



## Jamie Kern Lima

AUTEUR/AUTRICE · CHEF D'ENTREPRISE

La plupart des contenus consacrés aux fondateurs et aux entreprises en pleine expansion sont rédigés par des personnes dont la plus grande réussite a été une levée de fonds de série C. Les dirigeants chevronnés qui souhaitent s'appuyer sur une voix crédible pour créer une marque grand public innovante, survivre à des années de rejet de la part des investisseurs et des détaillants, et vendre à un stratège mondial pour un montant qui fait bouger les résultats de la société mère, ont un choix très restreint. L'authenticité et la confiance en soi peuvent sembler des sujets secondaires jusqu'à ce qu'un fondateur doive convaincre un acheteur chez QVC, devant les caméras, que le produit fonctionne réellement.

Jamie Kern Lima a développé IT Cosmetics depuis son salon jusqu'à sa cession à L'Oréal pour 1,2 milliard de dollars ; elle intervient aujourd'hui auprès d'entreprises pour leur expliquer à quoi ressemble réellement, à grande échelle, une croissance authentique pilotée par le fondateur, la gestion du rejet et la création de nouvelles catégories.

### biographie de Jamie Kern Lima 2026

#### Pourquoi les entreprises font appel à Jamie Kern Lima

- Un parcours de fondatrice d'une ampleur que pratiquement aucun autre intervenant dans le domaine de l'entrepreneuriat ne peut égaler : une marque grand public pionnière dans son secteur, vendue à L'Oréal pour 1,2 milliard de dollars, après que Sephora l'ait refusée pendant six ans et QVC pendant trois ans.
- Première femme PDG d'une marque dans l'histoire de L'Oréal, avec une expérience opérationnelle directe au sein d'un acquéreur stratégique de 30 milliards de dollars après l'acquisition, et pas seulement avant la sortie.
- Auteure de deux best-sellers du New York Times, « Believe IT » et « Worthy », qui offrent aux équipes commerciales et aux dirigeants un cadre éprouvé sur le rejet et l'estime de soi, que la conférencière a déjà testé auprès de millions de lecteurs.
- Animatrice de l'émission Jamie Kern Lima Show, récompensée par un Gracie Award, avec des interviews en podcast inédites de personnalités telles que Meghan Markle et Michelle Obama, ce qui confère à la plateforme une large portée et à la conférencière un instinct d'intervieweuse aiguisé pour cerner ce qui touche réellement un public.
- Titulaire d'un MBA de Columbia et membre du conseil d'administration de la Columbia Business School, il choisit de mener par l'histoire du fondateur, et non par la liste de ses diplômés. L'acheteur obtient la substance qui se cache derrière l'inspiration.

#### DISPONIBLE POUR

- Intervention

#### LES THÈMES D'INTERVENTION DE JAMIE

- Esprit d'entreprise
- Expérience client et marketing
- Motivation et inspiration
- Stratégie de marque
- Stratégie et croissance d'entreprise

#### LANGUES: Anglais

## Faits marquants de sa biographie

- Fondatrice et ancienne PDG d'IT Cosmetics ; vendue à L'Oréal en 2016 pour 1,2 milliard de dollars.
- Première femme PDG d'une marque dans l'histoire de plus de 100 ans de L'Oréal.
- Auteure de deux best-sellers du New York Times : « Believe IT » (Simon & Schuster, 2021) et « Worthy » (Hay House, 2024).
- Animatrice de « The Jamie Kern Lima Show », lauréate du Gracie Award 2025 du meilleur podcast dans la catégorie Lifestyle.
- Invité dans l'émission « Shark Tank » sur ABC, saison 16.
- Titulaire d'un MBA de la Columbia Business School ; membre du conseil d'administration de la Columbia Business School. Classée parmi les femmes les plus riches d'Amérique ayant fait fortune par elles-mêmes par le magazine Forbes.

## Biographie

IT Cosmetics a été refusée par Sephora pendant six ans et par QVC pendant trois ans avant que Jamie Kern Lima ne parvienne à joindre l'un ou l'autre de ces détaillants au téléphone. En 2016, l'entreprise était devenue la plus grande marque de maquillage de luxe aux États-Unis, et L'Oréal a déboursé 1,2 milliard de dollars pour l'acquérir. Elle est devenue la première femme PDG d'une marque dans l'histoire du groupe.

