



Phytomer extrait des trésors de l'océan

Succès français.
L'entreprise malouine vend ses cosmétiques dans le monde entier.

PAR PIERRE-HENRI ALLAIN

Pour vivre heureux, vivons chés. Telle pourrait être la devise d'Antoine Gédouin, PDG de Phytomer, une entreprise de cosmétiques haut de gamme, à base de produits marins, dont le patron n'accorde des interviews qu'au compte-gouttes. « Nous ne sommes pas habitués à communiquer », explique l'intéressé en nous accueillant dans ses bâtiments de Rothéneuf (Ille-et-Vilaine), à un jet de galet des plages de Saint-Malo et à un vol de mouette de l'estuaire de la Rance. C'est ici que l'entreprise vit le jour, en 1972, dans une atmosphère fleurant bon l'iode et les

embruns. « On nous demande souvent pourquoi nous n'allons pas nous installer en région parisienne, mais nous avons toujours voulu développer notre activité ici, et conserver sa dimension familiale », relève Antoine Gédouin, qui, à 61 ans, s'apprête à transmettre les rênes de cette entreprise au capital 100 % familial à sa fille Mathilde et à son beau-fils Tristan Lagarde.

Au commencement, Phytomer, c'est d'abord une histoire d'eau ou, plus exactement, d'eau de mer. Avec, à l'origine, cette idée toute simple mais de génie : réduire



Labo. La société cultive les algues rares.

En famille. Antoine Gédouin (ci-dessus, au spa de Saint-Malo) va passer la barre à sa fille Mathilde Gédouin-Lagarde (en médaillon).

260
employés

48
millions
d'euros

de chiffre d'affaires

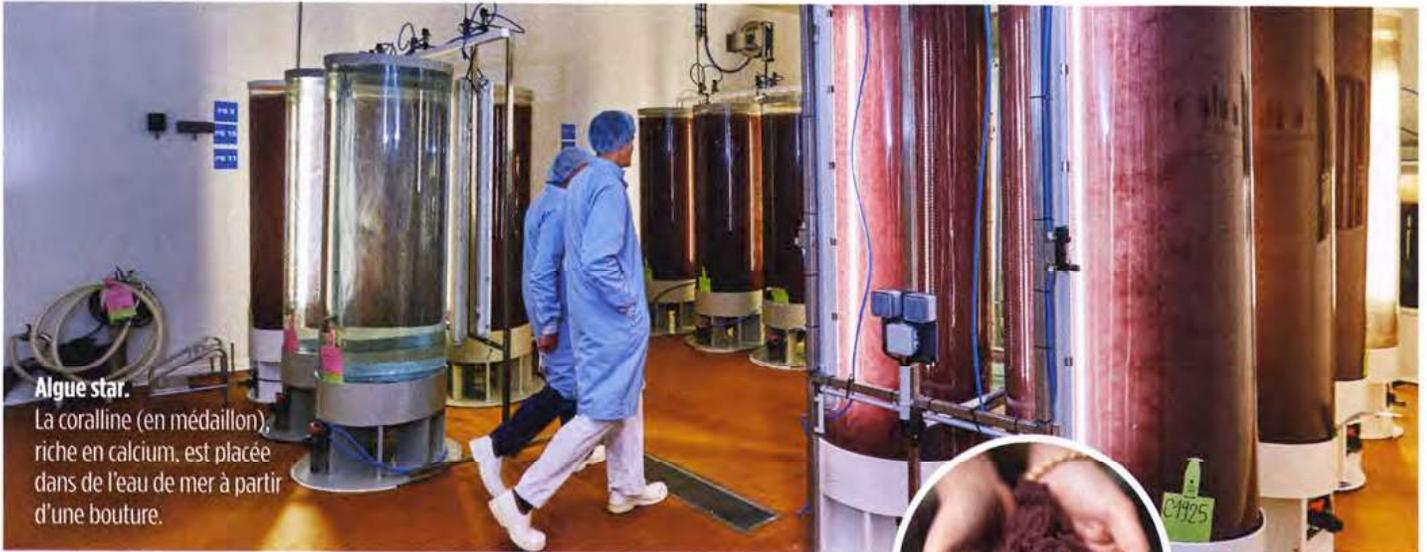
10 000
instituts ou spas
partenaires

2
spas
Phytomer
(à Saint-Malo
et Paris)

l'océan en poudre pour en transporter les bienfaits à l'intérieur des terres. Une idée qui aboutira à la mise au point d'un produit inédit et exclusif, copié mais jamais égalé, sous forme de poudre ou de petits cailloux semblables à des morceaux de meringue : l'eau de mer lyophilisée, très riche en magnésium et en oligoéléments.

