

RÉVOLUTIONNER SES CHOIX DE PRODUITS COSMÉTIQUES ET DERMO-COSMÉTIQUE GRÂCE À SON MICROBIOME

70 % des produits cosmétiques achetés sont gaspillés, soulignant une urgence incontournable : répondre aux besoins spécifiques des consommateurs. Au cœur de cette révolution, le microbiome, cet écosystème bactérien unique qui ouvre la voie à des soins personnalisés et scientifiquement prouvés. David Suissa, fondateur et CEO de BYOME LABS, mène cette transformation avec des solutions innovantes et éthiques, offrant aux marques cosmétiques les outils nécessaires pour relever les défis de demain.

Informations Entreprise : Comment percevez-vous l'évolution actuelle du marché des cosmétiques, et quels sont selon vous les défis majeurs auxquels l'industrie doit faire face ?

David Suissa (CEO et Fondateur de BYOME LABS) : Le marché des cosmétiques est à un tournant majeur. À l'échelle mondiale, il représente environ 650 milliards de dollars par an, mais un chiffre retient particulièrement mon attention : 70 % des produits achetés sont ensuite jetés. Pourquoi ? Parce qu'ils ne sont pas adaptés aux besoins spécifiques de la peau des consommateurs. Aujourd'hui, nous faisons face à une demande croissante de solutions personnalisées. Les consommateurs ne veulent plus de produits standardisés, mais des soins qui tiennent compte des caractéristiques uniques de leur peau, en particulier de leur microbiome.

Le défi principal est donc d'améliorer l'efficacité et la compatibilité des produits pour limiter ces désagréments et fidéliser les utilisateurs. En parallèle, les marques doivent répondre à des exigences réglementaires de plus en plus strictes et faire preuve d'une transparence totale sur leurs allégations marketing. À cela s'ajoute une pression éthique : intégrer des solutions durables tout en respectant la vie privée des consommateurs. Nous sommes à la veille d'une véritable révolution, celle du microbiome, qui va transformer notre approche de la cosmétique.

I.E : Le microbiome semble être au cœur d'une révolution dans le domaine de la cosmétique. Pourquoi pensez-vous qu'il représente un levier stratégique pour améliorer à la fois l'efficacité des produits et la fidélisation des clients ?

David Suissa : Le microbiome, c'est l'écosystème bactérien unique qui existe sur notre peau et dans d'autres parties de notre corps. Il joue un rôle clé dans la santé et l'équilibre cutané. Lorsque les produits cosmétiques sont mal adaptés à cet équilibre, ils peuvent provoquer des irritations, des rougeurs, voire des inflammations et dysbioses (acné, dermatite atopique, etc).

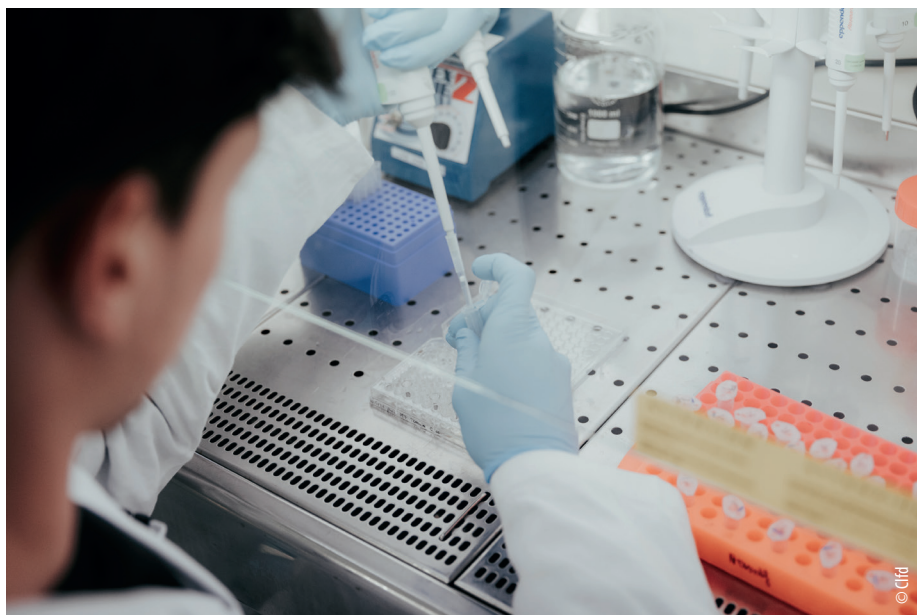
En comprenant et en respectant cet écosystème, les marques peuvent proposer des solutions qui maximisent l'efficacité de leurs produits tout en minimisant les risques d'effets secondaires. Imaginez un consommateur qui utilise une crème qui non seulement ne provoque aucune irritation, mais améliore visiblement l'état de sa peau parce qu'elle est parfaitement adaptée à son microbiome. Ce consommateur reviendra et restera fidèle à cette marque.

