

manucurist
PARIS

Experte de la couleur et des soins pour les ongles depuis 1996, Manucurist est une entreprise familiale d'abord spécialisée dans la distribution et les instituts professionnels. En 2017, Gaëlle Lebrat-Personnaz, fille de la fondatrice, quitte sa carrière dans l'industrie du luxe, pour se consacrer entièrement à l'entreprise avec l'ambition de s'étendre au grand public et de devenir une marque BtoC reconnue.

Le marché international de l'ongle connaît un essor fulgurant qui se traduit à la fois dans les chiffres et dans les usages, il devrait atteindre 10 milliards d'euros en 2027. La France n'est pas en reste de cette dynamique tant ce rituel de beauté, démocratisé il y a déjà longtemps aux Etats-Unis, est devenu une habitude pour les femmes.

En parallèle de cette croissance, avec la récente prise de conscience de la présence de perturbateurs endocriniens et autres substances nocives et toxiques dans les vernis à ongles et les produits utilisés dans les gels - néfastes à la fois pour les utilisatrices, mais également pour les professionnels de la beauté - le secteur de l'ongle suit la tendance globale du « mieux consommer ».

« Née dans un institut et consciente des enjeux liés aux multiples expositions des professionnels et consommateurs, Manucurist place depuis toujours la santé au cœur de ses priorités. »

Gaëlle Lebrat-Personnaz,
fondatrice de Manucurist

Entourée de partenaires avertis et concernés par les compositions des produits, Manucurist se positionne dès 2017 comme une marque française, innovante, éthique, naturelle, respectueuse de la santé de l'environnement. Manucurist a su tirer son épingle du jeu en se positionnant comme une marque française, innovante, éthique, naturelle et respectueuse de l'environnement. C'est notamment sur son innovation phare, la gamme de vernis à ongles semi-permanent Green Flash™, lancée en 2019 que la marque s'est particulièrement illustrée.

Il s'agit en effet du 1^{er} semi-permanent à la composition saine qui se retire comme un vernis classique, une véritable révolution des usages qui permet aux utilisatrices de se détourner des produits toxiques et de ne plus dépendre de la pose et dépose fastidieuse en institut.

Depuis 2019, la gamme est distribuée au grand public, principalement via son site BtoC Manucurist. Le produit rencontre immédiatement son public et le succès.

En 2020, Manucurist qui jouit d'une « fan base » particulièrement solide et d'une présence dans une centaine d'instituts et 70 des plus beaux spas du monde, reçoit le Prix d'excellence de la Beauté Marie Claire, fruit de son travail d'innovation. Manucurist, qui réalise 90% de son chiffre d'affaires en digital lance son nouveau site quelques jours avant le premier confinement... et fait partie de ces entreprises auxquelles les confinements successifs ont donné un formidable coup d'accélérateur.

En offrant une solution globale aux femmes qui ne pouvaient plus aller en institut, la notoriété de Manucurist – et son chiffre d'affaires – décollent en quelques semaines. L'année 2020 marque ainsi un véritable virage pour l'entreprise qui traduit son site internet en plusieurs langues et accélère sa distribution à l'international.

Si l'entreprise familiale est rentable et a doublé son chiffre d'affaires tous les ans pour atteindre 12 M euros CA en 2021 (dont 70 % réalisé sur son site de marque), Manucurist prévoit désormais d'accélérer significativement son développement avec un objectif de 50 M euros de chiffres d'affaires à horizon 3 ans.

L'entreprise accélère sa stratégie de conquête des marchés internationaux, en visant en priorité les Etats-Unis, le Royaume Uni, l'Italie, l'Allemagne, la Corée et d'ici un an, le marché chinois.

manucurist
PARIS

FOCUS DISTRIBUTION :

70 SPA DANS LE MONDE ET DANS 400 INSTITUTS

Ritz Club Paris,
Le Fouquet's Paris (& soon in NYC),
Le Grand Contrôle (Versailles),
Lily of The Valley (Saint Tropez),
les Maisons Cheval Blanc
(Courchevel, Saint Barthélémy
& Saint Tropez),
Maybourne Riviera (Monaco),
Saint James (Paris),

Le Brach (Paris),
Les Bords de Mer (Marseille),
Le Coucou (Méribel),
Le Royal Monceau (Paris),
L'auberge du Père Bise (Annecy),
La Sivolière (Courchevel),
partenariat avec BGA Corp
(Le Grand Lisboa Palace à Macao,
Anantara aux Maldives, etc),
The Berkeley London.

EN FRANCE

GRANDS MAGASINS :

La Samaritaine,
Galeries Lafayette Champs Elysées,
Galeries Lafayette, BHV & Printemps

CONCEPT STORE :

Merci, Smallable, Fleux, Aussih,
Maison Orso,
La Maison Générale,
Jane de Boy, Club Couleur

E-RETAILER :

Sephora, Nocibe,
Blissim et Smallable

PHARMACIES :

groupements Apothical
et Lafayette Santé,
la Grande Pharmacie Bailly
et l'iconique Pharmacie
des Grands Hommes.

DISTRIBUTION INTERNATIONALE :

Présence dans plus de 35 pays
et via des retailers premium :

Douglas, Cult Beauty, Niche Beauty, Sephora Europe,
La Rinascente Milan,
Isetan Tokyo, Anthropologie London...

CRÉATION DE 2 FILIALES EN 2020 AUX US ET AU UK

BOUTIQUE EN PROPRE :

Un point de vente situé au Rdc de son siège social
et bientôt le premier concept retail à Paris avec
l'ouverture de sa première boutique à Paris.

manucurist
PARIS