

# Cuure lève 1,8 million d'euros pour exporter ses compléments alimentaires en Europe

La startup Cuure, qui propose des abonnements mensuels à des compléments alimentaires, a pu compter sur le soutien de Newfund et de Kima Ventures.

---

Branle-bas de combat dans les compléments alimentaires. Après la levée de 800 000 euros réalisée par Les Miraculeux en début d'année, deux autres startups annoncent avoir trouvé des capitaux : Nutri&Co a bouclé un tour de 4 millions d'euros auprès de Creadev et de l'ancien CEO d'Arkopharma Jacques Chevallet et Cuure a, elle, convaincu Kima et Newfund d'investir 1,8 million d'euros. Alors que le marché est en plein boom mais a connu un trou d'air au moment de la crise liée au Covid-19, la rentrée a remis les startups en ordre de bataille ; toutes cherchent à prendre une longueur d'avance sur ce segment porteur mais convoité.

*À lire aussi*

---

Nutrition personnalisée : le prochain boom de la foodtech ?

« On s'attendait à un boom du marché, on voit plutôt la concurrence d'un bon œil, assure ainsi Hugo Facchin, cofondateur de Cuure. Après, tout est une question d'exécution et d'ambition. » La startup n'en manque pas et soigne tout particulièrement l'expérience utilisateur, véritable terrain de différenciation entre les acteurs du secteur. En effet, les acteurs traditionnels, positionnés de longue date dans le paysage, ont délaissé packaging et suivi personnalisé pour miser plutôt sur des ventes à grande échelle, notamment en pharmacie, afin de toucher un maximum de consommateur·trice·s potentiel·le·s.

## S'internationaliser et se diversifier

Lancé début 2019, Cuure a donc favorisé la personnalisation de son offre et l'accompagnement de ses consommateur·trice·s. Ainsi, après avoir répondu à un questionnaire en ligne et s'être abonné·e·s, ces dernier·e·s reçoivent trente sachets contenant chacun deux à huit compléments alimentaires à prendre quotidiennement. L'abonnement mensuel peut être résilié à tout moment mais Hugo Facchin précise que la période minimale conseillée est de deux mois, le temps pour la cure de faire effet. Au bout de deux mois, puis ensuite tous les mois pour celles et ceux qui prolongent l'expérience, un nouveau questionnaire doit être rempli afin de mettre à jour la prescription. « L'idée est d'épouser les cycles de besoins des consommateur·trice·s. Un des objectifs est aussi de pouvoir renforcer l'expérience de suivi, notamment via l'application que l'on est en train de développer, afin d'optimiser l'efficacité de la cure. »

La levée de fonds bouclée juste après le déconfinement doit permettre à la jeune pousse, qui revendique 10 000 client·e·s uniques, de s'ouvrir aux client·e·s européen·ne·s. Cuure prévoit ainsi de rendre l'expédition de ses produits possible partout en Europe et lorgne tout particulièrement sur le marché d'Europe de l'Ouest, plus développé. Le tout en renforçant ses équipes en France mais sans ouvrir de bureau à l'étranger. « Nous allons avancer et nous déterminerons ensuite des stratégies plus granulaires en fonction de la réception des produits », projette Hugo Facchin. La startup pourra compter sur le savoir-faire en la matière de Newfund et Kima, ses nouveaux actionnaires.

À terme, l'entreprise prévoit de se diversifier dans différentes activités liées au bien-être, en proposant à la fois des conseils et un accompagnement personnalisé – par le biais de téléconsultations, par exemple – en matière de nutrition mais aussi en offrant à ses client·e·s des services de méditation. Autant de services qui se grefferont « à moyen terme » à son activité principale. Et lui permettront de se démarquer de ses concurrentes, qui ont les dents tout aussi longues lorsqu'il s'agit d'attaquer un marché qui pèse aujourd'hui 2 milliards d'euros à l'échelle européenne.

---

Article écrit par GERALDINE RUSSELL