L'histoire de sa création est inhabituelle car le positionnement du produit l'était tout autant. IT Cosmetics s'est construit autour de peaux réelles : rosacée, hyperpigmentation, peau post-chimiothérapie, des clientes que les acheteurs de QVC n'avaient pas l'habitude de voir à l'écran. Jamie Kern Lima a insisté pour les y mettre. Cette décision, plus que n'importe quelle autre tactique marketing, est ce qui a distingué la marque du peloton des marques de beauté de prestige et l'a rendue acquérable à grande échelle.

Après son départ, elle a créé une deuxième plateforme avec la même rigueur. « Believe IT » et « Worthy » sont tous deux des best-sellers du New York Times ; « The Jamie Kern Lima Show » a remporté le Gracie Award 2025 du meilleur podcast dans la catégorie lifestyle, grâce aux toutes premières interviews en podcast de Meghan Markle et à une série en plusieurs parties avec Oprah Winfrey. Elle siège au conseil de surveillance de la Columbia Business School, où elle a obtenu son MBA en 2004.

Pour un public d'entreprises, le contenu pertinent est concret. Comment une marque grand public créatrice de catégorie survit à des années de rejet de la part des gardiens dont elle dépend. Comment le marketing mené par le fondateur rivalise avec les budgets marketing des conglomérats. Quels changements interviennent au sein de l'entreprise le jour où un acquéreur stratégique de 30 milliards de dollars en devient propriétaire. Ce qui reste inchangé.

## Principaux thèmes abordés

- Développement de marque et création de catégorie sous l'impulsion du fondateur
- Vendre à un acquéreur stratégique et opérer au sein de celui-ci
- L'authenticité comme principe opérationnel de marketing
- Le rejet comme discipline de vente et de croissance
- Vente directe au détail, vente à l'écran et développement à l'échelle de QVC

- Résilience et estime de soi pour les cadres supérieurs
- L'entrepreneuriat féminin à grande échelle

## **Idéal pour**

- Les lancements de campagnes commerciales, en particulier dans les secteurs de la consommation, de la vente au détail, de la beauté et de la vente directe aux consommateurs
- Les directeurs marketing et les équipes de marque qui redéfinissent ce que signifie le marketing « authentique » dans la pratique
- Les fondateurs et les entreprises en phase de croissance dans le cadre de programmes de capital-risque d'entreprise, d'accélérateurs et de leadership féminin
- Les conférences annuelles à la recherche d'un discours d'ouverture à forte portée culturelle

## **Résultats pour le public**

- Un guide pratique pour créer de la demande pour une marque grand public que les acheteurs professionnels ont déjà rejetée
- Un cadre plus clair sur la manière dont les entreprises dirigées par leur fondateur doivent envisager la voix de la marque après une acquisition
- Des tactiques spécifiques pour gérer le rejet comme un événement opérationnel récurrent, et non comme un revers ponctuel
- Une volonté renouvelée, en particulier chez les femmes cadres supérieures, de replacer leurs propres convictions au cœur des décisions commerciales

## **Découvrez Jamie Kern Lima**

Jamie Kern Lima est une autrice à succès du New York Times et son nouveau livre **WORTHY : How to Believe You Are and Transform Your Life** est désormais disponible en précommande sur [WorthyBook.com](https://www.worthybook.com). Elle est intervenante invitée dans le cadre du cours « Life You Want » animé en direct par Oprah Winfrey, et fondatrice d'IT Cosmetics, une entreprise qu'elle a lancée depuis son salon et qu'elle a développée pour en faire la plus grande marque de maquillage de luxe du pays. Elle a vendu l'entreprise à L'Oréal dans le cadre d'une transaction d'un milliard de dollars et est devenue la première femme PDG d'une marque en plus de 100 ans d'histoire. Son amour pour ses clients, son authenticité remarquable et ses convictions lui ont finalement valu une place dans la liste Forbes des femmes les plus riches d'Amérique ayant fait fortune par elles-mêmes.

