

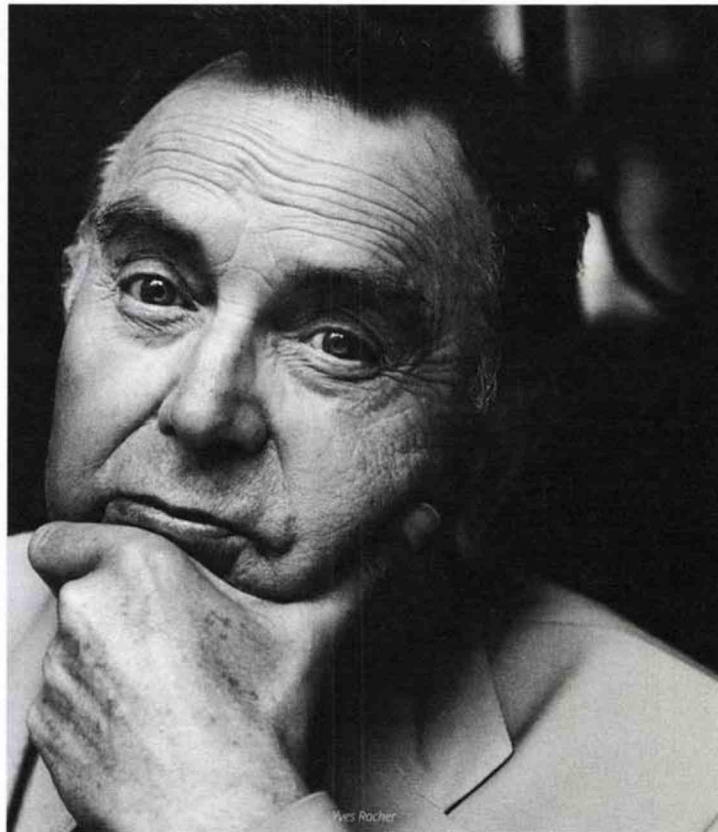


SAGA

YVES ROCHER, LA BEAUTÉ POUR TOUS

La marque de cosmétique préférée des Français fête ses 60 ans de beauté et d'engagement. Dire que tout a commencé dans le grenier d'un petit village du Morbihan ! Souvenirs, souvenirs... Par **Lionel Païtlès**

lès



Comme dans toute belle success-story à l'américaine, l'histoire commence au fond d'un garage. Dans la version bretonnante qui nous intéresse, c'est dans le grenier d'un pavillon de La Gacilly, petit bourg breton, que le miracle se produit. Là, au milieu des années 50, un modeste fils de chapelier prépare sans le savoir une révolution cosmétique. Une guérisseuse lui ayant cédé la recette d'une pommade hémostatique Yves Rocher, 26 ans à peine, commence par pratiquer le porte-à-porte, puis imagine la vente à distance et écoule tout son stock par correspondance, en publiant des petites annonces dans le journal *ici Paris*. Totalement autodidacte, le jeune homme a l'intuition d'ajouter à la formule initiale de la ficaire, une plante médicinale locale aux vertus anthémorroidales. Si ce n'est quelques pharmaciens mauvais coucheurs qui menacent de l'attaquer pour publicité mensongère, le destin semble sourire au petit Breton. Sans diplôme et sans



« LA NATURE NOUS AIDE À FABRIQUER CE QUE LE TEMPS CHERCHE À NOUS ENLEVER. »

réseau, il se lance et crée l'entreprise en 1959 avec une bonne dose de confiance et une certitude : les femmes sont en attente de soins naturels à base de plantes, sans produits de synthèse, à des prix accessibles. Il s'appuie d'abord simplement sur les connaissances engrangées à l'occasion des longues balades en forêt avec son père, lorsqu'il était minot, et précieusement conservées dans un cahier d'écolier. Son cousin et parrain, le médecin Joseph-Pierre Ricaud, lui dévoile pas mal de secrets des plantes médicinales. Et le jeune homme est prolifique. En 1965, il a déjà développé un si grand nombre de références qu'il est obligé de créer un catalogue baptisé avec humour *Le Livre vert* (Mao est alors en pleine Révolution culturelle) pour que la cliente puisse s'y retrouver. Très vite, le petit laboratoire ne suffit plus et Yves Rocher fait construire sa première usine dans son village de La Gacilly, qu'il désespère de voir se vider.

