

KRÈME

L'ALTERNATIVE BIO EN DERMOCO

Avec une croissance spectaculaire de 175 % cette année, Krème propose désormais une vingtaine de références de soins dermocosmétiques bio. **Rencontre avec la cofondatrice de la marque, Juliette Lailier.**

Par Léa Galanopoulou

OK



La Revue Pharma : Racontez-nous votre parcours et la création de la marque.

Juliette Lailier : J'ai cofondé Krème en 2020, avec une amie ingénieure, Marie Belile, après une carrière dans les cosmétiques, essentiellement sur la conception de produits *skin-care* pour des marques de luxe. J'y ai appris l'exigence des formulations, que j'ai voulue transposer à la pharmacie. Je suis issue d'une famille de pharmaciens : cela m'a rattrapée ! Avec Marie, nous souhaitons imaginer la première crème visage 100 % naturelle, mais complètement tournée vers les peaux sensibles. Un vrai défi, le naturel en cosmétique pouvant très vite devenir allergisant, au risque de perdre les clientes à la peau sensible. Une personne sur trois en France souffre de problème de peau, et bien souvent l'origine est un déséquilibre du microbiote.

Nous nous sommes entourées d'un comité scientifique, de dermatologues, de toxicologues et de microbiologistes. Notre méthode est simple.

D'abord, sevrer la peau de ce qui l'agresse : nos produits sont sans conservateurs, sans allergènes, sans huiles essentielles. Ensuite, rééquilibrer le microbiome avec des probiotiques. C'est le fil rouge de Krème : tous nos produits intègrent des ferments pour restaurer la flore cutanée. Quand la peau est remise à flot, nous lui apportons des actifs biotech', issus de la nature, comme du phytorétinol ou du procollagène.

+175 % de CA entre 2024 et 2025 ! Comment expliquer cette croissance spectaculaire en pharmacie ?

Par notre positionnement. Nous sommes désormais considérés comme une alternative bio aux gammes dermatologiques, avec toutes les réassurances d'un point de vue tolérance que cherche un pharmacien : testé sur peau sensible, compatible avec la grossesse... Dès notre lancement, nous avons eu beaucoup de réachats et Krème est désormais demandée directement

au comptoir. L'autre clé du succès découle de l'exclusivité donnée aux pharmaciens. Nous avons concentré tous les moyens de nos équipes vers les pharmacies.

Comment avez-vous tiré votre épingle du jeu sur le marché du bio chahuté depuis le Covid ?

Nos clients ne viennent pas forcément chez nous car nous sommes bio, mais parce que nos crèmes sont saines, *clean* et pour les peaux sensibles. Le label bio était extrêmement important d'un point de vue éthique, car c'est le seul label qui audite vraiment nos usines. Nous sommes fabriqués en France, et tous nos actifs viennent de France !

Vous proposez une routine minimaliste...

Nous avons une vingtaine de références, toutes très essentielles. Notre objectif est d'être lisibles pour que le client n'ait pas besoin d'être guidé devant les linéaires. Notre nouveauté en septembre : un contour des yeux, fabriqué avec un embout effet froid.

Quels sont vos best-sellers ?

Notre produit numéro 1 est notre crème au collagène lissante, qui intègre 3 % de procollagène végétal et des probiotiques. C'est la première crème bio vendue en pharmacie. En seconde position : notre crème hydratation intense. Sans compter nos solaires, un marché sur lequel on observe une véritable ruée en officine. Notre stick solaire est en moyenne n°3 des ventes dans les pharmacies dans lesquelles nous sommes ■

1800

officines françaises distribuent Krème.

+175 %

de CA pour Krème. La plus forte croissance des marques *skincare* en pharmacie entre juin 2024 et 2025, selon le GERS.