

2nd tour

11 janvier 2018
637 mots - 3 conseil(s)

Par Anne Joly

Article

Même Cosmetics se lie à un laboratoire

La jeune marque de cosmétiques pour les patients vivant avec un cancer organise un 2e tour. Déjà soutenue par Otium, qui remet au pot, elle fait entrer Pierre Fabre Dermo-Cosmétique à son capital.

C'est l'histoire de deux jeunes femmes qui ont vu le cancer dans les yeux de leurs mères. Et ont compris que les solutions cosmétiques vraiment adaptées aux besoins des patients atteints du cancer étaient rares, voire inexistantes. C'est ainsi que **Même Cosmetics** est né. Le projet porté par **Judith Levy** et **Juliette Couturier** dès la fin de leurs études a débouché sur la création de leur société en mars 2015 et une première levée de fonds auprès d'**Otium**, fin 2015. Celle-ci lui ayant permis de financer ses études cliniques (menées auprès de 70 patients), Même Cosmetics procède aujourd'hui à une deuxième levée de fonds à laquelle participe son investisseur historique tandis que **Pierre Fabre Dermo-Cosmétiques** entre au

capital, en minoritaire, sans préciser le montant. De fait, à l'issue de l'opération, les deux fondatrices conservent la majorité.

Audace et authenticité



Deux fondatrices dont l'audace et l'authenticité ont convaincu **Eric Ducournau** (photo ci-contre), Dg de **Pierre Fabre Dermo-Cosmétique**, entité sur laquelle la jeune marque peut désormais compter pour distribuer sa gamme de **treize produits** dans les pharmacies et les hôpitaux... « J'étais à la recherche d'une marque **Indy** et **Judith** et **Juliette** m'ont touché : il est extrêmement gonflé, à leur âge et au tout début de leur vie professionnelle. d'avoir eu cette idée de créer une gamme de produits vraiment utiles, de se concentrer sur ce segment et de mettre la barre aussi haut en choisissant de mener des études cliniques - pour vérifier l'innocuité et l'efficacité des produits et leur rôle dans l'amélioration de la qualité de vie des patients- et de pousser la porte des centres d'oncologie ! », explique le dirigeant de la division qui affiche, en 2017, **1,407 Md€** de chiffre d'affaires avec 8000 salariés (dont 4000 en France). Et se préoccupe de ne pas dissoudre l'originalité de sa première participation : « Nous partageons les mêmes exigences de développement des produits, mais la société conserve son façonnier et garde la main sur son développement. »

350 pharmacies



Proposés depuis le début de la semaine par les équipes commerciales d'Avène - la marque du groupe Pierre Fabre spécialiste des peaux sensibles et leader du marché dermo-cosmétique en France - les produits convainquent. « Nous avons déjà signé onze ventes », se réjouit le nouvel actionnaire. En vente depuis fin janvier 2017, les produits de Même Cosmetics ont été développés, pendant un an, au sein du laboratoire de Laurent Dodet, P&B Group. « L'objectif de cette levée est de développer nos ventes en France et d'accompagner cette croissance », explique **Juliette Couturier** (photo ci-contre). A force de détermination, l'équipe de **dix personnes** a réussi à placer ses produits, depuis un an, dans **350 pharmacies** et a honoré environ 3000 commandes en ligne. Son objectif est de s'implanter, d'ici un an, dans **1500 pharmacies**. « là où les patients trouveront écoute et conseil », précise Juliette Couturier. Alors que les gants et chaussons pour éviter le syndrome mains-pieds et leur brume pour calmer les irritations du cuir chevelu font l'unanimité, les fondatrices s'attellent à une ligne de maquillage. Avec, toujours. « une charte de formulation drastique. »

Tags : France , Île-de-France , Santé, beauté et services associés

Voir la fiche de : MEME COSMETICS

Voir la fiche de : PIERRE FABRE

Voir la fiche de : OTIUM CAPITAL

les intervenants de l'opération

Société cible ou acteur **MEME COSMETICS**Acquéreur ou Investisseur **PIERRE FABRE, OTIUM CAPITAL**Société Avocat d'Affaires Corporate **MENU SEMERIA BROC (MSB)** Charles-Philippe Letellier David Courchia

Voir la fiche détaillée de l'opération