Elle a été serveuse chez Denny's, entrepreneuse en difficulté, a traversé une vie marquée par les rejets et s'est battue pendant des années contre le doute de soi, le doute sur son corps et le doute sur Dieu. Abandonnée à la naissance puis adoptée, elle a entrepris un parcours pour apprendre à croire qu'elle est ici avec un but, par choix et pour une raison, et qu'elle est digne, aimable et suffisante. Elle est l'auteure du nouveau livre **WORTHY : How to Believe You Are and Transform Your Life**. Mère de deux enfants, elle est une investisseuse active, une conférencière et une leader d'opinion passionnée par l'inspiration et l'épanouissement des femmes. Elle est également une philanthrope engagée qui a financé des formations au leadership dans plus de 100 prisons et refuges à travers les États-Unis, et a fait don de plus de 40 millions de dollars en produits et en fonds pour aider les femmes à affronter les effets du cancer avec confiance.

## Jamie Kern Lima's 2026 talks & ; topics

### Créer une entreprise d'un milliard de dollars depuis son salon

L'histoire complète d'IT Cosmetics, de l'idée de produit née d'une rosacée jusqu'à sa vente à L'Oréal pour 1,2 milliard de dollars, racontée à travers les décisions spécifiques qui se sont enchaînées.

#### Points clés à retenir :

- Comment considérer le rejet des détaillants et des investisseurs comme des données et non comme un verdict
- Pourquoi le marketing mené par le fondateur a surpassé celui des conglomérats dans ce secteur
- Ce qu'une sortie stratégique change réellement au sein de l'entreprise

---

### Comment passer du statut de « sous-estimé » à celui d'« imparable »

Une intervention articulée autour de la thèse centrale de « Believe IT » : comment les fondateurs et les dirigeants transforment le fait d'être remis en question en un avantage concurrentiel.

#### Points clés à retenir :

- Quand le doute de soi devient un risque commercial
- Les comportements qui distinguent les entrepreneurs qui se développent malgré le rejet de ceux qui stagnent
- Comment renforcer la conviction au sein d'équipes qui se sont heurtées au refus du marché

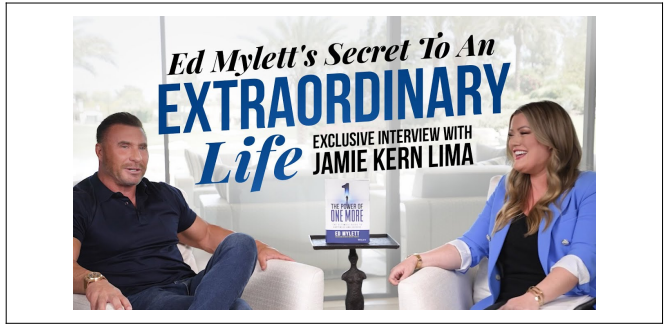
---

### La réussite par l'authenticité

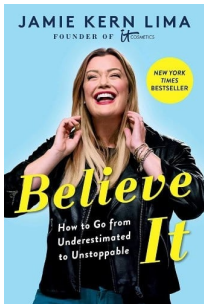
Une conférence destinée aux responsables du marketing, de la marque et des ventes, expliquant pourquoi l'authenticité relève d'un choix stratégique et non d'un simple style de contenu.

#### Points clés à retenir :

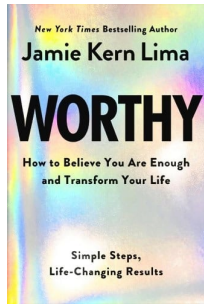
- Pourquoi le fait de mettre de vrais clients devant la caméra a transformé l'économie d'IT Cosmetics
- Les compromis que l'authenticité implique avec les acheteurs professionnels et les décideurs du secteur
- Comment intégrer une norme d'authenticité à grande échelle dans une fonction marketing



## LES DERNIERS LIVRES DE JAMIE



**Croyez-le : comment passer du statut de « sous-estimé » à celui d'« imparable »**



**Worthy : Comment croire en soi et transformer sa vie**

## Jamie Kern Lima's 2026 speaking fees

Les frais spécifiques sont compris dans les fourchettes indiquées. Celles-ci sont présentées à titre indicatif et peuvent être modifiées sans préavis.

	EUR	GBP	USD
<b>Pays d'origine</b>	€90000 plus	£75,000 plus	\$100000 plus
<b>Asie-Pacifique</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire

<b>Europe</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Moyen-Orient et Afrique</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Amérique du Sud</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Royaume-Uni</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Côte Est des Etats-Unis</b>	€90000 plus	£75,000 plus	\$100000 plus
<b>Côte ouest des États-Unis</b>	€90000 plus	£75,000 plus	\$100000 plus
<b>Virtuel</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire