



Portail d'affaires

Soins cosmétiques - filière française de la soie

Annonce V64324 mise à jour le 05/08/2022

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SAS
Ancienneté de la société	Entre 5 et 10 ans
Localisation du siège	Isère

Résumé général de l'activité

La société utilise la soie comme actif principal et développe des routines de beauté alliant textiles et cosmétiques made in France.

2 brevets à son actif, 1 programme de R&D "filière française de la soie de beauté" avec une alliance stratégique avec la seule entreprise de production de soie en France.

Elle possède aussi une communauté de +10 000 personnes, 4000 clients actuels, et une récurrence d'achat de 35%.

En plus

La société possède un ou plusieurs **brevets**

La société possède une ou plusieurs **marques** déposées à l'INPI

La société travaille à l'**export**

Éléments chiffrés

Éléments chiffrés concernant la cession

En k€/année	2019	2020	2021	2022
CA		210	300	400
Marge brute		80	145	235
EBE		- 120	- 170	- 100
Rés. Exp.		- 160	- 200	- 145
Rés. Net		- 175	- 200	- 145

En k€/année	2019	2020	2021	2022
Salariés		1	2	3

Indications concernant les éléments chiffrés

Souhait de créer la filière française de la soie de beauté / amorçage.

A l'origine de la société, il y a le travail d'un inventeur de plus d'une centaine de brevets en dermocosmétique qui a dirigé la R&D de grandes entreprises de cosmétiques.

Il est notamment l'inventeur de la première technologie de microencapsulation avec des liposomes.

Il a encore innové avec la société concernée par la levée de fonds en créant une technologie de microencapsulation extemporanée par peptides de soie. Ses nouvelles recherches sur la soie, il les mène avec sa fille, co-fondatrice de la société et son associée.

Le business model principal de la société est basé sur la récurrence d'achat (type Nespresso : une machine qui capte peu de marge, et des capsules qui sont sources de marges). Pour la société, les produits socles sont les textiles (taies d'oreiller en soie, masques en soie, nouveaux textiles). Les consommables sont les cosmétiques qui complètent le soin (brume d'oreiller, brume cheveux, crème hydratante, sérums, etc.).

Dans la stratégie de développement de la société, les dirigeants sont entrés sur le marché des cosmétiques par la taie d'oreiller en soie. Cela leur a permis de se démarquer de toute la concurrence.

La taie d'oreiller en soie est hydrophobe : toute la nuit elle préserve l'hydratation de la peau. En plus, elle est anallergique, antibactérienne et anti-acariens. Dormir sur une taie d'oreiller en soie est déjà un geste beauté pour la peau et les cheveux.

La taie d'oreiller représente donc la base de produit qui sert ensuite à la récurrence. L'enjeu est à présent de développer tous les produits complémentaires à la taie d'oreiller en soie : brume cheveux, gamme cosmétique soin de la peau, gamme bien-être, etc.

Le fait d'être made in France est un challenge sur la partie textile, notamment avec ce tissu exceptionnel qu'est la soie.

Il faut noter que la société fait aussi de la R&D, a plusieurs brevets à son actif, et un nouveau programme de R&D prometteur sur les propriétés de la soie.

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

Le concept de soie de beauté (allier la soie cosmétique et textile pour innover en beauté et bien-être) est unique. L'entreprise entend maintenir cette unicité avec de la propriété intellectuelle, du savoir-faire et des produits d'excellence qui soient véritablement novateurs.

Son premier segment de clientèle est constitué de femmes 38-49, CSP +, sensibles à la cosmétique naturelle, au made in France et à l'excellence produits qui veulent des produits sains et de grande qualité pour prendre soin d'elles. Elles sont très occupées et sont heureuses que leur nuit soit régénérante, apaisante, source de bien-être et de beauté.

La société compare ses cosmétiques à celles de marques comme Filorga et Lancôme.

Il existe aussi un segment de clientèle autour des taies d'oreiller en soie : la société est la seule marque positionnée en haut de gamme et made in France.

Concurrence

Dans le segment cosmétique haut-de-gamme + naturel : Guerlain, John Masters Organic, Lazartigue.

Dans le segment cosmétique haut-de-gamme + technique : Filorga, Lancôme, Christophe Robin, Leonor Greyl.

Dans le segment bien-être : Dumas Paris.

Dans les taies d'oreiller en soie : isilk, Venus & Gaia.

Points forts

2 brevets + nouveaux brevets à venir.

Unicité de la marque et de son positionnement.

Traction marché prouvée : chiffre d'affaires 300 k€ en 2021.

Plusieurs prix et distinctions reçus : 1 victoire de la beauté catégorie top innovation + 2 CosmeticMag awards.

Pour le nouveau soin anti-âge regard (sérum contour des yeux + masque pour les yeux en soie) : médaille d'or CosmeticMag

Award dans la catégorie soin anti-âge + autre prix grand public à venir (information sous embargo jusqu'au 28 juin).

Pipeline de produits très développé : 10 nouveaux produits en 2022, et 8 en 2023.

Points faibles

Une internationalisation qui a besoin d'être boostée.
Des coûts importants sur la soie textile (mais qui seront compensés par les marges sur les cosmétiques).

Infos sur la levée de fonds

A propos de l'augmentation de capital

Montant recherché	100 k€
Participation proposée au capital	Minoritaire
Explication de la recherche de fonds	Le montant global de la levée de fonds est de 700 k€, dont 450 k€ ont été pris en charge par des personnes privées et des Business Angels. Cela a d'ailleurs permis de suivre tout le processus d'instruction, réalisé par une équipe de Business Angels, et de défendre le projet en séance plénière. Les fonds sont levés en 2 tranches, dont l'une a été clôturée au 27/07/22. La deuxième tranche est à clôturer avant le 30/09/2022.

Profil de l'investisseur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale
Complément	Investisseurs privés ou institutionnels souhaitant rejoindre l'aventure de cette société pour ses valeurs (excellence produit, made in France, innovation) et/ou pour le projet de création de la filière française de la soie de beauté. L'objectif dans les cinq prochaines années est de travailler sur la valeur perçue de la société et en faire une pépite de la cosmétique made in France.