

La lettre de l'ANRT- Décryptage Europe & Prospective n°9 mars-avril 2019

Vie des membres

Skin'Up tisse les fibres de l'innovation

Pour la PME Skin'Up, l'année 2018 a été marquée par l'ouverture de son nouveau site de R&D au cœur de la Touraine. C'est dans ces 1 000 m² que cette entreprise d'une vingtaine de personnes, leader mondial des cosmétotextiles, invente désormais ses futures lignes de vêtements, encore plus intelligents. Car comme le souligne sa directrice, Sophie Beaugé-Duguet, « on peut rester en France pour créer des entreprises, innover et gagner des parts de marché. »



Sophie Beaugé-Duguet, directrice Skin'Up

ANRT : Vous dirigez la Pme Skin'Up, leader mondial des cosmétotextiles et avez inauguré, en 2018, votre nouveau laboratoire Cosmotech. Qu'attendez-vous de cette création ?

Sophie Beaugé-Duguet, Skin'Up : Ce n'est pas vraiment une création. La nécessité d'un laboratoire s'est imposée à la fondation, en 2005, pour mettre au point notre concept de nouveau textile cosmétique. Très concrètement, il fallait faire tenir les cosmétiques sur les fibres et leur permettre de se diffuser ensuite au contact de la peau. Aucun outil à l'intersection de ces deux marchés ne le permettait, nous l'avons créé. Avec Cosmotech, 1 000 m² et des équipements supplémentaires, nous sommes passés à l'étape supérieure. Nous maîtrisons l'intégralité du processus de développement de nos produits : l'ingrédient cosmétique, la modélisation de l'encapsulation, le textile, l'efficacité du soin. Et naturellement, cela inclut la distribution, car aujourd'hui la logistique fait partie intégrante de l'innovation.

ANRT : Vous auriez pu trouver les compétences de recherche à l'extérieur de votre entreprise, notamment par la collaboration, mais vous avez fait le choix inverse. Pourquoi ?

S.B-D : Pour une raison simple : je pensais que cela ne pouvait pas se faire à l'extérieur. Nous avons créé un concept nouveau, comme il en existe peu par décennie. Cela induit forcément des risques de contrefaçon. Nous concurrençons les grands acteurs de la cosmétique. On cite toujours les Chinois, mais le danger est parfois plus proche qu'on imagine. A mon sens, même parfois dans un cadre collaboratif. Je tenais à ce que nous restions autonomes, à internaliser pour préserver nos idées. Si nous ne l'avions pas fait, nous n'aurions pas été protégés, notamment par la DCRI (ndlr : aujourd'hui DGSI, Direction générale

de la sécurité intérieure), dans le cadre de l'intelligence économique. Les inventions qui ont débouché sur des brevets nous ont permis ensuite d'obtenir des soutiens que nous n'aurions jamais obtenus autrement, du type crédit impôt recherche ou aides de Bpifrance.

ANRT : Si je comprends bien, tout intégrer en interne vous a apporté « protection » et « autonomie » ?

S.B-D : Oui, et j'ajouterais un point crucial : cela nous a laissé le temps de faire nos preuves. Avec près d'1 million de pièces vendues, on peut dire que notre concept de textile cosmétique est accepté aujourd'hui par le consommateur - à condition naturellement de respecter les critères d'efficacité, de transparence et d'éthique. Et deuxième point : le modèle économique s'avère rentable. Nous sommes passés d'à peine 4 millions de chiffres d'affaires en 2017 à 8 millions en 2018. Et nous devrions atteindre le double en 2019.

ANRT : Vous l'avez souligné, le secteur textile est particulièrement touché par la contrefaçon. Comment défendez-vous vos innovations ?

S.B-D : Nous avons été accompagnés par un conseil en propriété intellectuelle, dès la création de Skin'Up. Nos technologies font l'objet de brevets. Compte tenu de la vie de l'entreprise, nous n'avons pas toujours pu financer une protection à l'échelle internationale. Je ne peux pas me permettre de vous donner ici trop de clés. Nous détenons un très beau brevet fondamental, l'un des premiers déposés d'ailleurs, que je n'ai pas pu défendre dans tous les pays faute de moyens. Aujourd'hui, avec des moyens, nous commençons à défendre nos brevets par des mises en demeure et des actions judiciaires.

ANRT : Vous évoquiez le crédit d'impôt recherche. Comment utilisez-vous ce dispositif ?

S.B-D : Sans le statut de jeune entreprise innovante puis le CIR, sur les dix premières années de son existence, il n'y aurait pas eu de Skin'Up. J'avais vendu ma société d'import-export précédente, j'avais épuisé tous mes fonds... BPI nous a aidés par des avances remboursables, mais nous n'avons bénéficié d'aucune subvention... La seule aide directe que nous ayons obtenue pour soutenir nos travaux de R&D, c'est le CIR. Aucune industrie, aucun projet, aucune entreprise ne continueraient d'investir après dix années de pertes sans être soutenus. Nous investissons entre 15 et 20 % de notre chiffre d'affaires dans la R&D.

