

Byome Labs transforme le diagnostic cutané en cosmétique

Publié le 13/01/2026 à 22h07 par Claire Lefèvre

Temps de lecture: 8 minutes



Découvrez Byome Labs, la startup qui révolutionne le diagnostic cutané en cosmétique avec Byome Derma, après une levée de fonds de 3,6 millions d'euros.

À Chartres et Clermont-Ferrand, Byome Labs accélère sur un segment encore peu structuré en France : le **diagnostic du microbiome cutané** appliqué à la cosmétique. Fondée en 2023, la startup deeptech et medtech entend faire passer l'analyse microbiologique du statut de promesse scientifique à celui d'outil opérationnel en point de vente. Avec Byome Derma, elle vise un nouveau standard de personnalisation, soutenu par une levée de fonds de **3,6 millions d'euros** en juin 2025.

Byome Labs : une deeptech française positionnée entre cosmétique et diagnostic

Byome Labs se définit comme une startup française à l'interface de la biotech et de la medtech, spécialisée dans la conception de **kits de test et de diagnostic du microbiome cutané**. L'entreprise, fondée en **2023**, s'appuie sur une implantation double, à **Chartres** et à **Clermont-Ferrand**, qui reflète une logique industrielle et scientifique : capacité à produire et industrialiser, et proximité avec des écosystèmes de recherche et de santé.

Son objet est clair : analyser les micro-organismes naturellement présents sur la peau, afin d'extraire un profil biologique exploitable. L'enjeu dépasse le simple exercice de laboratoire. L'entreprise veut apporter une réponse à une problématique bien connue des acteurs dermo-cosmétiques : la variabilité interindividuelle, souvent résumée par "peau sèche" ou "peau grasse", alors que la réalité biologique est plus fine.

Selon une publication de Forbes France, Byome Labs met en avant sa capacité d'**industrialisation** de kits dédiés au microbiome cutané, un point déterminant pour transformer une innovation scientifique en solution vendable à grande échelle. Sur un marché où les POC se multiplient mais où la mise en production reste un goulot d'étranglement, l'angle industriel constitue un marqueur de différenciation.

Microbiome cutané : de quoi parle-t-on exactement dans un cadre cosmétique



Le microbiome cutané désigne l'ensemble des micro-organismes présents à la surface de la peau. Dans une approche orientée cosmétique et dermo-cosmétique, l'intérêt porte sur la possibilité de **caractériser un "profil"** afin d'adapter le choix des produits. Ce positionnement diffère d'un usage strictement médical : l'objectif n'est pas, ici, d'établir un diagnostic clinique complet, mais de rendre l'information exploitable pour orienter un consommateur vers un soin plus cohérent avec sa biologie.

Consommateurs et marques : la personnalisation devient un sujet d'efficacité, pas seulement de marketing

Le marché cosmétique mondial est décrit comme dynamique, et la demande en personnalisation progresse. Mais la personnalisation ne se limite plus au discours de marque. Elle s'inscrit progressivement dans une logique d'**efficacité perçue** et de réduction des essais infructueux.

Côté consommateurs, la difficulté est récurrente : face à des gammes larges, des promesses parfois proches et des diagnostics "de surface", beaucoup peinent à sélectionner les produits réellement adaptés. La conséquence est économique autant que réputationnelle pour les marques : multiplication des retours, déception client, et érosion de la confiance dans l'innovation produit.

Pour les industriels et les distributeurs, deux stratégies se dégagent dans la matière fournie :

- **Concevoir des produits inclusifs**, censés convenir à la diversité des peaux et des microbiomes.
- **Guider les clients** vers les soins les plus appropriés, en s'appuyant sur un outil d'orientation.

Byome Labs s'insère dans cette seconde option. Sa proposition vise à rendre l'orientation plus objectivable, avec un raisonnement "données puis recommandation". Pour une marque, l'intérêt est double : améliorer l'expérience en point de vente et renforcer la crédibilité d'un conseil, sans dépendre uniquement d'une consultation longue ou d'une expertise rare.

Pourquoi le diagnostic en point de vente peut changer l'économie d'une gamme dermo-cosmétique

Un test rapide réalisé sur place a un impact potentiel sur plusieurs indicateurs opérationnels, sans qu'il soit nécessaire d'annoncer des chiffres non communiqués :

- **Réduction des achats "au hasard"** et des abandons après un premier essai.
- **Hausse de la cohérence** entre le besoin réel et le produit conseillé, donc amélioration de la satisfaction.
- **Meilleure valorisation des innovations** (actifs, routines, gammes spécialisées) grâce à un discours fondé sur une mesure.

