

DE LA MER À LA PEAU

Phytomer, leader des soins naturels haut de gamme pour les spas, répond avec brio aux nouvelles attentes consommateurs grâce à une expertise soin unique et une intégration complète de la chaîne de valeur, de la recherche à la production. L'entreprise se démarque par sa capacité à allier développement durable, innovation scientifique et performance, offrant ainsi des soins ressourçants d'excellence.

Informations Entreprise : Comment percevez-vous l'évolution des attentes des clients en matière de bien-être ?

Mathilde Gédouin-Lagarde (Directrice Générale de Phytomer) : Le marché est extrêmement dynamique dans le secteur des soins professionnels, particulièrement stimulé par l'industrie hôtelière. En effet, le SPA est devenu un critère clé de réservation. Les clients, lorsqu'ils consultent des informations en ligne sur un hôtel, se concentrent d'abord sur les chambres et ensuite sur le SPA. En France, où beaucoup d'hôtels de prestige ne disposent pas encore de SPA ou n'exploitent pas toutes les opportunités en la matière, le potentiel de développement est considérable.

Il existe également de belles opportunités pour les établissements de ressourcement, tels que les centres de thalassothérapie, et les nouvelles structures offrant des séjours axés sur le bien-être. Avec une population vieillissante et un niveau de stress croissant dû à l'accélération de notre mode de vie, les besoins de déconnexion et de relaxation augmentent. Cela crée un marché florissant pour les offres de ressourcement.

I.E : Qu'en est-il de la question des produits de luxe ?

Mathilde Gédouin-Lagarde : Dans le segment haut de gamme, on observe l'émergence d'un nouveau type de luxe, souvent nommé le 'quiet luxury'. Ce luxe discret se caractérise par un savoir-faire authentique, une véritable durabilité et une responsabilité environnementale. Il ne s'agit pas de dire que le luxe plus classique a disparu, il existe toujours et conserve son marché. Cependant, une autre tendance se dessine, de plus en plus valorisée dans des secteurs comme la mode, les voyages, la gastronomie et la cosmétique.

Les consommateurs expriment un désir pour des produits éthiques et durables, créés par des entreprises respectueuses de l'environnement et de leurs employés. Cette quête d'authenticité et de transparence a défini une nouvelle forme de luxe, dans laquelle Phytomer excelle.

I.E : Pourquoi la cosmétique marine est-elle particulièrement adaptée aux soins de la peau ?

Mathilde Gédouin-Lagarde : La cosmétique marine se distingue par l'affinité particulière que les plantes marines, les algues et l'eau de mer ont avec notre organisme. En effet, nous sommes fondamentalement des êtres marins, et sans entrer dans des détails biologiques complexes, il est reconnu que notre peau et notre organisme assimilent remarquablement bien les ingrédients issus de la mer.

Chiffres clés

- Plus de 50 ans d'existence (Entreprise créée en 1972)
- Distribuée dans 80 pays
- Choisie par 10 000 spas et instituts
- Partenaire de centaines d'Hôtels 5*
- 25 protocoles de soin
- 250 références produits
- 1 Rosée Visage vendue dans le monde toutes les 3 minutes
- 120 000 followers sur les réseaux sociaux

Cette spécificité confère à la cosmétique marine une efficacité décuplée. C'est la raison pour laquelle elle occupe une place centrale dans les SPAS, notamment en France avec la thalassothérapie. Les cultures asiatiques, connues pour leur passion du skin-

Mathilde Gédouin-Lagarde



care et leur exigence de qualité, comme la Corée et le Japon, possèdent aussi une tradition enracinée de la cosmétique marine.

La performance exceptionnelle des soins Phytomer est d'ailleurs à l'origine de notre succès à l'international.

I.E : Pouvez-vous détailler comment Phytomer intègre des pratiques éco-responsables dans l'ensemble de sa chaîne de production ?

Mathilde Gédouin-Lagarde : Nous sommes pleinement engagés dans une démarche éco-responsable. Nos produits naturels haut de gamme sont fabriqués en circuit court, dans nos Laboratoires en Bretagne. Du sourcing des ingrédients jusqu'à la production, nous nous assurons que l'ensemble de notre chaîne de valeur privilégie des méthodes dont l'impact environnemental est limité : utilisation d'énergies renouvelables, cultures de plantes marines bio, dépollution des eaux de production, recyclage intelligent...

Notre laboratoire est un modèle de production bas carbone. Il est d'ailleurs certifié EcoVadis Gold, ce qui nous classe parmi les 5% des entreprises les plus respectueuses de l'environnement, toutes industries confondues.

