LA MARQUE OZALYS EST NÉE.

Des produits de beauté pour les femmes atteintes du cancer

Située à Acquigny, l'entreprise CCI Productions, jusqu'alors sous-traitant pour de grandes marques de parfum et de cosmétique, a lancé voici deux semaines ses propres produits, destinés aux femmes touchées par le cancer du sein.

La Normandie a eu la primeur de découvrir Ozalys le 6 octobre. Le lancement officiel de la marque a néanmoins eu lieu à Paris jeudi 19 octobre au Salon des Miroirs, cérémonie retransmise en direct sur le Facebook de l'entreprise. Les premières commandes n'ont pas attendu longtemps, emballées le lundi 23 octobre.

Sept chercheurs issus de la chimie, notamment de la filière ARPAC (Arôme, parfum, cosmétique), travaillent sur les huit produits commercialisés par Ozalys : déodorant, dentifrice, gel douche, crème pour les mains, pour les pieds… Dans les mois à venir, huit autres sont en cours de création dans le service de recherche et développement.

Frappée par un cancer agressif, Isabelle Guyomarch a choisi de redonner aux femmes malades le plaisir de prendre soin d'elles.

L'épreuve du cancer

Jusque-là sous-traitant de la cosmétique et de la parfumerie (cf. ci-dessous), CCI Productions n'avait pas sa marque propre. Tout en poursuivant son activité originelle, la présidente du groupe a réorienté sa stratégie, sans pour autant entrer en concurrence avec ses clients. « Ozalys est une marque sociétale. Les produits cosmétiques que nous fabriquons sont destinés aux femmes touchées par le cancer », explique Isabelle Guyomarch. « Je dis «touchées», pour «concernées». Les femmes peuvent avoir été atteintes ou quelqu'un dans leur entourage peut l'avoir été. » Car même sans avoir été malade, « on ne voit plus le cancer du sein de la même façon », confie Isabelle Guyomarch.

Réinsertion

La présidente du groupe parle d'expérience. Voici quatre ans, elle découvre son cancer, particulièrement agressif. Cela a remis en question l'avenir de l'entreprise, mais Isabelle Guyomarch s'est battue, continuant à travailler. « J'ai choisi de conserver l'entreprise et de la transmettre à mes filles. En tant que chef d'entreprise, j'avais la chance de pouvoir adapter mes horaires. »

En même temps, Isabelle Guyomarch avait besoin de donner un sens à cette épreuve. « Mille personnes chaque jour apprennent qu'elles ont le cancer. Sur ce nombre, environ 400 sont actives et disparaissent quasiment de la circulation, en arrêt de travail et souvent on ne les revoit pas. » Constatant l'écart entre l'*âge moyen* où une femme déclare son cancer, à environ 53 ans, et l'*âge moyen* du départ à la retraite (65 ans), il y avait dès lors « un enjeu social et économique à mieux intégrer les malades » puisque de plus en plus de femmes, y compris les jeunes, seraient concernées.

Du luxe abordable

La rencontre d'Isabelle Guyomarch avec Anne Sophie Tuszynski marque l'étape suivante de sa démarche. Cette dernière a créé un réseau d'entreprises, Cancer@work, qui dispose d'une charte permettant de mieux intégrer les personnes malades dans l'entreprise, soit en favorisant leur maintien dans l'emploi soit en œuvrant pour leur réinsertion.

Concrètement, CCI Productions a d'abord créé un « atelier école », qui a permis d'appliquer le « management bienveillant », d'adapter les cadences… à l'échelle de toute l'entreprise. « Les salariés se sont approprié et passionné pour le projet » en posant les bases de la marque Ozalys.

Émotions positives

Isabelle Guyomarch voulait d'emblée en faire « une marque mondiale de luxe, mais à des prix abordables ». Positionnée sur des produits de grande qualité, l'entreprise s'est construit son éthique. « Cela reste des produits de dermo-cosmétique. Il n'y a pas vraiment de définition réglementaire, mais des fondamentaux. Cela implique des tests très poussés dans les domaines revendiqués. Nous avons trois objectifs : d'abord, concilier sécurité et efficacité. » Tous les produits suspects ou auxquels la réglementation impose une dose seuil sont écartés des matières premières.

« Ensuite, le confort et le réconfort : l'objectif est de faire renouer les femmes avec des émotions positives, le bien-être et l'hygiène, en ramenant les femmes à la salle de bains, lieu où elles souffrent physiquement et psychologiquement. »

E-commerce

Enfin, troisième point : Ozalys concilie luxe et accessibilité, en pratiquant des prix abordables partout dans le monde. « Nous essayons d'atteindre des zones géographiques où les femmes n'ont pas forcément accès à l'offre qu'on voit en France et en Europe. »

Pour commercialiser ses produits, la marque Ozalys a créé sa propre plateforme mondiale d'e-commerce, avec la logistique qui va avec. « Cela nous permet de maîtriser le prix, de limiter la chaîne de marges que constitue la distribution et d'offrir la qualité de l'hyperluxe », insiste la présidente du groupe CCI Productions. De plus, son dispositif de stockage permet de lutter contre la contrefaçon.

