

La recette de Cuure pour séduire l'Europe avec ses compléments alimentaires

Lancée en 2019, la startup spécialisée dans la vente de cure de compléments alimentaires lève 10 millions d'euros. Une augmentation de capital dont l'objectif est de la transformer en champion européen. La startup mise sur la personnalisation de son offre pour y arriver. Hugo Facchin, son co-fondateur avec Jules Marcilhacy, nous dévoile la recette de la marque.

Temps de lecture : minute

12 septembre 2022

Retrouver de l'énergie, faire face à la fatigue mentale, améliorer la qualité de son sommeil... Les startups sont nombreuses à vouloir améliorer le bien-être des Français et Françaises en misant, notamment, sur les compléments alimentaires. Et on comprend rapidement pourquoi. Avec une croissance de 6 %, le marché français a atteint un chiffre d'affaires supérieur à 2,3 milliards d'euros en 2021, rapporte une étude du Syndicat français des compléments alimentaires. Pour faire la différence sur ce marché déjà bien adressé - tant par des laboratoires que par des startups -, Cuure a choisi de miser sur la personnalisation des complexes proposés à ses clients.

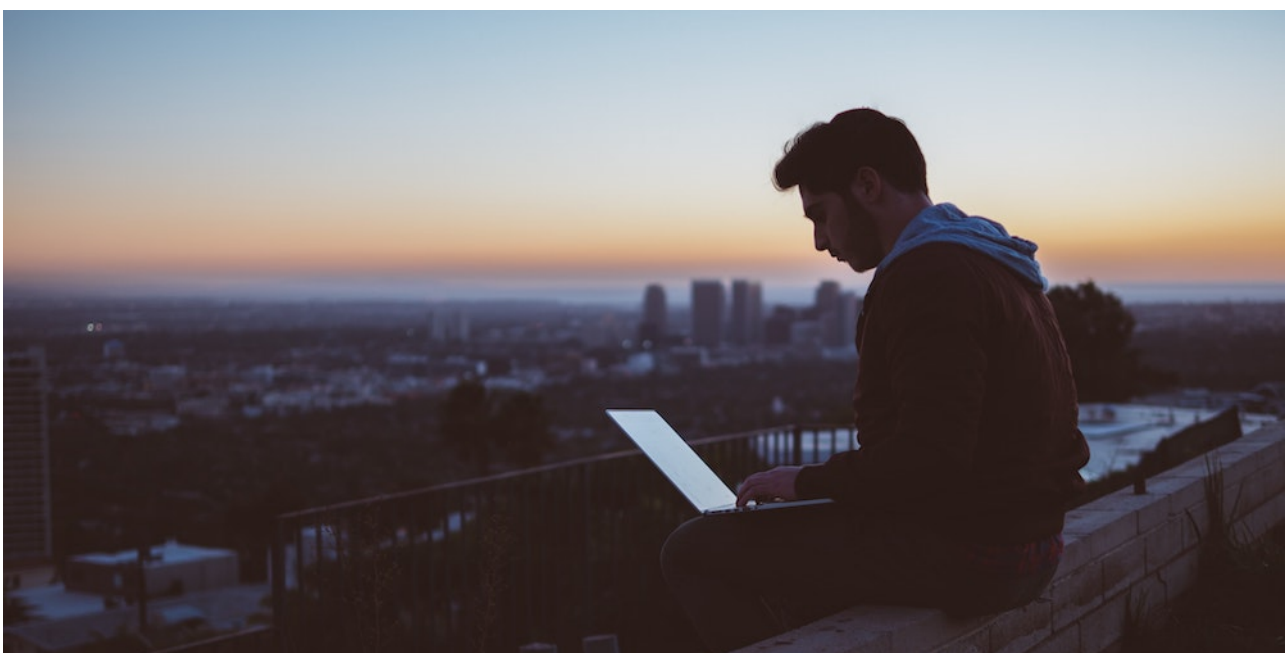
Une expérience personnalisée

Inutile de scroller pendant des heures pour trouver le produit correspondant à vos besoins parmi les dizaines référencées. L'expérience débute dès l'arrivée sur le site avec un questionnaire de cinq minutes, qui permet de déterminer les besoins identifiés par le client : digestion,

sommeil, stress, énergie, concentration, etc. En quelques secondes, les algorithmes - développés avec le soutien d'un comité d'experts - proposent quelques actifs concentrés dont les bienfaits sont détaillés. Une manière de redonner de l'information au consommateur, pour lui permettre de sélectionner librement les produits qui lui semblent les plus pertinents.

