

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 65168

Koosh affichent néanmoins un prix «accessible» pour du bio. Vendues uniquement sur abonnement (à partir de 82 euros par mois), elles reviennent à 0,28 euro l'unité, soit un peu moins cher que le haut de gamme de Pampers. Le fait que la jeune pousse les propose sur le Web, en direct et sans intermédiaire, rend l'équation possible. Financée sur fonds propres à hauteur de plusieurs centaines de milliers d'euros, l'aventure donne des résultats probants. Avec 5 000 abonnés, l'entreprise serait déjà rentable. Pas mal en moins d'une année. koosh.co

Jean-Charles Sommerard, "nez" de Sevensence, élabore des fragrances bio pour des parfums sans base alcoolique.



IAN HANNING/REA - BENJAMIN DUBUIS/SP SEVENSENCE

Parfums naturels

Quand Jean-Charles Sommerard et Helen Cser Lalitte se lancent en 2012, les fragrances naturelles et biologiques sont méconnues. Aujourd'hui, 200 entreprises font appel à leurs services, en majorité des laboratoires de cosmétiques et des marques de parfums ou d'hygiène-beauté. La mission de leur société qui emploie neuf personnes : élaborer des senteurs à partir d'ingrédients naturels (plantes, écorces d'arbre, extraits de fleurs...). Exit les substances chimiques, bonjour les huiles essentielles. La démarche a l'inconvénient de réduire la palette olfactive. Mais cela n'empêche pas les ventes d'afficher une croissance annuelle à deux chiffres quand le marché européen de la cosmétique bio croît de 7% seulement par an. Profitant de l'image flatteuse de la parfumerie française à l'étranger, l'entreprise s'ouvre à une clientèle lointaine, en Corée du Sud et au Canada notamment. Anticipant un important potentiel, le fonds Karot Capital a investi un million d'euros dans la société en 2019. Tournée uniquement vers le B to B, [Sevensence](http://Sevensence.com) n'a pas besoin d'énormes budgets marketing. L'argent levé sert donc à développer la R&D dans un domaine encore loin d'avoir livré tous ses secrets. La jeune pousse entretient un parfum de mystère. sevensence.com

Exit le chimique, bienvenue au naturel. La recherche de fournisseurs est une étape cruciale.



Du vert, mais coloré

Le déclic entrepreneurial tient parfois à peu de chose. A côté de son métier de consultante, Beena Paradin est passionnée de cuisine. À la suite d'un pari lors d'un dîner entre amis, elle écrit, en 2006, un premier livre de recettes. Puis un deuxième, et un troisième. Beena perçoit aussi le frémissement du flexitarisme et la baisse de la consommation de viande. Elle lance alors Beendi, sa société de produits alimentaires 100% bio, faciles à préparer et végétariens : des mélanges de légumineuses, légumes et épices. «J'avais envie d'aider les gens à manger de bonnes choses au quotidien», explique-t-elle, comme des lentilles curry-coco et du riz à la noix de coco (des préparations vendues 4 euros le paquet). En revanche, pas facile de trouver l'intégralité des matières premières en bio. «En 2013, quand nous avons débuté, il y avait peu d'aliments exotiques bio. Or, je voulais de vraies épices. Faire venir les bons

15 000 EUROS À GAGNER

Créateurs de boîtes écolos, vous avez jusqu'au 15 mars prochain pour participer au Natexbio Challenge et remporter les 15 000 euros de dotation de ce concours organisé par la fédération des entreprises du secteur.

Réservée aux sociétés de production et de distribution de produits bio créées depuis moins de trois ans, la compétition propose également aux 3 lauréats un accompagnement de

plusieurs mois et un stand d'exposition au salon Natexpo qui se déroulera du 24 au 26 octobre 2021, à Paris. Dossiers de candidature disponibles sur natexbiochallenge.com. Bonne chance!