YVES ROCHER

Scientifiques, botanistes et agronomes étudient les plantes, comme les soucis (à g.) ou les bleuets (au centre), pour découvrir les principes actifs qui leur permettront de créer de nouveaux produits, poursuivant ainsi le travail du fondateur de l'entreprise, Yves Rocher (1930-2009, à dr.), un passionné de nature.

Chez Yves Rocher, la beauté, c'est naturel

En 1959, depuis son village natal du Morbihan, un jeune Breton a fait éclore une marque de cosmétiques à laquelle il a donné son nom. Aujourd'hui, l'entreprise familiale aux 20 millions de clients dans le monde cherche toujours à tirer le meilleur de la nature, tout en conservant une stratégie de petits prix.

PAR CLÉMENCE LEVASSEUR.

PHOTOS © YVES ROCHER

La Gacilly, ses toits d'ardoise, sa rivière – l'Aff –, ses bois alentour. C'est dans ce charmant village du Morbihan, situé à une soixantaine de kilomètres au sud de Rennes, que le petit Yves Rocher, né en 1930, passe une enfance heureuse. Chaque soir après l'école, le jeune garçon, cheveux de jais et regard perçant, part à la découverte de la nature sauvage, main dans la main avec son père, Joseph. Ce dernier l'initie à sa passion : les plantes. Ensemble, ils les étudient et constituent d'innombrables herbiers, qu'ils conservent religieusement. Le décès brutal du chef de famille signe la fin de ces moments d'insouciance. À 16 ans, l'adolescent arrête l'école pour reprendre la chapellerie-teinturerie paternelle, au cœur du bourg. Sa vie bascule à nouveau quand, au début des années 1950, l'une de ses clientes, guérisseuse, lui révèle la recette d'une pommade à base de racines de ficaire, une plante très commune dans le coin, soignant varices et hémorroïdes.

Intrigué, le jeune homme décide de concocter lui-même cet onguent. Dans la cuisine familiale, à l'arrière de la boutique, il s'amuse à mélanger la ficaire avec d'autres plantes locales qu'il connaît bien. Alors que ses différents essais bouchent sans cesse l'évier, sa mère le somme

Depuis sa création, la marque bretonne a développé une large gamme de produits, du maquillage au shampoing solide.

PHOTOS © YVES ROCHER

d'investir le grenier. C'est là, en 1956, dans cette petite pièce mansardée, qu'Yves Rocher, 26 ans, met au point son premier soin végétal. Les prémices d'une marque visionnaire, qui deviendra un empire familial, présent dans 90 pays, et réalisera un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros en 2021, au niveau international.

Le pari gagnant de la vente à distance

Tout juste lancée, la crème d'Yves Rocher, redoutablement efficace, s'arrache. « Outre les habitants de La Gacilly, ceux des hameaux voisins se mettent à réclamer le remède », raconte Mélina Le Blaye, en charge de la communication, en faisant visiter le laboratoire des débuts, reconstitué dans le petit musée ouvert au sein du village. L'inventeur mobilise ses amis les plus proches pour l'aider. Grâce à des machines prêtées par des fermiers, ils sèchent les racines, puis les font cuire dans une marmite en Inox et remplissent des tubes avec le mélange obtenu. Porté par les retours enthousiastes de ses clients, le petit fabricant nourrit des rêves de grandeur : il veut proposer son produit à un maximum de personnes. Pour y parvenir, il imagine un système de vente par correspondance, utilisé seulement à l'époque par les géants de la mode nordistes, comme La Redoute et les 3 Suisses. Son autre intuition : publier, au sein de magazines, les témoignages dithyrambiques de certains utilisateurs, accompagnés de leur photo, pour plus de véracité.

Novateur, ce procédé porte ses fruits. Trois semaines après leur diffusion dans les titres *Ici Paris*, *France Dimanche* ou *L'Écho de la mode,* des lettres de commandes arrivent quotidiennement. Un succès que les officines du coin ne voient pas d'un très bon œil. À plusieurs reprises, elles attaquent Yves Rocher pour exercice illégal de la pharmacie. L'accusé, nullement ébranlé, voit dans ses passages au tribunal une opportunité de faire parler de sa marque. C'est même lui qui convoque à chaque fois la presse. Fort de ce succès, le Breton veut aller plus loin. Possédant une connaissance encyclopédique des plantes, il est convaincu que nombre d'entre elles pourraient entrer dans la composition de crèmes de beauté. À la fin des années 1950, il est déterminé à fabriquer des produits naturels, et à les proposer à petits prix. À l'époque, le secteur de la cosmétique cible davantage les clientes citadines et fortunées que les femmes modestes des petits bourgs. Souhaitant l'avis d'un expert, Yves Rocher prend le train, direction Paris, où il a décroché un rendez-vous avec un publicitaire. Dans un bureau chic du 8e arrondissement, il lui expose fièrement son projet. C'est la douche froide : son interlocuteur lui rit au nez. Selon lui, une marque portant le nom d'un homme ne pourra jamais séduire de clientes. Par ailleurs, il assure que la vente à distance n'est pas adaptée au domaine de la cosmétique car les femmes ont besoin de voir et de sentir les crèmes avant de les acheter. Surtout, l'argument du naturel ne prendra jamais – c'est l'efficacité de la chimie qui est alors à la mode. Loin d'être découragé, le Morbihannais fonde sa marque, en 1959, autour du concept de « cosmétique végétale ». Son slogan ? « Les produits Rocher, les plus naturels de tous. » Puis, cherchant à partager sa connaissance des plantes et à asseoir son expertise, il publie, en 1965, *Le Livre vert de la beauté*, compilant ses conseils pour prendre soin de sa peau et « rester vraie ». Un ouvrage réédité régulièrement depuis, à plusieurs millions d'exemplaires, traduit en 20 langues et même édité en braille, jusqu'en 2016.

