

ACHAT-VENTE

Hygie31 (Five Arrow Principal Investments) rachète Ecoceutics

Hygie31 (ex-Lafayette Conseil) a acquis l'un des groupements de pharmacies leaders en Espagne : Ecoceutics. Situé à Barcelone, il compte 156 officines pour un chiffre d'affaires 2021 de 200 M€. Hygie31 réunit en France 700 officines, deux sites d'e-parapharmacies, 52 magasins d'optique et 24 de matériel médical pour un chiffre d'affaires de 1,7 Md€ en 2021. « Le marché espagnol, qui représente 22 Md€, est très proche du marché français : une croissance de 3 à 4 % par an avec des dynamiques de croissance similaires », a expliqué Hervé Jouves président de Hygie31.

Eurofins Cosmetics & Personal Care majoritaire chez CRA Korea Inc.

Eurofins Cosmetics & Personal Care finalise sa prise de participation majoritaire dans CRA Korea Inc., un laboratoire d'analyses cliniques notamment des formules cosmétiques, basé en Corée du Sud. Eurofins Cosmetics and Personal Care qui compte déjà une entité Korea Analytic Service dans le pays va ainsi étendre sa présence et son offre de services.

Gotha Cosmetics (Capvis Equity Fund) acquiert Mia Cosmetic Factory

Fabricant à façon de maquillage depuis 2005, l'italien Gotha Cosmetics augmente sa capacité de production en reprenant son homologue Mia Cosmetic Factory spécialisé dans la couleur. Mia Cosmetic était déjà le partenaire de Gotha pour le remplissage des fonds de teint, mascaras, gloss... il s'agit de la deuxième opération depuis le début de l'année pour Gotha Cosmetics qui a pris une participation majoritaire dans la société chinoise de formulation et de conditionnement iColor Group.

FINANCEMENT

Propice prête pour la phase de production

Objectif atteint pour Propice. La jeune marque de soins bio, vegan, créée par Hervé Zeller (ex-Interparfums), associé à Thierry Kuntz (ex-Lauder), a prévenu, voire dépassé les 150 unités de crèmes, de sérums sur la plateforme Ulule en juin. Propice, aux actifs issus de l'upcycling, va ainsi pouvoir lancer sa première production. Les deux références seront ensuite vendues sur l'e-

TROIS QUESTIONS À JEAN-YVES BERTHON, fondateur de Greentech (C.A. 2021 : 48 M€), sur les 30 ans de son entreprise pionnière des biotechnologies végétales.

« Nous devons renforcer notre position »

Comment voyez-vous les prochaines années ?

Jean-Yves Berthon : Nous nous renforcerons sur nos métiers. Nous devons ainsi garder, voire développer notre position dans la fourniture d'actifs et d'extraits naturels, bio pour la cosmétique. Elle représente 60 % de notre activité. Grâce à notre expertise sur la fermentation c'est-à-dire sur les biotechnologies microbiennes, développée depuis 2000 avec le rachat d'une entreprise dans le Cantal, devenue Greencell, nous continuerons à fournir des actifs pour la pharmacie. Nous avons d'ailleurs comme clients de plus en plus de start-up n'ayant pas les moyens d'avoir les outils de production que nous, nous avons. La pharmacie pèse 15 % de notre chiffre d'affaires. Troisième champ d'action dans lequel nous avons une carte à jouer : l'agroécologie. Nous parlons beaucoup de fertilisation croisée c'est-à-dire que toutes ces technologies et tous ces domaines d'activité se nourrissent les uns les autres.



À quel moment l'entreprise est-elle entrée dans une nouvelle dimension ?

J.-Y. B. : Avec la crise de la vache folle au milieu des années quatre-vingt-dix, la cosmétique a commencé à se détourner des actifs d'origine animale pour aller vers le végétal. Elle nous a alors sollicités pour des actifs naturels alors que nous fournissions des ingrédients essentiellement pour l'industrie pharmaceutique. Nous avons développé une protéase issue de la biotechnologie. C'était assez ambitieux car la caractéristique de la protéase est de dégrader la protéine donc ce n'est pas stable. Puis, il y a eu Kigeline – des saponines et phytostérols augmentant le taux de collagène ainsi que la teneur en eau et en acide hyaluronique – et des acides de fleurs qui étaient et sont toujours une vraie alternative plus douce aux acides de fruits pour le peeling des peaux sensibles. Nous sommes passés de fournisseurs de plantes à producteurs d'actifs.

Que referiez-vous différemment ?

J.-Y. B. : Nous avons un catalogue assez large car nous ne savons pas dire non à un client. Résultat, nous ne nous sommes jamais spécialisés. Est-ce bien ou pas ? Si nous nous étions concentrés sur quelques produits, cela aurait été plus risqué. Et il aurait fallu staffer davantage les équipes pour se développer plus rapidement. Je n'ai pas la réponse.

PROPOS RECUEILLIS PAR MARYLINE LE THEUF

shop de la marque qui regarde aussi du côté d'une distribution sélective et alternative.

LEVÉE DE FONDS

5 M€ pour Waam Cosmetics

La marque de do-it-yourself, fondée en 2016 par Dieynaba Ndoye, a levé 5 M€ auprès de We Positive Invest 2 (Arkea Capital) et de Karot Capital, investisseur présent depuis 2020. L'objectif est d'accélérer le développement de l'offre notamment dans les poudres, et de la distribution.

RSE

Lush investit dans le recyclage en circuit fermé

La marque enseignes lance le programme

de recyclage Bring it Back sur les marchés français, belge et luxembourgeois. Le but est d'inciter un grand nombre de consommateurs à retourner les emballages des produits Lush (pots et flacons en plastique) en boutiques afin d'être recyclés et réutilisés pour la fabrication de nouveaux. Les clients se voient crédités de 40 centimes par packaging retourné sur leur prochain achat.

Elenature s'engage

Elenature, la marque de soins capillaires certifiés Cosmos Organic, et sa maison mère leva Group ont rejoint « 4 pour 1000 ». Lancée lors de la COP 21 en 2015, cette initiative internationale promeut la séquestration du carbone dans les sols pour la sécurité alimentaire et le climat.