Nous disposons d'une équipe scientifique de renommée mondiale dans le domaine des biotechnologies marines. Nous collaborons aussi avec des start-ups innovantes (Hitex, Polymaris) pour extraire les molécules naturelles les plus pures, sans solvant ni produit chimique. Tous ces programmes de pointe nous permettent de formuler des soins d'un niveau de qualité et de pureté exceptionnel, tout en préservant les ressources naturelles.

I.E : Comment Phytomer parvient-elle à capitaliser sur ses innovations scientifiques dans ses produits cosmétiques ?

Mathilde Gédouin-Lagarde : Prenons un exemple : nous avons récemment mis au point, après 6 années de recherche, un ingrédient naturel exceptionnel, nommé Codium Bio Fermenté. Il s'agit de l'algue Codium que nous avons fermentée avec une bactérie autologue, c'est-à-dire une bactérie qui vit naturellement sur l'algue. Pour étudier les bienfaits cutanés du Codium Bio Fermenté, nous avons eu recours à une technique d'analyse biologique ultra-pointue : la métabolomique, qui nous a permis de découvrir d'incroyables propriétés, notamment celle d'aider la peau à produire de la vitamine B5.

En activant la production de vitamine B5 par la peau, à la juste dose physiologique et en



continu, le Codium Bio Fermenté offre des vertus apaisantes, cicatrisantes et désensibilisantes hors normes.

Cette découverte exceptionnelle a fait du Codium Bio Fermenté, l'ingrédient phare de notre nouvelle gamme Accept Cica. Nous y avons adjoint tout notre savoir-faire esthétique pour créer un protocole de soin visage haute-tolérance remarquable.

Dans les spas, en moins d'une heure, notre nouveau soin offre aux peaux réactives (pollution, climats extrêmes, peelings à répétition) une efficacité réparatrice et apaisante tout en garantissant un maximum de confort et de bien-être.

I.E : Comment le digital et les réseaux sociaux ont-ils transformé votre relation avec vos clients ?

Mathilde Gédouin-Lagarde : En BtoB, nous accompagnons très étroitement nos clients professionnels (les instituts et spas), sur le terrain mais aussi grâce au digital. Notre métier, axé sur des protocoles de soin très précis, nécessite en effet une formation pointue et continue, à l'instar de la haute gastronomie. Depuis une décennie, nous proposons l'équivalent de MOOCs avec une plateforme digitale gratuite offrant des centaines d'heures de vidéos en ligne, pour aider nos partenaires SPA à exceller dans la pratique de leurs soins et dans les conseils qu'ils procurent à leur clientèle.

Du côté BtoC, les réseaux sociaux nous ont donné la possibilité d'interagir directement avec les consommateurs finaux. Nous pouvons recueillir des expériences authentiques vécues dans nos spas partenaires et des retours clients. Nous partageons nos conseils skincare, nos routines beauté, notre vision du bien-être avec tous ceux qui aiment Phytomer. Cette interaction permanente nous permet d'affiner notre offre produits et

soins, de fidéliser nos clients, et d'accentuer encore la désirabilité de notre marque.

I.E : Quels sont les nouveaux marchés et axes de développement prioritaires pour votre entreprise ?

Mathilde Gédouin-Lagarde : Phytomer est une référence internationale dans le monde du SPA haut de gamme, depuis plus de 40 ans. Le bien-être s'ouvre aujourd'hui à de nouveaux pays tels que l'Inde, la Turquie, le Sénégal... Ces marchés, que nous explorons activement, représentent une véritable expansion géographique pour notre entreprise.

Parallèlement, un autre pilier stratégique est le développement durable, qui est depuis toujours au cœur de notre politique d'innovation. Cette ligne directrice s'avère plus pertinente que jamais pour nos clients, en particulier les hôteliers, très sensibles à notre démarche RSE et aux enjeux environnementaux. Cela renforce notre détermination à investir dans cette voie pour le futur, notamment en réduisant notre bilan carbone et en démultipliant les actions en faveur de la biodiversité.

Enfin et plus que tout, nous sommes au service des professionnels du spa et mettons toute notre énergie à développer pour eux la meilleure carte de soin, à la fois intéressante techniquement à pratiquer et originale pour leurs clients, ultra-performante en termes de résultats et luxueuse en termes de sensations.

Au-delà de la cabine, nous accompagnons les professionnels via de nombreux coachings pour les aider à monter en compétence et à délivrer un service d'exception. Notre métier c'est le soin dans les plus beaux spas, nous en sommes fiers et nous nous concentrons à 100% sur cet axe.