

Neo by Nature lève 1,2 million d'euros pour révolutionner les cosmétiques

Créée par deux cousins fin 2019, la marque Neo by Nature ambitionne de remplacer les produits de beauté traditionnels par des cosmétiques rechargeables. Elle vient de lever 1,2 million d'euros auprès de divers business angels pour développer sa gamme.

Temps de lecture : minute

24 avril 2023

Un gel douche classique contient 10 % de principe actif et 90 % d'eau, le tout emballé dans un flacon en plastique à usage unique. C'est en partant de ce constat, et parce qu'ils ne voulaient plus travailler pour des industries agroalimentaires qui commercialisent des produits emballés dans du plastique, que Paulin de Montbron et Hector Sentilhes ont quitté leur emploi pour lancer leur marque de cosmétiques rechargeables Neo by Nature. Leur premier produit, un gel douche rechargeable à diluer, est sorti en septembre 2022, après plus de deux ans et demi de R&D.

" Ce type de formule anhydre, sans eau, est très difficile à réaliser car les contraintes sont nombreuses, explique Paulin de Montbron. Il fallait qu'elle soit certifiable COSMOS organic, composée d'ingrédients naturels pour obtenir la note de 100 % sur l'application Yuka, que les ingrédients soient compacts, que la formule se dilue dans un temps acceptable... Et il a fallu retrouver une texture classique de gel avec une mousse onctueuse. Nous avons travaillé avec un laboratoire français et des artisans parfumeurs de Grasse et sommes finalement parvenus à créer des pastilles de concentré de gel douche à diluer dans l'eau dans un

flacon en acier inoxydable réutilisable à l'infini. "

Objectif : atteindre 350 distributeurs d'ici fin 2023

Après un premier financement en fonds propres, prêts, subventions et campagne Ulule, la startup vient de lever 1,2 million d'euros auprès de 29 business angels pour faire grandir sa marque. Objectifs : élargir son catalogue avec quatre nouveaux produits (un shampoing, un dentifrice, du déodorant et une brosse à dent rechargeable), atteindre 350 distributeurs d'ici fin 2023 (pharmacies, parapharmacies, concept stores, magasins alimentaires bio...) et parvenir à 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires dans 18 mois, contre 200.000 euros aujourd'hui. " *C'est possible grâce à nos différents canaux de distribution, assure Paulin de Montbron. Nous réalisons actuellement la moitié de notre chiffre d'affaires sur notre site internet et l'autre moitié via nos partners retail. La concurrence existe, mais elle se positionne surtout sur des cosmétiques solides (savons et shampoings notamment) ou sur des cosmétiques rechargeables en contenants plastiques. Nous nous différencions par la certification bio, le choix des ingrédients naturels et le design du flacon.*"

L'équipe actuellement composée des deux cofondateurs, d'un business developer et d'une chargée de communication, prévoit également de s'agrandir d'ici l'été prochain, en recrutant un responsable des opérations, un créateur de contenus et un autre responsable de la communication pour faire rayonner la marque.



À lire aussi

L'Oréal accélère sa transformation en prenant une participation dans la biotech Microphyt

Article écrit par Rozenn Gourvenec