Byome Derma : une industrialisation financée par 3,6 millions d'euros en juin 2025

Le jalon financier le plus structurant communiqué dans la matière est la levée de fonds de **3,6 millions d'euros** réalisée en **juin 2025**, affectée à l'industrialisation du kit **Byome Derma** (montant rappelé par des publications citées dans le contenu brut, dont Le Point et Le Figaro).

D'un point de vue entreprise, le choix des termes est important : l'industrialisation n'est pas une simple montée en cadence. Elle implique la stabilisation d'un protocole, le contrôle qualité, la reproductibilité, la logistique, et l'adaptation à des environnements réels (magasins, instituts, corners dermo-cosmétiques). Autrement dit, le passage de la preuve technologique à la preuve d'exécution.

Le Figaro (29 octobre 2025) relie explicitement cette levée de fonds à l'ambition de faire du diagnostic cutané un **outil stratégique** pour les marques cosmétiques et les dermatologues. Pour les acteurs de la beauté, la valeur se situe autant dans l'expérience client que dans la capacité à formaliser une recommandation, et donc à structurer des partenariats avec des réseaux de distribution.

Le Point (9 octobre 2025) confirme le même montant et mentionne l'objectif d'industrialisation du test ainsi qu'une **expansion internationale**. Sur le plan économique, l'internationalisation est souvent la suite logique d'une technologie "platformisable" : une fois la production fiabilisée, le levier de croissance devient l'accès à de nouveaux marchés, sous réserve d'adapter le modèle aux cadres locaux.

Industrialiser un kit biotech : ce que cela recouvre en pratique ^

Dans un produit de diagnostic, industrialiser signifie notamment : sécuriser les approvisionnements (consommables, composants), standardiser les procédures, garantir la **robustesse** du test dans des conditions d'usage variées, et mettre en place une traçabilité compatible avec les exigences des clients professionnels. Même sans détailler de normes non citées, l'idée centrale reste la même : un test utile n'est pas seulement "possible", il doit être **répétable** et **déployable**.

Un dispositif non invasif, une l'IA d'interprétation : la promesse opérationnelle en magasin

Byome Derma est présenté comme un kit conçu pour l'industrie cosmétique, avec une finalité de recommandation personnalisée. Le principe technique décrit repose sur un **prélèvement non invasif** via un écouvillon et des bandelettes antigéniques. L'analyse est annoncée comme rapide et réalisable sur le point de vente, ce qui change la nature du produit : on ne parle pas d'un service distant nécessitant un délai long, mais d'un outil de décision intégré à une expérience retail.

La brique logicielle est centrale. La matière indique qu'une **IA** développée avec des dermatologues interprète les données. Le point important, côté entreprise, n'est pas de promettre une "magie" algorithmique, mais de transformer des signaux biologiques en une recommandation compréhensible et actionnable. La valeur se situe dans l'interprétation et dans la capacité à l'intégrer à des catalogues produits.

Ce positionnement pose aussi une question de gouvernance de l'innovation : une IA de recommandation, adossée à une analyse biologique, renforce la nécessité de règles internes claires sur la qualité des données, la documentation du modèle, et la manière dont la recommandation est présentée au consommateur final. À ce stade, la matière fournie ne détaille pas ces éléments, il convient donc de rester factuel : l'IA est annoncée comme co-développée avec des dermatologues et utilisée pour interpréter les résultats.

Dermo-cosmétique : pourquoi l'analyse "biologique" attire les marques

Les marques dermo-cosmétiques cherchent souvent à concilier deux impératifs : rassurer (sécurité, tolérance) et démontrer l'efficacité. Un outil comme Byome Derma s'inscrit dans cette logique car il :

- met en avant une **mesure** plutôt qu'une simple auto-évaluation,
- autorise une recommandation personnalisée sans imposer une consultation longue,
- renforce la cohérence entre discours scientifique, conseil et produit.

Récompenses, CES 2026 : la traction commerciale se joue aussi sur la crédibilité

La reconnaissance externe fait partie du "capital confiance" d'une startup qui vend un outil à composante scientifique. Dans la matière, Byome Labs indique avoir remporté les **Cosmetics Awards 2025** et le **Trophée des entreprises du Puy-de-Dôme 2025**. Ces distinctions ne remplacent pas la validation de marché, mais elles contribuent à réduire une partie du risque perçu par des partenaires industriels ou des réseaux de distribution.

Autre jalon : la sélection pour le **CES de Las Vegas** en **janvier 2026**. L'entreprise doit y présenter Byome Derma, dans une logique de vitrine technologique. Sur le plan business, l'intérêt du CES est rarement la signature immédiate, mais l'accès à des discussions structurantes : distributeurs, marques internationales, partenaires technologiques, et écosystèmes nord-américains.