Thomas Guilbert

Une PME sous-traitante

Avant de devenir présidente du groupe CCI Productions en 2008, Isabelle Guyomarch a d'abord travaillé 20 ans dans des secteurs pointus de la biochimie. Juste avant de racheter l'entreprise, elle était directrice commerciale et membre du comité de direction du laboratoire pharmaceutique AMGEN.

Créatrice de formules

« À 40 ans, j'avais un très beau poste à Paris. Mais j'avais envie d'autre chose. Je voulais une grosse entreprise. » Ainsi commence une série de visites d'usines. Isabelle Guyomarch reste fixée sur une activité liée à la biochimie, jusqu'au jour de la visite d'une ancienne usine Moulinex, à Falaise. « Il y avait un pharmacien avec une vieille machine qui fabriquait des savons de luxe. Cela a attisé mon intérêt pour la cosmétique. »

Puis en 2007, elle tombe « amoureuse » de l'usine d'Acquigny, acquérant le groupe CCI Productions, comprenant un site près d'Angers, l'année suivante. « Je l'ai achetée seule avec une dette senior et sans fonds d'investissement. J'ai quelques associés minoritaires. »

CCI Productions a été créée par Jacques Joubin en 1971. Depuis 45 ans, l'entreprise sous-traite la fabrication de cosmétiques et de parfums pour une cinquantaine de grandes marques comme Chanel, Cartier… « L'entreprise chimique est positionnée sur la création de formules et le conditionnement des produits. »

Profits et éthique

À l'époque, le groupe avait des difficultés financières et stratégiques. « L'entreprise avait besoin d'énormes investissements, comme souvent des entreprises familiales où la génération d'après n'est pas préparée. Des sauts technologiques et managériaux n'étaient pas passés. » Sans perdre l'esprit familial, Isabelle Guyomarch investit dans les technologies, l'informatisation, les ressources humaines…

80% de femmes

Surtout, elle avait « une vision à long terme », témoigne la chef d'entreprise. Isabelle Guyomarch grave ainsi la dimension humaine « dans l'ADN de l'entreprise ». Elle n'hésite pas à innover dans le fonctionnement interne, faisant sienne le concept RSE (Responsabilité sociale - et sociétale - des entreprises), qui fait la part belle aux axes fondamentaux du développement durable. « C'est une façon éthique et durable de faire des profits », résume-t-elle.

Depuis 2008, la présidente de CCI Productions relève le défi du luxe et l'hyperluxe, dans un contexte économique très défavorable. Ses investissements de mise aux normes ont leur part dans son succès, car elle permet de concilier qualité, éthique et prix adaptés.

Chaque année, le groupe fabrique près de 25 millions de produits, faisant travailler 200 personnes, dont un peu plus de 120 à Acquigny. Les effectifs sont composés à 80 % par des femmes.

T.G.

→Sur la toile

CCI Productions : www.cciproductions.fr
Ozalys : www.ozalys.com
www.facebook.com/Ozalys
Cancer@work : www.canceratwork.com

Des produits sécurisés

Tout commence au laboratoire de recherche et développement. Sept chercheuses y développent des formules, pour le compte de marques clientes et pour Ozalys. « Chacune travaille sur un projet, qu'on partage ensuite et ensemble nous échangeons nos avis », explique une scientifique. « La journée démarre par un brief. On décrit le souhait du client. Souvent, cela se passe avec la présidente », sourit Isabelle Guyomarch. Cette année, CCI Productions a obtenu un premier brevet international, un second va être déposé l'an prochain.

L'innovation, aujourd'hui, est principalement consacrée à Ozalys. Avant de produire les cosmétiques, il a fallu penser les emballages, se composant d'une poche intérieure permettant que « le contenu n'entre pas en contact avec le contenant » ou encore d'un « clapet antiretour » empêchant « la consommatrice de contaminer le produit avec ses mains. » En se protégeant d'éventuels perturbateurs endocriniens, les concepteurs ont pu retirer le maximum de conservateurs possible.

Lutte contre la contrefaçon

La sécurité est aussi de mise dans les ateliers, climatisés. On accède à certains après avoir passé deux sas et revêtu blouse, charlotte, masque et surchaussures. Des hottes y filtrent l'air en permanence, afin d'éviter la contamination de produits sensibles par des bactéries. Si un salarié tombe malade, il se pare alors d'un équipement supplémentaire ou change d'unité de fabrication.

Grâce à l'informatisation, chaque produit et flacon est tracé jusqu'à l'unité de stockage (8 000 m²). Les normes ISO sont strictement respectées et, pour Ozalys, une tour informatisée (représentant environ 500 m²) assure un conditionnement climatisé pour éviter les écarts de température et le dépôt de poussières. « Lors d'une commande, le produit passe directement de la tour à la mise en colis, qui se retrouve 48 heures après chez la consommatrice. Ainsi, nous maîtrisons la traçabilité et nous luttons contre la contrefaçon. Avec ce dispositif, les produits n'entrent pas directement sur le marché », souligne Isabelle Guyomarch.