



Nutri & co, boosté par les nutraceutiques 3. 0

La jeune entreprise aixoise connaît une forte croissance. Elle est passée de six à 22 salariés en un an et a levé 4M €

Marguerite Degez

Discrètement, Nutri & co a monté une marche vers la cour des grands. En février dernier, la jeune entreprise aixoise qui commercialise des compléments alimentaires (elle leur préfère le terme de "nutraceutiques"), a bouclé une levée de fonds de 4 millions d'euros auprès du fonds d'investissement Creadev, détenu par la famille Mulliez (qui possède notamment Auchan, Leroy Merlin, Kiabi, Decathlon, Cultura... ou encore Alinea, en grande difficulté actuellement).

En trois ans d'existence, la société a connu une jolie croissance. En démarrant sur Amazon avant d'ouvrir son propre e-shop (elle réalise actuellement 50 % d'activité environ sur chaque plateforme), Nutri & co s'est hissée jusqu'à 3 millions d'euros de chiffre d'affaires (en 2019), et a recruté une vingtaine de personnes. " *Beaucoup de monde nous a critiqué, à cause de ce choix de démarrer sur Amazon, mais la plateforme nous a aidés à avoir un*

modèle digital rentable. Ce qui était compliqué car en France, le marché de la nutraceutique est principalement un marché de prescription, avec un faible taux de pénétration ", estime Édouard Fornas, co-fondateur avec Jean-Baptiste Gouraud, et actuel PDG.

Une incursion en boutiques physiques (dans le concept store marseillais Maison Montgrand et le réseau Franprix), ne convaincra pas complètement. " *Nous avons réaxé notre vision. Le ticket moyen était faible, et nous avons besoin de la prescription. Nous réfléchissons aujourd'hui aux pharmacies. Elles sont en train de muter, vers un modèle de drugstore à l'américaine, les plus belles gammes de nutraceutiques auront leur place dans les officines "*, poursuit Édouard Fornas.

Mais d'ici là, la levée de fonds permettra surtout à Nutri & co de travailler sa notoriété digitale et de poursuivre le développement de sa gamme, qui ambitionne de devenir

rien de moins que " *la plus qualitative d'Europe "*.

Pour grandir, Édouard Fornas et son équipe misent sur des tendances de fond, notamment l'augmentation du budget consacré par les ménages français à leur alimentation et à leur santé. " *Nous voulons légitimer la nutraceutique en matière de prévention santé auprès du grand public. "*, conclut le jeune patron. Malgré quelques réajustements, le modèle a donc aujourd'hui fait ses preuves. Nutri & co a franchi son seuil de rentabilité en 2019, sur un marché atomisé. Et réussi à convaincre un partenaire entrepreneurial de choix, particulièrement exigeant. L'essai est marqué, reste à le transformer dans la durée. ■