

“Petite, je voulais être avocate ou entrepreneur”



Hapsatou Sy a fondé Ethnicia, enseigne de beauté globale (coiffure, maquillage, conseil en image, amincissement, etc.), en 2005. Un vrai succès dans les médias et une femme qui a souhaité donner sa chance à celles qui voulaient changer leur vie.



Le Nouvel Entrepreneur :

Quel a été votre parcours avant la création d'Ethnicia?

Hapsatou Sy : J'ai travaillé dans une société d'informatique où j'étais responsable des marchés internationaux. Je gérais la coordination et les appels d'offre. Je suis diplômée en commerce international, j'ai un BTS et j'ai poursuivi en cours du soir au Cnam. J'ai un parcours un peu "tordu", atypique, j'ai fait un BEP secrétariat, puis un BTS car je voulais faire de l'international.

Aujourd'hui, vous n'êtes plus tournée vers l'international ?

H. S. : Je me suis concentrée sur la France, mais les gammes cosmétiques, avec les produits que nous développons, ont une visée internationale. Beaucoup de produits viennent de France et d'Europe, et nous comptons les vendre à l'[étranger]. Nous avons également lancé une master-franchise en Angola, dans la ville de Luanda, avec un point de vente qui ouvrira le 7 octobre.

Pourquoi Ethnicia et le secteur de la beauté ?

H. S. : La beauté est très scindée, ghettoisée Europe/ Afrique. Il n'y a aucune raison (sauf marketing) de créer [une enseigne] communautarisée. Ethnicia est un concept

de beauté globale, même pour les hommes. Les gens sont pressés et je voulais tout avoir au même endroit : coiffure, esthétique, maquillage, etc. À aucun moment on ne traite en fonction de la couleur de peau (sauf

LA VÉRITABLE DÉFINITION DU MOT
ETHNIE EST DE RASSEMBLER PAR DES
VALEURS, DES COUTUMES.

pour le maquillage car le fond de teint n'est pas le même). J'ai choisi le nom Ethnicia car la véritable définition du mot ethnologie, est de rassembler par des valeurs, des coutumes, avec une notion de partage et d'ouverture d'esprit. Il ne s'agit absolument pas de race.

Vous avez toujours souhaité créer votre propre entreprise ?

H. S. : Je l'ai toujours voulu. Petite, je voulais être avocate, pour faire la justice pour tout le monde (rires), ou entrepreneur. J'avais envie de liberté.

Ya-t-il des entrepreneurs dans votre famille ?

H. S. : Non, je n'ai pas une famille d'entre-

preneurs. Mais j'ai une maman qui, bien qu'étant analphabète, est une femme entrepreneur car elle gérait la tontine, ce qui consistait à mettre, dans un groupe de dix amis, dix euros chacun. À la fin du mois, une des personnes héritait de la somme, lui permettant de mettre en place un projet. Et mon père était entrepreneur de sa vie. Arrivé du Sénégal, il a voulu changer de vie et celle de ses enfants.

Le secteur de la beauté vous a toujours attirée ?

H. S. : Cela m'a toujours plu. Je n'ai jamais voulu bosser dans un milieu qui ne soit pas glamour et classe. Travailler dans l'informatique n'avait rien de glamour ! J'ai vécu le choc de deux cultures, occidentale et celle de mes origines, et j'ai eu envie de confronter les deux.

Vous n'aviez pas de connaissances du métier avant cela ?

H. S. : Pas de connaissances particulières, je suis autodidacte. Je coiffais tout le monde étant petite, j'ai suivi une formation de conseillère en image, mais surtout, j'ai une passion pour cela. Je suis partie avec cette conscience-là : je n'ai pas la science infuse (je ne l'aurai jamais ou je n'espère jamais

l'avoir), je vais donc travailler avec des gens qui connaissent le métier. Je suis arrivée avec la vision de la consommatrice, exigeante, et j'ai fini en étant consultante pour des grandes marques.

Pourquoi vous lancer en franchise ?

H. S. : Je ne voulais pas une franchise simple (un franchiseur qui rencontre des candidats payant redevance et royalties... mais qui n'a pas trop le temps de les connaître). J'ai voulu lancer une franchise solidaire et donner leur chance, avec [l'opération] "Les 100 femmes Ethnicia", à des femmes déterminées à changer de vie et qui avaient conscience de ce que l'on mettait entre leurs mains. Nous avons sélectionné 25 candidates, pour une formation, un coaching au mental sportif, etc., de plus de huit mois. Elles ont parcouru les rues des villes qu'elles avaient sélectionnées, étudié la concurrence, négocié des droits au bail à des conditions [exceptionnelles]... Et grâce à la force de l'histoire qu'elles ont vécue ensemble, elles sont solidaires entre elles.

