



PME & REGIONS

BabyZen simplifie le voyage des bébés

LA PME A SUIVRE BOUCHES-DU-RHÔNE

Effectif : 20 salariés
Objectif : 20 millions de ventes
Activité : puériculture

Clotilde Briard
cbriard@lesechos.fr

Avec elle, BabyZen conquiert le monde. Baptisée « Yoyo », cette poussette légère se plie facilement et est acceptée dans les cabines d'avion. Un atout aux Etats-Unis, où les familles se déplacent beaucoup par ce moyen. Mais aussi en Europe, où le modèle se glisse facilement dans les voitures ou les bus. Air France le commercialise sur son site de shopping en ligne.

Et même la reine des réseaux sociaux Kim Kardashian donne un coup de pouce au modèle phare de la marque en se faisant photographier par les paparazzi avec sa Yoyo à son arrivée à Roissy.

L'entreprise à la croissance rapide, créée en 2009 par la famille Chaudeurge et des associés, réalise plus de 80 % de ses ventes à l'exportation avec 20 salariés. Basée à Venelles, dans les Bouches-du-Rhône, elle commercialise ses produits dans 55 pays et prévoit de monter à 80 dans deux ans.

Son deuxième client, après la France et devant les Etats-Unis, est

la Corée du Sud. « Nos poussettes s'adaptent à des modes de vie très différents. Lorsque l'on réinvente un usage, la résonance est internationale », souligne Julien Chaudeurge. La marque arrive en ce moment en Inde, en Afrique du Sud et au Mexique et se lancera en Chine mi-juin.

Espaces dédiés en magasin

BabyZen compte écouler cette année 100.000 poussettes, contre 70.000 l'an dernier, et vise un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros, en hausse de plus de 50 % sur celui de l'année dernière.

Le revers de la médaille du succès, c'est la contrefaçon. La société n'y échappe pas dans certains pays. Avec la difficulté de lutter contre elle lorsque l'on est une PME. Mais avec l'atout, pour des objets comme les siens, de pouvoir alerter les parents, toujours plus soucieux de la sécurité de leurs enfants, sur les dangers courus.

Pour affirmer sa spécificité, la marque développe des espaces dédiés au sein de magasins de puériculture où elle peut exposer ses poussettes pliées et accrochées au mur pour mettre en valeur leur compacité.

Elle le fait déjà dans deux points de vente à Paris et un à Lyon. « Nous prévoyons d'en avoir aussi à Londres et à Bruxelles », annonce Julien Chaudeurge. Et la PME continue, bien sûr, de plancher sur la manière de réinventer la poussette. ■