

MiYé comble un vide dans la santé féminine

MiYé, toute jeune entreprise créée en 2020, ambitionne d'être la "safe place" de référence pour aider les femmes à mieux vivre avec leurs variations hormonales. Un segment peu exploité dans sa globalité par les autres marques et que ses deux fondatrices, Caroline de Blignières et Anna Oualid, dotées d'une solide expérience dans le développement produit et la communication, ont investi à l'aube de la crise sanitaire. Leur savoir-faire vient d'être reconnu par les laboratoires Pierre Fabre qui entrent au capital de Miyé.

Actif's Mag : Pouvez-vous revenir sur l'origine du laboratoire Miyé ?

Caroline de Blignières : MiYé, qui signifie "la bonne amie" en provençal, est née dans le sud de la France à Antibes en février 2020, avec pour volonté de proposer une nouvelle approche du soin féminin, que nous appelons « une nouvelle écologie du corps féminin ». Il me semble fondamental que le soin soit adapté au métabolisme féminin (nos cycles hormonaux) et se débarrasse des toxiques qui peuvent interagir avec notre système hormonal, comme les perturbateurs endocriniens ou les phyto-oestrogènes. Force est de constater qu'il existe un vide dans ce domaine sur le marché de la santé féminine. De même, j'ai noté au cours de ma vie de femme et de mon expérience professionnelle - j'ai passé plus de 15 ans dans l'univers de la beauté/santé - un manque de prise en considération des perturbateurs endocriniens dans la cosmétique. MiYé est donc une marque créée par des femmes pour des femmes, qui ose s'attaquer à des tabous féminins mal couverts par le marché et avec une approche bienveillante, naturelle, décomplexée et surtout plus sûre. Nos produits sont compatibles avec différents types de traitements et nos cosmétiques conviennent aux

femmes enceintes. Enfin, le nom MiYé fait écho à mon amitié de plus de 25 ans avec Anna Oualid, cofondatrice, que je connais depuis les bancs des lycées et qui m'a rejoint sur ce beau projet.

Actif's Mag : Trois ans après votre création, quelle est l'ampleur de votre gamme ?

Caroline de Blignières : Notre gamme est constituée de 13 produits : cinq compléments alimentaires naturels et huit dermo-cosmétiques certifiés bio, conçus pour aider les femmes à mieux vivre avec leurs variations hormonales de la puberté à la ménopause (et même après).

Actif's Mag : Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ?

Caroline de Blignières : Nous n'avons à ce jour aucun concurrent sur le segment In&Out pour accompagner les femmes de manière globale du confort physique, mental aux répercussions sur la peau et les cheveux, hormis la marque "Stripes" lancée par Naomi Watts aux USA mais qui se focalise uniquement sur la ménopause. Nous voyons plus large en ciblant les femmes de la puberté à la pérимénopause, à toutes leurs phases de tempêtes hormonales.

Actif's Mag : Quelles missions portent MiYé ?

Caroline de Blignières : Notre mission est de répondre aux besoins des femmes mal couverts par le marché de la manière la plus naturelle, performante, sûre et facile d'utilisation avec des soins essentiels qui couvrent les principaux symptômes rencontrés par les femmes (bouffées de chaleur, inconforts intimes, ballonnements, acné hormonale ou peau sèche, variations d'humeur, perte de densité des cheveux, etc.). Un univers médical souvent perçu comme un peu honteux, et que nous voulons démocratiser et rendre plus sexy avec des codes cosmétiques, et surtout avec une caution scientifique plus aboutie. Nous voulons devenir la "safe place" de référence pour les femmes. Aujourd'hui, nous sommes fières de voir la marque rapidement adoptée par un large public transgénérationnel de femmes de 25 à plus de 60 ans, avec un taux de fidélisation et un bouche-à-oreille exceptionnels.



Anna Oualid & Caroline de Blignières
Fondatrices — MiYé

Actif's Mag : En quoi proposer des produits issus de la biotechnologie verte est-ce important pour vous ?

Caroline de Blignières : L'essor de la biotechnologie verte est une superbe opportunité pour les marques naturelles certifiées car elle mixe une performance qui n'a rien à envier aux ingrédients traditionnels, au respect de l'environnement à travers l'utilisation de techniques de production et extraction des actifs moins polluantes, qui consomment moins d'eau et utilisent moins de ressources naturelles. C'est le cas de la culture à base de fermentation de levures ou encore de celle de plantes en aéroponie. C'est aussi une opportunité supplémentaire pour éliminer les perturbateurs endocriniens des formules.

Actif's Mag : Les laboratoires Pierre Fabre sont entrés au capital de MiYé en septembre dernier. Qu'en attendez-vous ?

Caroline de Blignières : L'entrée des Laboratoires Pierre Fabre au capital deux ans après notre mise sur le marché est une formidable reconnaissance. Une chance inestimable de renforcer nos moyens en R&D pour porter haut et fort la démocratisation de la santé hormonale des femmes et redéfinir ensemble les règles d'une nouvelle écologie du corps féminin, holistique, transgénérationnelle et surtout plus sûre. Ce rapprochement permettra à MiYé d'accélérer ses investissements en R&D, de réaliser des études cliniques, de renforcer la caution scientifique et médicale de nos produits phares et de continuer notre développement dans le circuit des pharmacies et des parapharmacies.

