Éric Judor se lance dans l'entrepreneuriat avec The Bold Club

Éric Judor et Nicolas Beretti ont pris le parti de créer une entreprise uniquement consacrée aux produits pour chauves. Pour lancer leur activité, ils ont ouvert une campagne de crowdfunding sur Ulule.

Temps de lecture : minute

14 mars 2020

Kelly Slater, Loïc Le Meur ou encore Fabien Barthez... Ils sont partout et ont un petit quelque chose en moins : des cheveux. Hé oui, nous parlons des chauves. Éric Judor et Nicolas Beretti en sont des exemples. L'acteur et humoriste Éric Judor (*La Tour Montparnasse infernale, Neuilly sa mère !, La Tour de contrôle infernale...*), désormais également réalisateur, et l'entrepreneur Nicolas Beretti ont réalisé que le monde des cosmétiques avait laissé pour compte les chauves et qu'il était temps que cela change. C'est de là qu'est née l'idée du Bold Club.

“Bold : nom masculin désignant une personne chauve et qui l’assume”, peut-on lire sur la campagne Ulule des deux acolytes. Le nom de la marque joue sur le mot anglais “bold”, qui signifie à la fois “chauve” et “audacieux”. C'est donc pour ceux qui n'ont pas de cheveux à s'arracher qu'Éric Judor et Nicolas Beretti ont pensé la carte Bold. Celle-ci donne accès à des avantages auprès de partenaires partout en France. Soins, sport, culture, hôtel, tout est pensé pour que les “Bolds” puissent profiter de la vie. Premier partenaire signé : la Barbière de Paris, un coiffeur et barbier qui propose aux détenteurs de la carte Bold un massage pour entretenir le crâne. Hé oui, même les chauves peuvent aller chez le coiffeur !

Mais le Bold Club ne se résume pas simplement à une carte. *“Ma femme en avait marre que j’utilise ses crèmes hydratantes pour mon crâne”*, explique Éric Judor dans une interview accordée au Parisien. L’acteur et son acolyte ont donc également imaginé une gamme de produits cosmétiques entièrement dédiés aux chauves pour briller en société, mais pas du crâne. Cette gamme se constitue d’une crème hydratante matifiante, d’une huile sèche à base d’amande douce et d’un exfoliant. Le tout est conçu par un laboratoire français et conditionné dans des contenants créés à partir de produits éco-responsables (plastique recyclé et recyclable, verre, sans suremballage). D’ailleurs, c’est une des valeurs du Bold Club, qui souhaite planter un arbre à chaque fois qu’un nouveau Bold rejoint la communauté. *“Au Bold Club, on préfère financer la plantation d’arbres que la plantation de cheveux”*, déclare Nicolas Beretti dans la vidéo de présentation de la campagne Ulule pour le lancement du Bold Club.

À la conquête du “chauve-business”

Il s’agit aujourd’hui pour les deux entrepreneurs de lancer leur activité. Afin de réaliser leur rêve, ils font appel à tous les Bolds de France... et à tous ceux qui souhaitent les soutenir !

Premier objectif : 600 préventes de cosmétiques et de cartes. Ainsi, la carte Bold pourra signer un partenariat avec le groupe de salles de sport CGM Sports. Celui-ci pourra alors proposer des offres aux adhérents Bolds. Palier plus ambitieux : 2000 préventes pour lancer la production du stick exfoliant. Enfin, les deux derniers paliers sont fixés à 5000 et 10 000 préventes pour signer un partenariat hôtelier et organiser une “Bold Party” pour le lancement de la gamme de cosmétiques. Les entrepreneurs le promettent, ils inviteront même Zinédine Zidane à se joindre à la soirée...

Soutenez le Bold Club !

Article écrit par Gaëlle Doublé