

Communiqué de presse : Mylène, la marque belge de beauté et de lifestyle, ouvre un nouveau marché

La référence de la beauté et du lifestyle depuis plus de 50 ans est prête pour demain

Heist-op-den-Berg, 19 février 2019 – Mylène, la marque belge de beauté, célèbre pour ses ateliers à domicile, a connu ces dernières années une profonde transformation et est maintenant prête pour l'avenir. En bénéficiant d'investissements externes, l'ancienne entreprise familiale s'est préparée depuis trois ans à rester compétitive sur le marché des produits cosmétiques, d'intérieur et d'entretien. Voilà pourquoi Mylène a récemment lancé sa propre boutique en ligne. À côté des ateliers à domicile, elle offre ainsi aux consommateurs un deuxième canal de vente. À partir de mai, elle introduira en outre 'Mylène Health' une nouvelle gamme de compléments nutritionnels, complémentaires aux produits existants.

Transformation numérique

Depuis février, Mylène, la marque belge de produits de beauté - qui a aussi développé une large gamme d'articles d'intérieur et de produits d'entretien pour la maison -, possède son propre magasin en ligne. C'est là sans conteste une étape majeure dans les plus de 50 ans d'existence de l'entreprise : jusque-là, ses produits n'étaient disponibles que par l'entremise des conseillers et conseillères Mylène. En 2015, Creafund a fait son entrée dans l'organe de gestion. Une nouvelle équipe dirigeante a été mise en place et a préparé l'entreprise pour l'avenir: les emballages ont été rationalisés, la gamme revue, les ateliers renouvelés tandis qu'un support numérique était développé à l'intention des conseillers et conseillères. De premiers pas vers la modernisation.

Avec le lancement de son **webshop**, l'entreprise ambitionne d'offrir un service encore meilleur à ses conseillers/conseillères et à ses clients: ceux qui, parmi ces derniers, prennent part à un atelier à domicile pourront désormais commander leurs produits encore plus facilement. De plus, les clients n'ayant encore jamais participé à un atelier auront, pour la première fois, la possibilité de découvrir la marque et de commander ses produits de qualité en direct. *“Notre cœur d'activité est toujours de réunir les gens. Demain comme hier, les ateliers à domicile restent donc un important pilier de nos activités. La décision de se tourner maintenant aussi vers Internet pour offrir un canal de vente directe à l'intention des consommateurs ne va pas cannibaliser le modèle existant, mais le soutenir et créer un réseau supplémentaire”*, explique **Alain Duperray, PDG de Mylène**.

La beauté de l'intérieur à la Belge

À partir de mai prochain, une nouvelle ligne de produits, **Mylène Health**, viendra enrichir la gamme existante. Ces produits dédiés à "la beauté de l'intérieur" - des compléments alimentaires -, sont développés dans les propres laboratoires de Mylène et contribueront à rendre les produits Mylène existants encore plus efficaces et performants. Un exemple? Le manque de collagène (responsable de l'élasticité de la peau) généré lors du vieillissement. Combinés avec des crèmes, des compléments alimentaires peuvent aider à stimuler au maximum la production de collagène. Grâce à la récente



acquisition de Vision Healthcare, un groupe d'investissement spécialisé dans le domaine de la santé grand public, Mylène dispose désormais d'une expertise affinée et d'un solide partenaire opérationnel pour aller de l'avant.

L'atelier domestique se met au goût du jour

Demain comme hier, les ateliers et les consultants demeureront la clé de voûte de Mylène. Chaque année, quelque 77.000 workshops sont mis sur pied à travers cinq pays (Belgique, Luxembourg, France, Allemagne et Pays-Bas), un nombre qui ne cesse de croître. En moyenne, environ 210 ateliers sont organisés quotidiennement. *“La popularité de la formule ne se dément pas. Le partage d'un moment d'expérience reste d'actualité, mais nous l'avons analysé et adapté aux désirs des consommateurs d'aujourd'hui. Plutôt que de présenter l'ensemble de notre assortiment, les ateliers domestiques évoluent vers de plus brèves "soirées à thème". L'accent y est mis sur une partie de la gamme comme, par exemple, le parfum, la couleur ou le maquillage”*, ajoute Alain Duperray.

On recherche 800 conseillers/conseillères Mylène supplémentaires

L'ambition est grande. L'entreprise a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de plus de 30 millions d'euros et, pour cette année, Alain Duperray table à nouveau sur une croissance. Voilà pourquoi la marque recherche 800 conseillers/conseillères supplémentaires pour la Belgique, la France et les Pays-Bas afin d'organiser des ateliers à domicile dans leur région pour y présenter les produits Mylène. Les conseillers/conseillères Mylène reçoivent une formation approfondie dans la Mylène Academy. Elle leur permet de devenir des spécialistes Beauty, Home, Style et Health. Intéressé(e) par un chouette revenu complémentaire? Surfez sur le [site Web de Mylène](http://www.mylene.eu) pour plus d'information.

À PROPOS DE MYLÈNE

L'histoire de Mylène démarre en 1965 avec l'huile Mylène, le remède miracle pour une peau saine et des cheveux radieux. Plus de 50 ans après son lancement, la marque belge authentique dispose d'un assortiment de centaines de produits de beauté, de maison et de style de haute qualité. Depuis sa création, Mylène rassemble les gens lors de démonstrations à domicile données par des consultants professionnels formés pour donner des conseils personnalisés. Annuellement, ce ne sont pas moins de 77.000 démonstrations à domicile organisées par quelque 2.500 consultants, pour un chiffre d'affaires de plus de 30 millions d'euros. Presque tous les produits de la gamme sont développés dans son propre laboratoire et produits dans l'usine, du siège social d'Heist-op-den-Berg, comptant une centaine de collaborateurs. L'entreprise familiale s'est associée en début d'année avec Vision Healthcare Group, un acteur européen important dans les compléments alimentaires, les produits de soins et cosmétiques, spécialisé dans la vente directe aux consommateurs.

Site Web: <https://www.mylene.eu/>

Facebook: <https://www.facebook.com/MyleneOfficial/>

Instagram: <https://www.instagram.com/mylene.eu/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/MyleneHomeparty>

Pour la rédaction (merci de ne pas publier)

Pour plus d'information, matériel d'illustration ou demande d'interview, merci de contacter:

Wavemakers PR & Communications



Volg Mylène op Instagram:
www.instagram.com/mylene.eu



Volg Mylène op Youtube:
<https://www.youtube.com/user/MyleneHomeparty>



Volg Mylène op Facebook:
www.facebook.com/MyleneOfficial



Astrid De Paep

astrid@wavemakers.eu

+32 (0)476 58 02 74



Volg Mylène op Instagram:
www.instagram.com/mylene.eu



Volg Mylène op Youtube:
<https://www.youtube.com/user/MyleneHomeparty>



Volg Mylène op Facebook:
www.facebook.com/MyleneOfficial