

Les Echos

Chanvre : Ho Karan ouvre un centre grâce au financement participatif



Le centre de soin de la marque Ho Karan a ouvert ses portes en septembre 2022.

Boudée par les banques, la marque de cosmétiques à base de chanvre, a dû trouver une alternative pour financer son premier centre de soins. Une ouverture qui marque tournant dans l'histoire de Ho Karan.

Cet endroit, Laure Bouguen y pensait depuis le lancement de sa marque Ho Karan en 2021. « Lorsque j'étais encore étudiante-entrepreneuse, j'avais pour exercice d'imaginer un lieu de vie. Avec le recul, je trouve beaucoup de ressemblances avec le projet d'aujourd'hui », raconte la créatrice de la marque de cosmétiques naturels antistress à base de chanvre .

Inauguré début septembre à Paris dans le Marais, rue de Bretagne - clin d'oeil aux origines bretonnes de l'entrepreneuse -, ce centre est le tout premier espace physique consacré à la marque. « Jusqu'à présent, nous avons l'e-shop et le wholesale (vente en gros, NDLR) avec des distributeurs comme Sephora.com, Jolimoi , des instituts, des spas et de grands magasins comme La Samaritaine et Le Printemps. Il nous manquait un troisième canal : le retail », poursuit Laure Bouguen.

Illustrer les potentialités du chanvre

Le centre Ho Karan réunit plusieurs concepts en un même lieu : la boutique, qui vend les produits de la marque ainsi que des produits de marques amies comme **Couleur Chanvre** , HejHej ou Bloom ; un spa avec cabine de massage et bulle de flottaison ; un CBD Aqua Bar qui propose de la petite restauration et des boissons à base de chanvre.

Le concept a été pensé pour sublimer le chanvre et montrer toutes ses potentialités. Dans les produits, les soins, l'assiette, mais aussi dans la décoration des lieux. Laure Bouguen s'est en effet associée à son cousin designer Killian Bouguen et à un cabinet d'architectes pour mettre du chanvre partout dans son centre. Et pour cela, il a fallu créer de nouvelles matières. « Le parquet qui recouvre le sol est en bois de chanvre, tout comme les étagères sur lesquelles sont présentés les produits. Nous avons aussi utilisé de la brique en chaux-chanvre pour les structures comme le bar et la fontaine, du placage 100 % fibres de chanvre pour les meubles et du tissu de chanvre pour les textiles comme les rideaux », énumère l'entrepreneuse.

Financement citoyen

Résultat, la facture à l'arrivée s'est avérée salée : environ 4.000 euros le mètre carré, uniquement pour les travaux et la décoration, « là où des boutiques lambda tournent plutôt autour des 1.000 euros le mètre carré », précise Laure Bouguen. Sans compter l'emplacement de 100 m² dans le Haut-Marais, sous verrière et face à un jardin. « Au total, le centre a nécessité 400.000 euros d'investissement. Nous avons pu financer près de la moitié en fonds propres, mais nous devions trouver le reste ailleurs », poursuit la fondatrice de l'entreprise.

Comme il s'agissait de financer des travaux et qu'elle avait déjà fait rentrer des business angels dans l'aventure, Laure Bouguen ne souhaitait pas faire de nouvelle levée de fonds et diluer davantage le capital. Elle s'est alors tournée dans un premier temps vers les banques. Mais celles-ci ont fini par lui tourner le dos. « Tout ce qui tourne autour du chanvre rend les banques frileuses », commente-t-elle. Pourtant, Ho Karan affiche une croissance de son chiffre d'affaires de près de 50 % tous les ans, y compris sur l'année 2021, ce qui aurait pu rassurer les établissements bancaires.

Alors, pour trouver les 250.000 euros restants, Laure Bouguen a choisi de s'adresser directement aux particuliers. Grâce à la plateforme d'investissement Lita.co, elle a collecté la somme nécessaire en obligations convertibles, auprès d'environ 200 contributeurs. Ho Karan s'est endetté sur 5 ans, à un taux de 7 %. Les remboursements débuteront en juin 2023.

Nouvelles perspectives

Ce mode de financement a un coût, mais il en vaut la peine pour l'entrepreneuse : « Nos contributeurs sont devenus nos ambassadeurs. Avec ce flagship, ils comprennent enfin ce que nous voulons faire et certains gros acteurs, qui n'étaient pas forcément partants pour s'engager avec nous, commencent à changer de position. »

C'est aussi le tremplin qui manquait à la marque pour asseoir sa réputation, auprès des distributeurs notamment. Ho Karan a d'ailleurs attiré depuis peu l'attention d'un distributeur japonais de cosmétiques, intéressé pour lancer la marque au Japon.

Le nouveau centre permet également à la marque d'attirer une nouvelle clientèle sur le filon du soin bien-être. « Les gens viennent beaucoup pour les soins. Le côté expérientiel drive le trafic, ce qui nous ouvre de nouvelles perspectives », analyse la dirigeante. L'hôtel Four Seasons de Megève a ainsi lancé un massage spécial antistress Ho Karan, respectant le protocole de la marque, et l'hôtel-restaurant Mama Shelter de Rennes fait de même, avec un soin contre le burn-out.

La marque réfléchit déjà à l'ouverture de nouveaux centres, dans des villes comme Marseille, Londres et Amsterdam, mais manque de financements. De prochaines levées sont envisagées en 2023 et 2024, et même un modèle de franchise. « Pourquoi pas, je ne ferme aucune porte », assure Laure Bouguen, qui nuance cependant son propos en rappelant le coût important d'accès à la franchise que représenterait son modèle, avec son aménagement 100 % chanvre. En revanche, « on peut très bien imaginer de dupliquer la partie spa dans un hôtel ou un institut », ajoute-t-elle. C'est tout un champ des possibles qui s'ouvre.