Notre partenariat avec Pierre Fabre, qui a une démarche RSE très aboutie en interne et qui utilise un score du Green Impact nous permettra aussi d'élever davantage encore nos standards RSE. Cela fait partie intégrante de notre ADN : pas d'écologie du corps sans écologie de la planète !

Actif's Mag : Avez-vous des projets en cours ?

Caroline de Blignières : Nous avons la chance de nous associer à travers un partenariat stratégique avec les laboratoires Pierre Fabre déjà présents en santé féminine avec une large portefeuille de médicaments et de soins dermo-cosmétiques. Ceci va nous permettre de développer à la fois la R&D sur la santé féminine et nous donner les moyens d'aller plus loin dans l'objectivation scientifique de nos produits. Un premier essai clinique sur le gel intime est prévu en collaboration avec l'hôpital Georges Pompidou. Le développement en pharmacies est aussi un axe de développement clé dans les prochaines années grâce à notre réseau de plus de 300 professionnels de santé (sages-femmes, gynécologues, etc.).

Nous avons également de jolies pistes à mettre en place à l'international pour confirmer notre ambition de marque pionnière et de référence.

Actif's Mag : Votre vision à cinq ans de l'univers dans lequel vous évoluez ?

Caroline de Blignières : Le marché de l'équilibre hormonal féminin est en pleine ébullition. Quand nous nous sommes lancées, il y a trois ans en parlant d'hormones et que nous étions à ce moment-là les premières sur le marché, tout le

monde nous regardait avec des yeux ronds ! Aujourd'hui, la dermocosmétique hormonale est reconnue comme une tendance de fond par tous les grands groupes du secteur. On peut dire qu'elle a été la grande oubliée de la cosmétique pendant des années !

D'autre part, il me semble que la médecine intégrative, qui pousse le concept plus loin que le produit en proposant des programmes d'accompagnement personnalisés, est l'avenir. C'est ce que nous proposons sur notre site miye.care en mettant en relation les femmes avec des partenaires naturopathes et des micro nutritionnistes spécialisés, pour des consultations de suivi.

J'espère donc que le secteur va être de plus en plus objectivé par la science et s'orienter davantage vers un accompagnement personnalisé. •



Propos recueillis par **Cyrille Costa**

PARCOURS DE CAROLINE DE BLIGNIERES ET D'ANNA OUALID

Après un Master à l'EDHEC Business School, qui lui a ouvert la porte de plusieurs grandes marques du bien-être et de la beauté (LVMH group, Publicis groupe, Louis Vuitton, etc.), Caroline Lanson De Blignières a travaillé pendant plus de 15 ans à des postes de marketing développement produit et de marketing digital dans l'univers des cosmétiques et des compléments alimentaires (Fleurance Nature, Chalhoub group à Dubaï, Caudalie).

Après une formation à l'école des hautes études en sciences de l'information et de la communication (CELSA), Anna Oualid a travaillé pendant 10 ans dans les départements de stratégies numériques des agences Havas et Publicis, puis cinq ans à l'institut d'études OpinionWay. Elle s'est spécialisée dans l'écoute de l'opinion des consommateurs et les dynamiques d'influence en ligne.



CAREERS OF CAROLINE DE BLIGNIERES AND ANNA OUALID

After a Master's degree at EDHEC Business School, which opened the door to several major beauty and well-being brands (LVMH group, Publicis groupe, Louis Vuitton, etc.), Caroline Lanson De Blignières worked for over 15 years in product development and digital marketing positions in the cosmetics and dietary supplements sector (Fleurance Nature, Chalhoub group in Dubai, Caudalie).

After training at the Ecole des Hautes Etudes en Sciences de l'Information et de la Communication (CELSA), Anna Oualid worked for 10 years in the digital strategy departments of the Havas and Publicis agencies, followed by five years at the OpinionWay research institute. She specializes in listening to consumer opinion and the dynamics of online influence.

MiYé fills a gap in women's health

MiYé, a young company created in 2020, aims to be the reference "safe place" for helping women to live better with their hormonal variations. The two founders, Caroline de Blignièrès and Anna Oualid, have a wealth of experience in product development and communications, and invested in this segment at the dawn of the health crisis. Their expertise has now been recognized by Pierre Fabre Laboratories, who have acquired a stake in MiYé.



"L'entrée des Laboratoires Pierre Fabre au capital deux ans après notre mise sur le marché est une formidable reconnaissance."

"Pierre Fabre Laboratories' entry into our capital two years after our market launch is a tremendous recognition."

Caroline de Blignièrès
MiYé

Actif's Mag: Can you tell us about the origins of the MiYé laboratory?

