

Hamax veut séduire les familles françaises

En sécurité et avec modularité

Malgré la baisse de natalité, la demande en sièges vélo pour enfants reste soutenue. Pour Mathilde Zuffardi, gérante d'Eurobicy et distributeur d'Hamax, le marché reste dynamique grâce à des familles de plus en plus nombreuses à considérer le vélo comme un véritable mode de transport du quotidien. Selon elle, Hamax séduit les familles en misant sur des produits modulables et qui répondent à toutes les normes de sécurité.



Hamax développe de plus en plus une offre d'accessoires : pare-soleil, protections contre la pluie, systèmes antiviol. « Ces équipements permettent d'adapter le siège à toutes les conditions. Ils répondent à la réalité des familles, qui utilisent leur vélo au quotidien et par tous les temps », explique-t-elle.

Pour Mathilde Zuffardi, gérante d'Eurobicy, distributeur de la marque Hamax, « la demande reste dynamique en France. Même si le taux de natalité baisse, l'essor du vélo dans les environnements urbains et périurbains soutient la croissance du marché. » Elle ajoute que les moteurs de cette dynamique sont à la fois structurels et culturels : le développement de politiques publiques favorables au vélo, la recherche de solutions de mobilité durable et une volonté nouvelle des familles de transformer leurs trajets en moments de partage. « Les parents ne voient plus le vélo uniquement comme un loisir du week-end, mais comme un moyen de transport fiable, pratique et convivial. Cette évolution profite directement aux solutions de transport d'enfants. »

L'innovation au service de la modularité

En termes de cibles, Hamax s'adresse avant tout aux jeunes

parents installés en ville ou en périphérie. « Ce sont des familles actives, qui doivent gérer des déplacements quotidiens vers l'école, la crèche ou les activités extra-scolaires. Elles cherchent des solutions à la fois confortables, sécurisées et faciles à utiliser », détaille Mathilde Zuffardi. Dans ce contexte, le siège enfant classique reste la solution privilégiée. « Les sièges sur porte-bagages ou sur cadre restent très majoritaires. Ils correspondent aux besoins de la majorité des familles françaises, en combinant accessibilité et polyvalence. »

Hamax a aussi fait de la modularité son cheval de bataille. La grande nouveauté présentée cette année illustre parfaitement cette stratégie : un adaptateur universel doté d'une suspension intégrée, désormais compatible avec tous les modèles sur porte-bagages. « Cette innovation permet de partager un siège entre plusieurs vélos très facilement. Il suffit d'installer un adaptateur supplémentaire pour que le siège se transfère

en quelques secondes », explique Mathilde Zuffardi. Pour elle, c'est une réponse concrète aux attentes des familles. « Beaucoup de foyers possèdent deux vélos, par exemple celui du père et celui de la mère. Ils veulent pouvoir utiliser le même siège sans contrainte. Nous leur offrons cette flexibilité. »

La sécurité, ADN de la marque norvégienne

Créée en Norvège, Hamax s'est imposée comme l'un des leaders européens du transport d'enfants à vélo. Son succès repose sur un positionnement clair : placer la sécurité au centre. « Tous nos sièges répondent aux normes européennes et sont soumis à des tests exigeants en termes de stabilité, de durabilité et de résistance », insiste Mathilde Zuffardi. Elle rappelle que la philosophie d'Hamax est directement héritée de son ancrage scandinave. « Dans les pays nordiques, le transport des enfants à vélo fait partie du quotidien depuis des décennies.

Hamax a développé une expertise unique, où la sécurité et le confort ne sont jamais négociables. » Au niveau de la conception, si Hamax ne revendique pas un recours systématique à des matériaux recyclés, l'entreprise défend une logique durable axée sur la qualité et la résistance.

Présence multicanal

« Nos sièges sont conçus pour durer, et pour accompagner les familles pendant plusieurs années. La durabilité, c'est aussi éviter de changer de produit tous les deux ans », insiste Mathilde Zuffardi.

Et la distribution ? En France, Hamax s'appuie sur Add-One, la société partenaire d'Eurobicy, pour assurer la distribution de l'ensemble de sa gamme (sièges, remorques et accessoires). Les produits sont disponibles dans les grandes enseignes généralistes comme Décathlon, mais aussi dans des chaînes spécialisées comme Culture Vélo, et chez de nombreux détaillants indépendants. Cette présence multicanal permet à Hamax de toucher une clientèle variée, allant des jeunes parents novices aux cyclistes confirmés. « Le réseau de distribution est essentiel, car il permet de conseiller, d'accompagner et de rassurer les familles. Nos partenaires jouent un rôle clé pour expliquer les bénéfices de nos produits et leur bon usage », souligne Mathilde Zuffardi.

Quel avenir pour ce segment ?

Interrogée sur l'avenir, la dirigeante d'Eurobicy se montre optimiste. « Nous voyons un marché encore porteur, soutenu par l'essor des politiques cyclables et par l'adoption croissante du vélo comme mode de transport familial », affirme-t-elle. Pour elle, les critères de choix des parents resteront les mêmes : sécurité, confort et modularité. « Hamax continuera d'innover pour répondre aux besoins concrets des familles. Nous voulons accompagner ce mouvement de fond, où le vélo devient une alternative crédible et durable à la voiture dans la vie quotidienne. » (lg) ●