La logistique Skin'Up, partie intégrante de l'innovation

Installée depuis 2005 à Azay-le-Rideau près de Tours, Skin'Up commercialise ses lignes de vêtements en cosmétotextile, soit 500 références différentes, principalement en ligne. Elle expédie jusqu'à 50 000 pièces par semaine au départ de ses locaux. Les produits commandés sur les sites web de ses distributeurs ou sur sa boutique en ligne partent à J+1, au plus tard à J+2 après la commande. Les clients français les reçoivent en moyenne 72 heures après l'achat.

Comme le souligne sa fondatrice et PDG **Sophie Beaugé-Duguet**, « la logistique fait partie de l'innovation. Le dernier maillon de la chaîne, mais le plus impactant, c'est le moment où le consommateur reçoit le produit dans sa boîte aux lettres. Notre organisation et notre performance logistique sont incomparables sur notre segment d'activité. Les distributeurs qui nous font confiance, le partage des données, des équipes qui travaillent quelquefois le week-end parce qu'elles partagent des valeurs avec l'entreprise... c'est comme cela que Skin'Up a pris le leadership sur ce marché ».

ANRT : Les dirigeants d'entreprise pointent parfois des difficultés de mise en œuvre du CIR, en particulier pour identifier les catégories de coût éligibles. Quelle est votre expérience ?

S.B-D : La mise en œuvre a été compliquée, mais avant le CIR, Skin'Up avait bénéficié du statut de « jeune entreprise innovante ». Je dirais que nous étions déjà « sensibilisés » aux bonnes pratiques de ce type de dispositif. Et j'ai eu la chance d'être accompagnée par mon expert-comptable. Il a rapidement compris les enjeux. Nous n'avons pas hésité à communiquer régulièrement avec le ministère de la recherche, à instaurer avec eux une relation de partenaires autour de nos projets...

ANRT : L'extension de votre laboratoire en région Centre confirme votre choix de continuer à vous développer en France ?

S.B-D : En effet et j'en suis fière. La réussite de Skin'Up montre que l'on peut s'implanter en France, développer une entreprise, des concepts et des technologies, gagner de l'argent en innovant. « On n'a pas quitté le navire ». On peut profiter à notre pays, à nos valeurs, à nos institutions, nos compatriotes... Je pourrais poursuivre l'énumération. Je dirais que quelque part, une partie de ma mission est accomplie...

Qu'est-ce qu'un cosmétotextile ?

Un cosmétotextile est un article textile contenant une substance ou une préparation destinée à être libérée durablement sur les différentes parties superficielles du corps humain, notamment sur l'épiderme, et revendiquant une ou des propriétés particulières telles que nettoyage, parfum, modification d'aspect, protection, maintien en bon état ou correction d'odeurs corporelles.

Source : définition officielle du Bureau de normalisation des industries textiles et de l'habillement (BNITH), 2006.

ANRT : Vous avez innové avec une gamme de vêtements aminçissants à base de fibre de jade. Quelles autres voies prévoyez-vous d'explorer prochainement ?

S.B-D : Nous envisageons deux axes de développement. D'abord la création d'une nouvelle capsule verte, composée uniquement d'ingrédients « bio », à insérer dans nos fibres. Le deuxième projet porterait sur un cosmétotextile connecté. Je ne vous en dirai pas plus. Nous continuerons à œuvrer pour que les vêtements en textile cosmétique entrent dans les garde-robes de tout un chacun.

ANRT : 11 marques, 1 million de pièces vendues dans 20 pays, 8 millions de chiffres d'affaires... Et Skin'Up compte une vingtaine de salariés seulement. Comment cela se traduit-il en termes d'organisation de vos activités ?

S.B-D : Nous sommes vraiment un centre de décisions. Notre effectif tourne autour de 4 personnes en R&D, (je m'y inclus, car je participe activement aux projets), idem

pour le commercial, la logistique, le marketing et enfin la communication plus les services généraux. Mais nous travaillons avec un grand nombre de partenaires et sous-traitants dans des domaines très divers, le conseil, la recherche, le commercial, le marketing.

ANRT : Vous venez d'adhérer à l'ANRT. Qu'attendez-vous de nous ?

S.B-D : Je ne connais pas bien l'ANRT encore. J'ai envie de répondre que seul on va vite, sur un projet d'innovation ou sur le déploiement d'un nouveau concept. Mais ensemble on va loin. Avec l'ANRT, peut-être pouvons-nous allier les deux, aller vite et loin. Et faire en sorte que les entreprises ou les ressources restent en France. Notre pays laisse partir de beaux projets souvent rachetés par des étrangers.

Propos recueillis par Carole Miranda et Martine Lux