Caroline de Blignièrès: MiYé, which means "the good friend" in Provençal, was born in Antibes in the South of France in February 2020, with the aim of offering a new approach to feminine care, which we call "a new ecology of the feminine body". It seems fundamental to me that skincare should be adapted to female metabolism (our hormonal cycles) and get rid of toxins that can interact with our hormonal system, such as endocrine disruptors or phytoestrogens. There's no denying that there's a gap in this area on the women's health market. Similarly, in the course of my life as a woman and my professional experience - I've spent over 15 years in the beauty/health world - I've noticed a lack of consideration for endocrine disruptors in cosmetics.

MiYé is therefore a brand created by women for women, which dares to tackle feminine taboos poorly covered by the market and with a caring, natural, uninhibited and above all safer approach. Our products are compatible with different types of treatment, and our cosmetics are suitable for pregnant women.

Finally, the name MiYé echoes my friendship of over 25 years with co-founder Anna Oualid, whom I've known since high school and who joined me in this wonderful project.

Actif's Mag: Three years after your creation, how extensive is your range?

Caroline de Blignièrès: Our range consists of 13 products: five natural dietary supplements and eight certified organic dermo-cosmetics, designed to help women live better with their hormonal variations from puberty to menopause (and even beyond.)

Actif's Mag: What sets you apart from your competitors?

Caroline de Blignièrès: To date, we don't have any competitors in the In&Out segment who can provide comprehensive support for women, from physical and mental comfort to the effects on skin and hair, apart from the "Stripes" brand launched by Naomi Watts in the USA, which focuses solely on menopause. We take a broader view, targeting women from puberty to perimenopause, in all their hormonal storm phases.



"Avec MiYé, nous pouvons accompagner les femmes de la puberté à la ménopause."

"With MiYé, we can support women from puberty to menopause."

Anna Oualid
MiYé



Actif's Mag: What are MiYé's missions?

Caroline de Blignières: Our mission is to meet the needs of women who are poorly covered by the market in the most natural, effective, safe and easy-to-use way, with essential skin-care products that cover the main symptoms encountered by women (hot flushes, intimate discomfort, bloating, hormonal acne or dry skin, mood swings, loss of hair density, etc.). A medical world often perceived as a little shameful, and which we want to democratize and make sexier with cosmetic codes, and above all with a more accomplished scientific guarantee. We want to become the reference "safe place" for women. Today, we're proud to see the brand being rapidly adopted by a broad cross-generational audience of women from 25 to over 60, with an exceptional loyalty rate and word-of-mouth.

Actif's Mag: How important is it for you to offer products derived from green biotechnology?

Caroline de Blignières: The rise of green biotechnology is a superb opportunity for certified natural brands, as it combines performance that has nothing to envy of traditional ingredients, with respect for the environment through the use of less polluting production and extraction techniques for active ingredients, which consume less water and use fewer natural resources. Examples include yeast fermentation and aeroponics. It's also an additional opportunity to eliminate endocrine disruptors from formulas.

Actif's Mag: Pierre Fabre Laboratories acquired a stake in MiYé last September. What are your expectations?

Caroline de Blignières: Pierre Fabre Laboratories' acquisition of a stake in MiYé two years after our launch is a wonderful recognition. It's an invaluable opportunity for us to strengthen

our R&D resources so that we can promote the democratization of women's hormonal health and, together, redefine the rules of a new ecology for the female body - one that is holistic, trans-generational and, above all, safer. This merger will enable MiYé to accelerate its R&D investments, carry out clinical studies, strengthen the scientific and medical backing of our flagship products, and continue our development in the pharmacy and parapharmacies channel. Our partnership with Pierre Fabre, which has a highly developed in-house CSR approach and uses a Green Impact score, will also enable us to further raise our CSR standards. It's an integral part of our DNA: no ecology for the body without ecology for the planet!

Actif's Mag: Do you have any current projects?

Caroline de Blignières: We're fortunate to have formed a strategic partnership with Pierre Fabre Laboratories, which already has a strong presence in women's health through a broad portfolio of drugs and dermo-cosmetics. This will enable us to develop R&D in women's health and give us the means to go even further in the scientific objectification of our products. A first clinical trial on intimate gel is planned in collaboration with Georges Pompidou Hospital. Our network of over 300 healthcare professionals (midwives, gynecologists, etc.) will also be a key growth area in the coming years. We also have a number of promising avenues to explore internationally, to confirm our ambition as a pioneering, benchmark brand.

Actif's Mag: What is your five-year vision of the world in which you operate?

Caroline de Blignières: The female hormone balance market is in a state of flux. When we launched three years ago, talking about hormones, and we were the first on the market at the time, everyone looked at us with round eyes! Today, hormonal dermocosmetics is recognized as a fundamental trend by all the major groups in the sector. It's fair to say that it's been the forgotten face of cosmetics for years! On the other hand, it seems to me that integrative medicine, which takes the concept further than the product by offering personalized support programs, is the future. This is what we offer on our miye.care website, connecting women with naturopathic partners and specialized micro-nutritionists for follow-up consultations. I therefore hope that the sector will become increasingly objectified by science, and move towards more personalized support.



Comments collected by Cyrille Costa

