les gels et le reste des produits ne sont pas de la même société et ne s'adressent pas à la même clientèle.

Huiles de massage : le prix doit être bien placé.

On ne sait pas où l'acheter.

2/ Suggestions de développement

Diffusion en parapharmacie

Développer l'information via ateliers/formations/animations sur point de vente.

Nous avons l'unanimité sur ce point où tout le monde s'accorde à dire que c'est indispensable.

Magali se propose d'en animer.

Développement via le professionnel de santé

Prescription du professionnel pour avoir l'occasion de tester

Vente en réunion (avec des thèmes de réunion par pathologie)

Gamme pour animaux

Présentoirs dans les pharmacies

Mise à disposition d'une hot-line : rassurant, conseil personnalisé ou pas intéressant

Présenter les valeurs du laboratoire, son histoire...

IV - CONCLUSIONS

1/ Le groupe est trop hétérogène en terme de compétence et de sensibilité à l'aromathérapie. Donc les réactions sont opposées sur tous les critères sauf sur le lexique et les ateliers.

Nous recommandons de conforter toutes ces informations par un deuxième groupe plus homogène en terme de sensibilité. Nous nous proposons de constituer ce groupe sachant que nous avons déjà 4 volontaires dont une qui a un projet d'ouvrir une boutique dans ce secteur.

2/ Favoriser la cohérence de la gamme pour assoir les valeurs de la marque. Cela paraît être effectivement un critère de choix de crédibilité des produits et évite aux clients d'avoir de la suspicion vis-à-vis des produits.

3/ Faire des conférences en s'appuyant sur des lieux ayant un réseau de public sensibilisé à se soigner autrement et intéressé par toutes les démarches parallèles.

(Exemple : l'Univers d'Esther.)