

Date de publication :
20/09/2017

Jean-Michel Karam : « Une crème sur mesure pour toutes (et 149 euros) »

ENTRETIEN Venu de l'univers de la tech, le fondateur du label de cosmétiques Ioma pousse un cran plus loin le diagnostic intelligent et les soins personnalisés.

PROPOS RECUEILLIS PAR
ÉMILIE VEYRETOUT evyretout@lefigaro.fr

Technologie et cosmétique ne font pas toujours bon ménage. Car bien que les marques de soin et, depuis peu, de maquillage n'aient plus que les mots « personnalisation assistée par ordinateur » à la bouche, les appareils de diagnostic ne sont pas toujours si intelligents. Chez Ioma, ce mariage forcé est réussi. Créé en 2010 par Jean-Michel Karam, le label challenge depuis l'univers de la beauté. Cet ingénieur franco-libanais est l'inventeur, au début des années 2000, d'une technique d'imagerie et de diagnostic cutané (les Mems) destinée aux dermatologues et chirurgiens plasticiens. Selon lui, comme en médecine, le sur-mesure est l'avenir de la cosmétique. Il installe, ces jours-ci sur une grande partie des points de vente Ioma (Marionnaud, Beauty Success), une machine baptisée In.Lab capable de fabriquer et de conditionner, en quelques secondes, la crème de jour ou de nuit ajustée à vos besoins (en hydratation, régénération) parmi 40 257 combinaisons possibles. Rencontre.

LE FIGARO. - Ioma est aujourd'hui un *game changer* dans la beauté...
Jean-Michel KARAM. - En effet, sous



La machine In.Lab créée par Michel Karam (à droite) fabrique et conditionne en soixante secondes une crème ajustée à vos besoins. DR

notre impulsion, de plus en plus de groupes ont intégré la technologie dans leur façon de vendre des crèmes. C'est parfois sérieux, parfois du marketing. Lorsque j'ai démarré, je ne connaissais rien à cet univers, alors je me suis entouré de professionnels et j'ai investi énormément d'argent, énormément de temps : j'ai racheté un laboratoire de cosmétiques, puis un institut pour tester les formules in situ. Notre diagnostic, nos crèmes se sont perfectionnés au fil du temps. Ioma est la seule marque de beauté à avoir, dans ses équipes,

autant d'ingénieurs que de spécialistes de la peau. Elle a été rachetée en 2012 par Unilever et seulement aujourd'hui ma vision devient réalité. Il est impossible de faire mieux.

Comment expliquer l'engouement pour les soins sur mesure ?

Quand vous êtes malade et que vous ingérez de l'aspirine, vous vous sentez mieux, mais si vous prenez le médicament adapté, vous guérissez. Il en va de même pour la peau. Certes, celle-ci est assez intelligente pour puiser, dans

n'importe quelle formule, ce qui lui fait défaut, mais lorsqu'on lui apporte exactement ce dont elle a besoin, les résultats sont maximaux. Nos diagnostics avant-après sont impressionnants, ils participent d'ailleurs à la crédibilité de la marque auprès des Français, très cartésiens. Il y a aussi la dimension expérience : l'être humain aime être traité différemment. Regardez le succès des services VIP, etc.

Vous dites avoir réussi à aller encore plus loin dans la technologie.
D'une part, avec In.Lab, nous sommes parvenus à miniaturiser notre machine à fabriquer les crèmes, jusque-là réservée à la boutique parisienne (77, bd Saint-Germain, Paris VI^e), pour la mettre au service du plus grand nombre. D'un mode d'emploi simplissime pour les conseillères, elle est désormais disponible dans 400 parfumeries en France (bientôt 700). De l'autre, notre base de données, de plus en plus précise et étoffée sur le temps, nous permet de cartographier la peau de nos clients selon l'endroit où ils se trouvent et leur mode de vie. Nous avons intégré, dans chaque flacon, une puce électronique afin de conserver mais aussi transmettre ces informations. Nous pourrions bientôt coupler nos formules à des recommandations sur le style de vie. À long terme, cela promet une révolution. **Ma Crème d'Ioma, 149 € les 50 ml.**