Contrairement aux solutions sur le marché, sous forme de poudre ou de cachet, Cuure propose ses cures sous forme de sachet - un à prendre par jour pendant 30 jours - dans un emballage 100 % recyclable et sans plastique. Pas de gaspillage inutile, donc. *"Ce format [le sachet] est beaucoup plus engageant pour le consommateur"* , met en exergue le co-fondateur. Qui rappelle *"les nombreux abandons réalisés dans les traitements aujourd'hui"*. Depuis, la startup a également développé des poudres à doser.

Ce manque d'assiduité a également poussé Cuure à développer une application de suivi qui *"rencontre un engagement très fort, encore plus fort que ce que nous imaginions. La moitié de nos utilisateurs l'utilisent aujourd'hui."*



À lire aussi

10 startups qui se battent pour améliorer le bien-être au bureau

Pour ceux qui souhaitent aller encore plus loin, Cuure permet de prendre rendez-vous pour une téléconsultation avec des nutritionnistes ou des naturopathes. Un service que la startup entend bien élargir en l'ouvrant à des professionnels d'autres secteurs. L'idée étant de proposer *"une expérience à 360° à ses clients"* et ce, tout au long de leur vie.

Internaliser son expertise

Dans sa démarche, la startup s'est appuyée sur un comité scientifique composé de médecins nutritionnistes, de naturopathes, de docteurs en pharmacie et de biologistes. *"Nous disposons également d'un réseau d'une centaine de professionnels de la santé pour des points d'expertise particuliers et nous travaillons avec des laboratoires de recherche ad hoc"*, explique Hugo Facchin. Des aides qui viennent soutenir l'équipe de R&D interne de la startup, composée de deux bio-ingénieurs à temps plein. Une stratégie qui traduit la volonté des deux fondateurs de garder la main sur toute la chaîne de valeur et de faire évoluer les formules en fonction des retours des consommateurs.

"Le cœur de notre solution est la donnée. Celle-ci sert la R&D, la science, l'application, etc.", souligne Hugo Facchin. Les informations issues du questionnaire initial, de l'application, mais aussi d'un point réalisé à la fin de chaque cure et du nombre de rendez-vous pris avec les professionnels, sont une mine d'or pour la société. *"Ces données viennent valider ou invalider les parcours proposés. Elles nourrissent notre pôle R&D et nous permettent d'optimiser nos formules constamment"*, insiste-t-il. Si, pour le moment, ces retours se basent sur des déclarations, la société élabore une offre autour du microbiote qui permettra d'avoir des données médicales. *"Nous sommes attentifs à ne pas devenir intrusifs"*, assure néanmoins l'entrepreneur.

Devenir un champion européen

La recette a trouvé son public. *"Notre lancement s'est très bien passé en 2019"* , analyse rétrospectivement Hugo Facchin, ce qui a permis à la société de rapidement se développer sur un triptyque : compléments alimentaires, application de suivi et plateforme de professionnels. *"Nos revenus ont été multipliés par quatre entre 2020 et 2021, et nous devrions tripler nos revenus en 2022."*

La startup a bénéficié d'une tendance générale, accélérée par la pandémie, qui a remis la santé et le bien-être au centre des préoccupations. *"Le Covid-19 a catalysé cette prise de conscience sur la santé, les trois quarts des Français font de la santé une priorité selon diverses études"* , constate le co-fondateur.



À lire aussi

Gapienne propose une plateforme dédiée au bien-être intime des femmes

En moins de trois ans, la société comptabilise déjà 2 millions de tests réalisés et 100 000 abonnés uniques. Pas question de s'arrêter en si bon

chemin. *"Nous voulons devenir un champion européen"* , assume l'entrepreneur. D'où le choix de l'entreprise de s'exporter rapidement en Europe. *"Cuure est disponible en cinq langues et notre lancement en Italie s'est très bien passé. Nous y avons réalisé 20 % de notre chiffre d'affaires, soit la moitié de notre chiffre d'affaires hors de France"* , se réjouit Hugo Facchin.

Le tour de table de 10 millions d'euros que vient de réaliser la startup lui laissera les mains libres pour poursuivre sa stratégie, en renforçant ses services et ses équipes avec de nouveaux recrutements tout en continuant à travailler son image de marque. D'où le choix de ses investisseurs : Capagro, Verlinvest - fonds international spécialisé en consommation santé et bien-être, JamJar - un fonds anglais fondé par un des créateurs des boissons Innocent -, et Newfund - investisseur historique de la startup depuis 2020. Des profils qui devraient permettre à Cuure d'élargir sa vision vers d'autres marchés, et lui donner quelques clés pour accroître sa notoriété dans les mois à venir.