Une love brand dans l'air du temps

Pétri d'idées militantes, Yves Rocher entend à tout prix rester fidèle à sa promesse d'offrir aux femmes des soins qualitatifs « accessibles » et produits en France (même à 90 % en Bretagne). Sa solution : se passer d'intermédiaires et devenir à la fois récoltant, fabricant et distributeur, maîtriser le produit depuis la cueillette de la plante jusqu'au design du pot de crème, en passant par la création des formules, la production et évidemment la distribution. Indéboulonnable en tête du baromètre Posternak Ifop des « entreprises préférées des Français » (quatrième rang dans le baromètre de mars 2019), la société familiale « made in Bretagne » est ce que les Anglo-Saxons appellent une « love brand », une marque qui a su développer une relation « amoureuse » forte entre elle et ses consommateurs. L'ancrage provincial de la marque et la dimension green des produits y sont certainement pour beaucoup. Promoteur de la « Cosmétique Végétale » (terme aujourd'hui déposé), le Groupe Yves Rocher investit massivement dans la recherche et l'innovation pour explorer le génie des plantes, concevoir des formules où la part de naturel peut atteindre

100 % et promouvoir une vision moderne et écocitoyenne de l'entreprise. Après avoir largement puisé dans l'herbier de son terroir d'origine (la Bretagne fournit quand même encore 30 % de la matière première) Yves Rocher joue les Indira Jones avec sa team d'ethnobotanistes, se mettant en quête de précieux actifs sur toute la planète, notamment la baie d'argousier du Tibet et la manne de Frêne de Sicile, qui stimulent la régénérescence des cellules de la peau.

Un pionnier du mécénat environnemental

Parmi les best-sellers de la marque Yves Rocher, qu'il n'est pas rare de retrouver dans la salle de bain d'une sœur ou d'une bonne copine : l'eau de parfum *Comme une évidence*, la Riche Crème Grand Soins Régénérant et la Riche Crème Antirides Bienfaisant Jour. Mais qui n'a jamais mis sur sa wish list un pot de crème Pure Calmille qui requinque les peaux à cran ? Fidèle aux engagements du fondateur, le mécénat du groupe a fait de la reforestation et de la sensibilisation à l'écologie par la photographie son cheval de bataille (le Festival Photo La Gacilly naît en 2004). Dès 2006, la marque supprime les sacs plastiques dans ses magasins et promeut le « sac shopping » (200 tonnes de plastique économisées par an). La marque a lancé il y a deux ans un gel douche à la formule superconcentrée qui promet de réduire l'impact sur l'environnement. La persévérance dans les valeurs est un élément fort de la marque qui se traduit par la création en 1991 d'une des premières fondations pour la préservation de l'environnement. Le cœur de La Gacilly, pimpant village de 2 000 habitants dans les terres du Morbihan, bat tout entier pour Yves Rocher. On peut y manger Yves Rocher (restaurant Le Végétarium), s'y cultiver Yves Rocher (le Festival Photo La Gacilly), s'y détendre même (l'hôtel-spa La Grée des Landes). L'intuition green du patriarche s'est avérée sacrément visionnaire. Le groupe de cosmétique compte aujourd'hui 18 100 salariés et propose à son catalogue pas moins de 1 000 références. Et tout cela sans la moindre égrerie !

Yves Rocher en quelques chiffres

- 110 : le nombre de pays où la marque est présente.
- 1969 : la première boutique à Paris.
- 4 000 : le nombre de boutiques dans le monde.
- 2,5 : le chiffre d'affaires (en milliards d'euros).
- 1991 : l'année de création de la Fondation.
- 1 000 : le nombre de références produits.
- 150 : le nombre de chercheurs dans les labos.



ANS DE BEAUTÉ ET D'ENGAGEMENT