Un procédé unique. « C'est en expérimentant lui-même, au tout début des années 1970, les bienfaits de la thalassothérapie que mon père, Jean Gédouin, a eu l'idée de fonder avec quelques personnes une sorte de start-up dans son garage qui allait mettre au point deux produits entièrement nouveaux, des algues lyophilisées et Oligomer, un procédé unique de lyophilisation de l'eau de mer », se souvient Antoine. Jean

Gédouin, depuis toujours curieux de tout ce que les vagues peuvent apporter au bien-être et à la santé, a alors une petite entreprise de négoce et distribution de semences de maïs et de plantes phytosanitaires pour l'agriculture. Il faudra quelques années pour que la marque Phytomer, qui s'adresse d'abord aux instituts de beauté du Grand Ouest, se substitue tout à fait à cette première activité. Peu à peu, de quelques produits basiques destinés à la balnéothérapie, elle étend sa gamme aux crèmes, laits et autres huiles amincissantes. En 1984, elle franchit un cap décisif en se séparant de l'activité de négoce de maïs pour tout réinvestir dans un laboratoire et un centre de fabrication de produits cosmétiques à Roz-sur-Couesnon, près du Mont-Saint-Michel, où seront formulées ses crèmes de beauté et de bien-être. C'est aussi l'année où Antoine Gédouin rejoint l'entreprise pour lui insuffler une dimension internationale. Docteur en gestion financière après des études à Rennes, le fils de Jean connaît bien l'entreprise pour y avoir effectué tous ses jobs d'été et même accompagné, jeune adolescent, son père ramasser des algues sur les bords de la Rance. Surtout, il a passé huit mois au Québec, ■■■



Algue star.

La coralline (en médaillon), riche en calcium, est placée dans de l'eau de mer à partir d'une bouture.

■■■ est passionné de voyages et poursuit une carrière d'enseignant dont la spécialité est précisément l'internationalisation des entreprises. « Comment j'ai internationalisé Phytomer ? C'est simple : en voyageant, environ cent jours par an, depuis trente ans », indique son PDG.

Aujourd'hui, les lotions démaquillantes, crèmes antirides ou protectrices, cristaux de sel marin pour le corps, huiles et autres gélées toniques, accompagnés de protocoles de soins manuels, sont commercialisés dans près de 80 pays et quelque 10 000 établissements partagés entre instituts de beauté et spas d'hôtels de luxe parmi les plus prestigieux : Hilton, Sheraton, Marriott, Ritz-Carlton, etc. Avec une implantation privilégiée en Europe, mais aussi aux

70%
La part de l'export dans le chiffre d'affaires (CA)

7 à 8%
La progression annuelle du CA depuis 2013

80
Le nombre de pays où Phytomer est présent

600
Le nombre de références, dont 250 sous la marque Phytomer

Etats-Unis (10% du chiffre d'affaires), au Japon et en Corée du Sud. « Au-delà de la vente de produits, le cœur de notre métier demeure les soins pratiqués en instituts et spas et pour lesquels nous avons une expertise reconnue, précise Antoine Gédouin. C'est un métier de contact, de rapports humains, nous entretenons des relations de proximité et de suivi très étroites avec nos points de vente. » Autre caractéristique de Phytomer, la fabrication de produits à la fois destinés au public et aux professionnels – masseurs, masseuses, esthéticiennes –, d'où une multitude d'emballages et de conditionnements allant du seau de 5 kilos d'eau de mer lyophilisée au pot de crème hydratante de 50 millilitres. Ce qui fait l'origina-

lité de Phytomer reste cependant sa dimension scientifique, avec un laboratoire de biotechnologie d'une trentaine de chercheurs dévolu aux tests des produits et à la découverte de nouveaux principes actifs.

Matière première. Pour cela, dans un souci à la fois de préservation de la ressource et d'efficacité, des micro-organismes marins et certaines variétés d'algues rares sont cultivés dans les laboratoires de Roz-sur-Couesnon, installés dans les anciens bâtiments de la ferme des arrière-grands-parents d'Antoine Gédouin, qui jouxtent les unités de fabrication.

Là, sur 1 500 mètres carrés, dans des locaux aux normes d'hygiène drastiques, sont mis au point et fabriqués quatre ou cinq nouveaux produits chaque année, dont 100% des agents actifs sont d'origine marine ou extraits de plantes côtières – tel le lis de mer – poussant sous serre. « Nous sommes les seuls à maîtriser la chaîne de A à Z, à cultiver des plantes, des algues, pour en extraire notre matière première, des agents anti-âge ou antioxydants », indique Loïc Pentecouteau, responsable du laboratoire de cultures cellulaires. Cela nous laisse beaucoup de latitude pour le développement et l'innovation. » Avec un seul objectif : une cure de jeunesse ou de relaxation pour les futurs utilisateurs des petits comme des grands pots qui sortiront d'ici ■

4 filiales de distribution



5 cultivateurs d'algues partenaires en Bretagne

20 à 40

ingrédients différents entrent dans la formulation des produits cosmétiques

5

marques

- Phytomer
- Vie collection
- Fleur's
- Phytocéane
- Codif

1

best-seller

Une Lotion rosée visage est vendue toutes les cinq minutes dans le monde

40
variétés d'algues utilisées

