



Skinjay, la start-up française à la conquête de notre bien-être

Après avoir séduit les plus grands hôtels de luxe en Europe, Skinjay lève 3,5 M€ et amorce ainsi sa conquête des particuliers, en France comme à l'international. Apporter les bienfaits des soins naturels, chez soi, à tout moment : telle était l'ambition de Nicolas Pasquier en fondant Skinjay. Positionnée sur le secteur du bien-être, l'offre de cette start-up française repose sur une technologie exclusive, la micro-nébulisation[®], qui permet de mixer le contenu de capsules d'huiles essentielles avec l'eau de la douche.

Des débuts très prometteurs

Après plusieurs années de R&D, Skinjay a lancé il y a 2 ans son offre du même nom, constituée d'un module innovant et d'une collection inédite de capsules aromatiques. Ce dispositif permet de fusionner des huiles essentielles avec l'eau de la douche. Les senteurs aromatiques tombent ainsi en pluie fine sur la peau, procurant une sensation immédiate de détente et de bien-être. De quoi transformer sa salle de bains en un espace d'exception, placé sous le signe de la beauté, du bien-être et de la relaxation.

Dans sa première phase de commercialisation, la start-up a suscité l'intérêt des hôtels de luxe, en France comme en Europe. En 24 mois seulement, 150 d'entre eux ont ainsi été séduits par cette technologie, dont les emblématiques George V, Plaza Athénée et Crillon à Paris, mais aussi le Grand Hotel Palace à Rome, le Serras Hotel de Barcelone, le Métropole Monte-Carlo à Monaco, la Villa Magna à Madrid ou encore le Pachtuv Palace de Prague.

Membre du pôle de compétitivité de la Cosmetic Valley (premier centre mondial de ressources cosmétiques en matière de savoir-faire, de recherche et de formation) et de la FEBEA (Fédération des entreprises de beauté), Skinjay est soutenue chaque jour dans ses démarches scientifiques, réglementaires et à l'international. Elle est également accompagnée depuis son lancement par des partenaires financiers et institutionnels de tout premier plan, comme Bpifrance, le CIC, la Caisse d'Épargne, ainsi que les régions Rhône-Alpes-Auvergne, Île-de-France et Hauts-de-France.

Soutenue par des investisseurs publics et privés, Skinjay lève 3,5 M€ en 2017

Skinjay vient de réaliser un nouveau tour de table auprès du fonds d'investissement Seventure, l'un des leaders européens du capital-risque, spécialisé dans les technologies digitales. D'un montant de 3,5 millions d'euros, celui-ci doit lui permettre de passer à la vitesse supérieure, notamment en ce qui concerne la commercialisation de son dispositif auprès des particuliers.

RELATIONS MÉDIAS SKINJAY : @FHCOM

alison.tournier@fhcom.net - frederic.henry@fhcom.net +33 1 55 34 24 24 - www.fhcom.net



Une stratégie de croissance B2C très ambitieuse

Pour faire connaître sa technologie et ses produits, Skinjay lancera début septembre une toute nouvelle boutique en ligne entièrement dédiée à son offre grand public, ainsi qu'une collection de capsules inédites. Pour renforcer l'accessibilité de son dispositif, ses produits seront également disponibles à la vente au sein du grand magasin parisien, le BHV Marais.

Des perspectives d'innovation illimitées

Pour atteindre ses objectifs ambitieux, Skinjay continuera d'innover dans le secteur du bien-être, de la beauté, mais aussi de la santé et du soin à domicile, en utilisant pleinement le potentiel de sa technologie exclusive. Au-delà de la relaxation, cette dernière lui ouvre en effet des perspectives presque illimitées. D'ailleurs, 20 % de son chiffre d'affaires est aujourd'hui consacré à sa R&D. Ainsi, 2 nouveaux brevets ont été déposés en 2017 et le grand public pourra choisir parmi une gamme de 8 capsules d'ici la fin de l'année.

Parallèlement, la jeune pousse envisage de se rapprocher de grands groupes cosmétiques et de parfumeurs pour imaginer des capsules innovantes autour des soins du corps (shampoings, gels douche...), mais aussi dans le traitement de certaines affections de la peau (hydratation, balnéothérapie...).

Conserver la production en France pour garantir la qualité

L'ancrage de Skinjay dans l'écosystème français est indiscutable et constitue une vraie force pour la jeune entreprise, qui mise sur la qualité. Cette année, elle a recentré l'ensemble de sa fabrication de capsules sur son centre de R&D près de Lyon, tandis que le mixeur est produit en Picardie. Elle a également investi dans une nouvelle chaîne de production, capable de garantir une cadence élevée de plus de 8 millions de produits par an.

Fidèle à ses convictions, Skinjay est et restera impliquée sur le plan de la RSE avec des exigences sociales, écologiques et économiques fortes. Ainsi, ses produits sont 100 % made in France, tandis que ses capsules sont réalisées avec des matériaux entièrement recyclables, répondant aux pratiques de fabrication les plus exigeantes autour de formulations cosmétiques elles aussi 100 % naturelles. Enfin, l'intégralité de sa production est réalisée en ESAT ou en CAT, des organismes qui œuvrent à l'intégration par le travail de personnes handicapées.

Un produit tendance pour des consommateurs en quête de bien-être

Afin de composer ses bouquets aromatiques aux vertus délicates, fraîches ou vitaminées, Skinjay s'est adressée à Jean-Charles Sommerard, écoparfumeur et aromatalogue. Il a ainsi formulé des fragrances exclusives, à base

RELATIONS MÉDIAS SKINJAY : @FHCOM

alison.tournier@fhcom.net - frederic.henry@fhcom.net +33 1 55 34 24 24 - www.fhcom.net



d'huiles essentielles bio et de matières premières 100 % naturelles.

Le module, permettant la diffusion de leur contenu dans l'eau de la douche, est un dispositif universel qui se fixe en une minute entre le cordon et le mitigeur, sans travaux. Il est réalisé en laiton, sans plomb, avec une belle finition chromée et certifié ACS (attestation de conformité sanitaire).

Dans le contexte actuel, avec des consommateurs en quête d'un retour à la naturalité, mais aussi un besoin de se ressourcer et de déconnecter d'un quotidien stressant, Skinjay dispose donc de tous les atouts pour devenir rapidement un acteur incontournable du bien-être au quotidien.

« Alors que l'innovation dans la salle de bains reste assez rare, nos produits réinventent le rituel de la douche en permettant à chaque individu de retrouver le plaisir de prendre soin de soi, à domicile », précise Nicolas Pasquier, fondateur et PDG de Skinjay

Dates et chiffres clés

2012 : création de Skinjay par Nicolas Pasquier.

400 k€ de CA en 2016. Première année d'exploitation réelle.

150 : nombre d'hôtels de luxe équipés de son dispositif en France et en Europe.

10 : nombre de salariés.

5 M€ : investissement en R&D depuis la création.

Prix : Discovery Kit finition chromée à partir de 149 €, pack découverte de 6 capsules à 11,90 €, pack de 5 coffrets de capsules à 49,90 €.

RELATIONS MÉDIAS SKINJAY : @FHCOM

alison.tournier@fhcom.net - frederic.henry@fhcom.net +33 1 55 34 24 24 - www.fhcom.net