Chiffres clés

- Décembre 2023 : création de BYOME LABS
- 3 sites : Chartres, siège social au cœur de la Cosmetic Valley, Clermont-Ferrand où se situe notre laboratoire de microbiologie et Paris pour nos bureaux commerciaux.
- 1 brevet déposé
- 19 employés
- 3 programmes d'incubation : X-UP SCALE de l'École Polytechnique, un programme reconnu pour les startups Deep Tech, SCALE UP de Dev-Up Centre Val de Loire, visant à soutenir les entreprises à fort potentiel de croissance, Village by CA Centre France, que nous avons intégré récemment pour bénéficier de l'accompagnement de cet écosystème d'innovation

C'est ici que réside le levier stratégique. Nous avons la possibilité, grâce aux avancées technologiques, d'offrir cette personnalisation à grande échelle. Cela permet aux marques de se différencier sur un marché saturé tout en répondant aux attentes des consommateurs soucieux de leur santé et de la qualité des produits qu'ils utilisent.

I.E : En quoi les solutions développées par BYOME LABS permettent-elles de répondre aux défis du marché, notamment en matière de personnalisation des soins cosmétiques ?





David Suissa : Chez BYOME LABS, notre mission est claire : fournir des preuves scientifiques solides pour aider les marques cosmétiques, dermo-cosmétiques et pharmaceutiques à développer des produits qui respectent et optimisent le microbiome de leurs clients. Nous avons développé des technologies in vitro uniques qui permettent de tester et d'analyser l'impact des produits cosmétiques sur les microbiomes cutané, oral, du cuir chevelu et vaginal.

Un de nos outils phares est notre kit de diagnostic pour le microbiome cutané. Il s'agit d'une solution simple et innovante qui combine prélèvements superficiels, bandelettes antigéniques et intelligence artificielle. Ces technologies permettent une analyse précise et une recommandation de routine beauté personnalisée. Tout le processus est non intrusif, respectant la vie privée des consommateurs.

Nous proposons également des prestations de tests et d'analyses pour les marques, en répondant aux exigences réglementaires et marketing. Notre double expertise scientifique et marketing nous

permet de présenter des résultats à la fois rigoureux et accessibles, que nos clients soient des experts techniques ou des décideurs non-spécialistes.

I.E : Quelles sont les forces spécifiques de BYOME LABS ?

David Suissa : Notre première force, c'est notre expertise scientifique. Nous maîtrisons non seulement les cultures planctoniques, mais aussi les biofilms, un domaine complexe et encore peu exploré par de nombreux acteurs. Nous disposons également d'une souchothèque riche et diversifiée, avec plus de 2000 souches de référence, dont des souches sauvages rares comme les *Malassezia*.

Ensuite, notre capacité à transformer des données scientifiques complexes en outils marketing clairs et convaincants pour nos clients est un véritable atout. Nous comprenons les enjeux commerciaux et savons les traduire en solutions techniques fiables et pertinentes.

Enfin, nous sommes profondément engagés auprès de nos clients. Notre équipe

est constituée d'experts passionnés qui mettent un point d'honneur à accompagner chaque projet de manière personnalisée et avec une grande réactivité. C'est ce mélange de rigueur scientifique, de créativité marketing et de service client qui nous distingue sur ce marché.

I.E : Vous avez été récemment finalistes des COSMETIC 360 AWARDS et êtes en pleine levée de fonds. Comment ces initiatives s'inscrivent-elles dans votre stratégie globale pour accélérer votre croissance ?

David Suissa : Être finalistes des COSMETIC 360 AWARDS est une belle reconnaissance pour notre travail et notre capacité d'innovation. Cette visibilité nous permet de nouer de nouvelles collaborations avec des marques cosmétiques ambitieuses. Par ailleurs, notre levée de fonds est essentielle pour renforcer notre position et accélérer l'industrialisation de notre innovation SMART DERMA.

Nous avons plusieurs objectifs : étoffer notre équipe, notamment en recrutant des talents en microbiologie, biochimie, immunologie et intelligence artificielle ; développer notre centre de recherche à Chartres et notre laboratoire de Clermont-Ferrand ; et investir dans l'amélioration de nos technologies. Ces efforts contribueront à accélérer notre croissance et à répondre aux attentes croissantes du marché.

I.E : Selon vous, quelles seront les prochaines grandes étapes dans l'intégration de la science du microbiome dans la cosmétique ?

David Suissa : Nous sommes convaincus que la science du microbiome va devenir un standard dans l'industrie cosmétique. La personnalisation des soins, basée sur une compréhension fine de chaque individu, sera la norme. Pour y parvenir, il faudra démocratiser l'accès aux outils d'analyse du microbiome et garantir des résultats fiables, reproductibles et éthiques.

BYOME LABS ambitionne de jouer un rôle clé dans cette transformation. Nous voulons être un partenaire privilégié des marques qui s'engagent dans cette voie, en leur fournissant des outils et des données qui soutiennent à la fois leur innovation et leur marketing. Nous collaborons déjà avec des experts de renom, et nous allons continuer à repousser les limites de la science pour rendre la cosmétique plus personnalisée, plus efficace et plus respectueuse de la santé de chacun.