

Avec Laboté, la cosmétique sur-mesure a enfin un visage

Laboté vient de remporter ex-aequo la 11ème édition du Grand Prix des Jeunes Créateurs du Commerce organisé par Unibail-Rodamco-Westfield. L'occasion de se pencher sur la recette de cette marque unique de cosmétiques sur-mesure avec sa fondatrice, Lucile Battail.

Temps de lecture : minute

6 octobre 2017

L'histoire de Laboté, marque de produits cosmétiques frais entièrement personnalisés, a certainement commencé à germer dans les tambouilles d'enfant de Lucile Battail, sa créatrice. Alors qu'elle n'avait que six ans, cette "baby-chimiste" autoproclamée s'amusait déjà à fabriquer des "potions végétales" pour les tester sur ses soeurs. Persuadée qu'elle allait consacrer une bonne partie de sa vie à ce sujet, c'est naturellement ce qu'elle a choisi de bûcher à la faculté de pharmacie de Paris, accompagné de dermatologie et de galénique (la science et l'art de préparer un principe actif pour le rendre administrable au patient, sous la forme de comprimé, pilule, sachet, solution injectable etc., NDLR). Et c'est alors qu'elle fait ses classes en officine que Lucile se rend à l'évidence : la crème parfaite n'existe pas.

Et pour cause, chaque peau est différente et a donc des besoins spécifiques, qui ne peuvent pas être comblés par des crèmes fabriquées en série. Cette réflexion et sa passion pour la botanique suffisent à susciter une envie, une ambition : révolutionner le monde de la cosmétique. Avec ses connaissances et à l'aide des compétences acquises lors de ses journées de cours, elle teste ses crèmes, échoue,

recommence. Les premiers essais ne sont guère concluants jusqu'à ce qu'elle réalise qu'il faut aborder la cosmétique comme l'alimentaire.

Le jus d'orange pressé est meilleur que le jus en pack. Pour la crème c'est pareil.

Lucile Battail

Elle se met alors à créer des crèmes "fraîches", sur-mesure et adaptées aux différents types dermatologiques de ses client·e·s, en prenant en compte la totalité de leurs caractéristiques. Et le succès ne tarde pas à arriver. "Très vite, j'ai remarqué que mes formules transformaient la peau et le quotidien de ces femmes", se réjouit Lucile Battail. De sa dinette d'enfant à un véritable laboratoire il n'y a qu'un pas et elle le franchit en 2015, après un master 2 entrepreneuriat à HEC Paris.

Du labo à la boutique

Elle crée alors sa société et dépose son brevet en juillet 2016. "J'ai concentré d'abord mes efforts sur la R&D et à l'issue de mes deux premières années j'ai déposé un brevet afin de protéger mon procédé de formulation à froid au cœur de tout notre concept", explique la créatrice. En novembre 2016, Laboté lève 1,5 million d'euros, un investissement nécessaire pour lancer le site de vente en ligne en février 2017. Le premier magasin ouvre lui en avril 2017. Ce premier "laboratoire de beauté" ouvre au 11 rue Madame. Coïncidence ? L'aventure peut en tout cas alors réellement commencer.

Sur les étagères ? Pas de produits tout faits. Les client·e·s viennent y trouver LEUR formule. Magique ? À en croire l'intérêt grandissant des grandes marques de cosmétique, cela se pourrait bien. "Certaines sociétés sont presque devenues des business angels pour nous car elles

nous envoient plusieurs fois par semaine leurs équipes dans le cadre de leurs veilles !", s'amuse Lucile Battail.



Une reconnaissance, méritée, qui tient au principe unique de Laboté : une analyse beauté complète est réalisée grâce à bilan clinique sous forme d'un questionnaire élaboré avec des dermatologues dans le magasin. En combinant ces informations et grâce à un puissant algorithme, LABOTÉ est capable de dresser un profil biologique pour chaque peau (soit plus d'un milliard de possibilités !). 10 minutes plus tard, après que le docteur en pharmacie ait sélectionné les actifs qui répondent aux besoins spécifiques de chacun, LA crème est prête.

"Le laboratoire de production qui est installé dans la boutique nous permet de créer et fabriquer avec nos clients, et sous leurs yeux, des formules uniques, parfaitement adaptées à leurs besoins et leurs envies en quelques minutes seulement"

Les formules Laboté ne sont composées que d'ingrédients "utiles" et non de produits destinés à conserver sa crème pendant plusieurs années. Les crèmes sont ainsi "fraîches" et fabriquées pour être consommées rapidement.

"Ne perdez jamais de vue que votre crème n'est pas bien différente de votre mayonnaise. Ce sont des émulsions. Alors demandez-vous ce qu'il adviendrait de votre mayonnaise fraîche, faite maison si vous la gardiez 1 ans et demi"

Aujourd'hui, l'équipe s'est étoffée puisque la fondatrice s'est entourée de huit collaborateurs, âgés de 22 à 60 ans qui viennent du monde entier et qui parlent au total cinq langues différentes. A terme, l'ambition de Lucile Battail est d'avoir des points de ventes partout et d'envahir le plus grand nombre de salle de bain possible. Si la blouse blanche et la caution officine ne sont pas sans rappeler la marque américaine Kiehl's (la comparaison s'arrête là), on ne peut que souhaiter à la jeune marque Laboté de suivre la même trajectoire.