La matière associe cette étape à une ouverture vers les marchés **américain** et **canadien**, puis à une stratégie à terme vers l'Asie, en citant le **Japon** et la **Corée du Sud**, identifiés comme des références en retail et cosmétiques. Aucun calendrier détaillé n'est communiqué au-delà de cette orientation générale, il est donc prudent de retenir l'intention stratégique sans en extrapoler les étapes opérationnelles.

CES : ce que signifie une sélection pour une startup française du diagnostic ^

Être sélectionné pour le CES de Las Vegas place une solution face à des audiences variées : innovation retail, health tech, beauté, data. Pour une startup, le bénéfice est souvent indirect : accélération des contacts, visibilité internationale, et signal envoyé aux partenaires potentiels. Cela ne préjuge pas d'un succès commercial, mais peut faciliter l'accès à des cycles de décision plus rapides chez des acteurs mondiaux.

Usine annoncée en 2026, levée visée en juin 2026 : la marche industrielle comme enjeu financier

Byome Labs projette l'ouverture d'une **nouvelle usine de production en 2026**. Le message est cohérent avec l'objectif d'industrialisation : produire plus, mieux et de façon plus intégrée, tout en soutenant des **co-développements** avec des partenaires. À ce stade, la matière ne précise ni localisation, ni capacité, ni nombre d'emplois associés.

Sur le plan financier, l'entreprise annonce une **levée de fonds de 5 millions d'euros** planifiée pour **juin 2026**. Cette trajectoire illustre un schéma classique en deeptech : un premier tour pour passer la phase d'industrialisation initiale, puis un financement additionnel pour consolider l'appareil productif et soutenir l'expansion, tout en continuant la **R&D**.

Le point notable est l'élargissement revendiqué des priorités de recherche, avec un accent plus marqué sur le domaine médical. Cela implique, pour une biotech, un changement de niveau d'exigence en matière de validation, de partenaires et de cadre réglementaire. La matière ne détaille pas le statut réglementaire exact des futurs dispositifs, il faut donc se limiter à l'intention : pousser l'expertise vers des usages médicaux, sans préjuger des étapes nécessaires.

Dans l'écosystème français, cette dynamique s'inscrit dans une période où les pouvoirs publics affichent une priorité pour l'innovation en santé et en prévention. Des initiatives liées à **France 2030** et au programme **French Tech 2030** sont mentionnées dans la matière (communiqué gouvernemental du 3 décembre 2025 pour le Challenge Prévention, et informations publiées le 7 novembre 2025 sur le site de La French Tech).

Byome Labs n'y est pas présentée comme lauréate. En revanche, son positionnement sur la prévention et la mesure objective est aligné avec cette orientation générale.

Les deux horizons de valeur : retail cosmétique et usages médicaux

1. **Court terme** : déploiement d'un test en point de vente pour améliorer le conseil et soutenir la personnalisation des routines.
2. **Plus long terme** : développement de dispositifs à destination des dermatologues et de l'industrie pharmaceutique, avec des exigences de validation renforcées.

Du microbiome cutané au cuir chevelu, puis au vaginal et au buccal : une feuille de route scientifique à surveiller

Au-delà de la peau, Byome Labs envisage une extension de ses analyses au **cuir chevelu**, avec une application évoquée sur des produits tels que les shampooings antipelliculaires. L'intérêt économique est évident : le haircare constitue un marché distinct, avec ses problématiques propres et un besoin récurrent de segmentation (pellicules, sensibilité, déséquilibres).

Plus loin dans la feuille de route, la matière mentionne des tests potentiels sur le microbiome **vaginal** et **buccal**. Cette perspective ouvre un champ large, mais elle implique aussi, potentiellement, des contraintes de validation et des usages plus sensibles. Aucun calendrier n'est communiqué pour ces axes au-delà de l'intention "à long terme".

Enfin, une application médicale est explicitement évoquée : des dispositifs destinés aux dermatologues et à l'industrie pharmaceutique pour détecter et diagnostiquer rapidement des pathologies comme l'**eczéma**, avec un projet prévu pour **2027**. Si la cosmétique finance souvent les premières phases de déploiement de certaines technologies de mesure, la bascule vers le médical change la nature du risque et du cycle de vente. Pour l'entreprise, cela suppose de bâtir un portefeuille cohérent : conserver un modèle retail générateur de traction, tout en investissant dans des chantiers plus longs.

Entre industrialisation, validation et internationalisation, Byome Labs se place sur une trajectoire où la crédibilité scientifique doit rester au niveau de l'exécution commerciale.