Vous ne recrutez que des femmes franchisées ?

H. S. : Je pourrais collaborer avec des hommes. D'ailleurs, ils nous ont demandé : "Pourquoi pas nous ?" On s'est posé la question : pourquoi ne pas mettre des hommes avec "Les 100 femmes" ? Je ne suis pas féministe pour un sou. J'ai voulu donner leur chance aux femmes, mais le concours est ouvert.

Sur 25 [candidates sélectionnées], il y en a quelques-unes qui ont arrêté avant d'aller au bout (elles ne se sentaient pas de continuer). Une vingtaine devraient ouvrir cette

année et nous avons lancé le deuxième concours le 8 mars dernier, pour la Journée de la femme. Le projet des "100 femmes" s'établit sur la durée.

Quelles sont vos perspectives de développement ?

H. S. : Je ne me mets pas la pression. Je veux créer une belle boîte, pas une grande boîte (mais si elle est grande, c'est encore mieux). Je vise 100 points de vente, avec mes "100 femmes", à moyen terme (à l'horizon 2014, ndlr) et la commercialisation des produits que nous avons développés. Ils sont essentiellement vendus dans les points de vente, dans une volonté d'aider le lancement des franchisées.

Et pour la master-franchise, je souhaite me développer à l'international non pas avec des filiales mais des partenaires locaux qui ont une vraie connaissance du marché.

Dans quels pays envisagez-vous de vous installer ?

H. S. : Nos cibles privilégiées sont les États-Unis, le Brésil, l'Afrique du Sud, le Canada, la proche Europe (Suisse et Belgique) et l'Afrique. Je trouve que la société y est développée un peu comme en France : elle est métissée, mélangée... Ce sont de grands marchés, complexes mais où l'on devrait avoir [beaucoup] d'ouvertures. C'est stratégique pour la marque d'être sur ces pays-là, pour les produits comme pour la franchise.

Comment expliquez-vous votre succès, notamment dans les médias ?

H. S. : Les médias parlent de succès mais pour moi, je n'ai pas encore réussi. Une entreprise peut changer de situation du jour au

lendemain. J'ai la chance que les médias aient trouvé le concept novateur. Notre approche est un peu différente, nous sommes très proches du consommateur. Les consommatrices testent les nouveaux produits et choisissent les couleurs avec nous, elles sont les égéries des marques de nos campagnes de communication.

J'ai reçu plus de 1 000 demandes de franchise au départ, que j'ai refusé de lancer à ce moment-là. Mais maintenant, je suis prête.

Quelle est votre vision de l'entrepreneuriat ?

H. S. : C'est quelque chose qui n'est pas facile mais heureusement, c'est hyper excitant, cela crée une adrénaline que j'adore. L'entrepreneur est celui qui croit en cette phrase : "L'impossible recule toujours quand on avance vers lui". L'entrepreneuriat est quelque chose que l'on doit populariser. Je participe à cette superbe initiative, le G20 Yes (Young entrepreneur summit, en France du 31 octobre au 2 novembre 2011, ndlr) : une vingtaine d'entrepreneurs auront des discussions avec des délégations internationales sur le sujet "Comment rendre l'entrepreneuriat populaire ?" Car c'est une porte de sortie pour beaucoup de gens qui ne se reconnaissent pas dans l'entrepreneuriat. C'est une aventure humaine extraordinaire.

Et si c'était à refaire, que changeriez-vous ?

H. S. : Rien ! J'ai galéré, le lancement a été difficile, il y a eu des moments durs que beaucoup d'entrepreneurs connaissent, mais cela m'a été utile, je me suis forgée. J'ai pris des coups mais j'ai vécu les plus beaux moments de ma vie, rencontré des gens généreux... Je ne changerais vraiment rien. ■



ETHNICIA EN CHIFFRES

- Date de création : 2005
- Lancement en franchise : 2011
- Chiffre d'affaires 2010 : plus de 2,5 millions d'euros
- Chiffre d'affaires prévisionnel 2011 : plus de 10 millions d'euros
- Nombre de centres Ethnicia en France (chiffre arrêté au 17 juin 2011) : 10