



CAPILLAIRES

La marque qui Shaeri les cheveux frisés

Naturalité, plaisir et efficacité : tels sont les mots-clés qui signent la marque Shaeri. Une équation pas si simple quand on s'adresse aux cheveux frisés : « *L'idée de Shaeri m'est venue d'un besoin personnel. Je ne trouvais pas de produits de qualité, qui n'étaient pas hors de prix et qui me parlaient* », se rappelle Meryem Benomar. L'entrepreneuse, qui a fait ses armes à la direction marketing et communication du Printemps, imagine alors deux gammes articulées autour de deux ingrédients phares : l'huile de figue de Barbarie sourcée au Maroc et l'aloë vera. L'offre, made in France et qui revendique plus de 95% d'ingrédients naturels, est composée de shampooings et de soins (entre 15 € et 75 € pour les kits). Un gommage à la fleur de sel (22 €) viendra enrichir le catalogue en janvier. Les produits Shaeri, disponibles sur l'e-shop de la marque et chez Birchbox, vont être référencés aux Galeries Lafayette dans le cadre du programme Go for Good : « *Shaeri va être vendu sur le site Internet des Galeries à partir de janvier, à Haussmann en février et sur les Champs-Élysées en mars* », annonce Meryem Benomar, tout en précisant être en pourparlers avec d'autres acteurs du sélectif et du e-commerce. Une première levée de fonds est prévue à la fin de l'année 2019.



JESSICA HUYNH