Apporter la prospérité à sa terre natale

En mai 1968, découvrant l'ampleur des grèves et des manifestations sur son poste de télévision, l'homme d'affaires est pris de panique. Il comprend immédiatement que cette crise peut réduire à néant son business. Le réseau postal, indispensable pour acheminer ses produits, se retrouve paralysé. Réalisant soudain la fragilité de cet unique canal de distribution, le Breton se décide à ouvrir sa première boutique. Elle sera inaugurée l'année suivante à Paris, au 43, boulevard Haussmann, face aux Galeries Lafayette. Mais la production doit suivre. Fini, donc, l'artisanat : une usine est alors ouverte. Et pour son implantation, pas question de quitter La Gacilly, berceau de la famille, dont Yves Rocher sera le maire de 1962 à 2008. Juste avant la mort de son père, il avait promis à ce dernier d'apporter la prospérité à leur territoire bien-aimé. C'est donc à la sortie du village que ce premier site, employant 300 salariés, est installé en 1969.

Si l'activité est prospère, un coup dur frappe le dirigeant. En 1973, il tombe gravement malade. Les médecins sont pessimistes. Afin de protéger sa famille, le quadragénaire cède, à contrecœur, 60 % de ses parts au géant pharmaceutique Sanofi. Mais, contre toute attente, le chef d'entreprise se rétablit complètement. « Vingt-cinq ans plus tard, lorsque Sanofi fusionnera avec une filiale de L'Oréal, il regrettera amèrement d'avoir pris cette décision », relate Mélina Le Blaye. Car le numéro 1 mondial de la cosmétique est son concurrent direct ! Fou de rage, le PDG se lance dans un combat juridique pour retrouver son indépendance. Une longue bataille qu'il finira par

remporter : la famille Rocher récupère alors près de 100 % des parts de la société. Pour ne plus jamais les vendre. En parallèle, le groupe se diversifie grâce à d'autres marques cosmétiques, comme Dr Pierre Ricaud, ainsi que Petit Bateau, racheté en 1988.

Préserver la flore, un credo bien enraciné

ès le milieu des années 1970, certains scientifiques commencent à tirer la sonnette d'alarme : l'environnement est menacé par la croissance économique et démographique. Un constat qui inquiète particulièrement le capitaine d'industrie, très attaché à la nature. En 1975, il crée, au cœur de La Gacilly, un jardin botanique. « Son objectif est alors de sauvegarder la flore, notamment les espèces en voie de disparition, affirme Alexandra Ferré, directrice de l'impact et de la transformation durable du groupe. Un engagement qui se poursuivra en 1989, lorsqu'il sera l'un des premiers grands noms de la cosmétique à arrêter les tests sur les animaux et, en 1997, avec la conversion de ses champs en bio. »

À La Gacilly, en ce mois de novembre 2023, l'exode rural qui vidait la bourgade dans les années 1950 semble lointain. Yves Rocher, décédé en 2009, a réussi son pari. La cité de caractère est florissante, comme en témoignent les nombreux commerces et les touristes qui déambulent dans ses ruelles pavées. Le géant de la cosmétique, qui ne s'est jamais délocalisé, participe à son dynamisme, même si le groupe, affecté par la conjoncture actuelle, a annoncé il y a quelques mois la suppression prochaine de 300 postes, essentiellement dans le Morbihan. Une usine de production – 93 % des produits sont fabriqués en Bretagne –, un laboratoire et une plateforme de logistique emploient ici 1600 personnes.

Sur les hauteurs, face à la piscine intercommunale, le site de La Croix des Archers abrite toujours le jardin botanique, ouvert au public, et qui conserve désormais 1500 espèces. « Il permet à nos équipes de nourrir leur expertise du végétal, assure Cécile L'Haridon, directrice botanique et agroécologie. Nos scientifiques, botanistes et agronomes étudient les plantes pour découvrir des principes actifs qui nous permettront de créer de nouveaux produits. Afin de les fabriquer de façon industrielle et pérenne, 60 hectares sont consacrés à la culture, en agroécologie, à La Gacilly ou à proximité. » Les plantes qui y poussent, comme le bleuet, la camomille romaine ou la matricaire, serviront ensuite à la fabrication de soins pour le visage et le corps, de parfums, de maquillage, de produits solaires et capillaires. « Chez Yves Rocher, nous nous occupons de tout, puisque nous sommes à la fois botaniste, récoltant, fabricant et distributeur », se réjouit Guillaume Darrousez, son directeur général. Une stratégie qui paie : en 2022, la marque est toujours numéro 1 des ventes dans l'Hexagone, en volume et en valeur, malgré les bouleversements liés au Covid-19. Son développement à l'international, où elle compte 2300 boutiques, se poursuit. Le géant né à La Gacilly n'est pas près de vaciller. ■

Dans le village de La Gacilly, à environ 60 kilomètres au sud de Rennes, les visiteurs sont invités à découvrir le jardin botanique (1) créé par Yves Rocher, ainsi que le petit musée consacré à sa vie (3). Plus de 90 % des produits de la marque, à l'image du démaquillant au bleuet (2), sont fabriqués en Bretagne.