

P&B Group

Pour une industrie innovante, écoresponsable et performante

Le fabricant français de produits cosmétiques et pharmaceutiques P&B Group, a fêté ses 10 ans l'an passé. Retour sur une décennie d'activité et d'innovation au sein de l'industrie cosmétique.

Laurent Dodet, qui êtes-vous ?

Laurent Dodet : Fils d'agriculteur ardéchois, j'ai toujours été proche de la terre. Mes valeurs, façonnées par le milieu agricole, sont traditionnelles. J'aime le travail, la discipline, l'effort et le territoire. Ma carrière s'est orientée vers le secteur industriel, mais j'ai toujours eu à cœur de faire fusionner ces deux univers qui m'habitent et me définissent. Je suis dans le milieu de la cosmétique depuis 33 années. J'ai fondé P&B il y a un peu plus de 10 ans dans le but de développer une entreprise qui corresponde à mes envies et à mes aspirations. C'est une entreprise que l'on peut qualifier d'émotionnelle, j'ai absolument tout vendu et tout risqué lorsque j'ai démarré cette nouvelle aventure. Ma mission de vie pourrait ainsi être d'œuvrer pour la réindustrialisation de notre territoire français, ce qui passe par la création d'emplois et de valeur ajoutée. Je m'attache au respect des Hommes et à la création de relations authentiques avec mes collaborateurs, clients et fournisseurs.

Pouvez-vous présenter P&B Group ?

Laurent Dodet : P&B Group est une société qui s'inscrit dans une dynamique de croissance durable et solide grâce à l'humain. Notre mission ? Concepteur et producteur, pour une industrie innovante, écoresponsable et performante, au service de la beauté et de la santé de demain. Par le biais de nos différentes entités en France, nous contribuons à la performance de marques françaises et internationales en leur proposant continuellement des solutions pertinentes pour un développement produit pointu et sensé. Nous proposons des cosmétiques, des compléments alimentaires, des dispositifs médicaux ainsi que des produits de

santé. L'innovation, moteur de notre stratégie est soutenue grâce à l'engagement et la créativité de nos équipes, composées d'experts des domaines scientifiques et techniques. P&B répond ainsi à un modèle de croissance unique et inédit dans le but de faire rayonner notre savoir-faire français à travers la reprise de sites en difficulté.

P&B Group a fêté ses 10 ans en 2022, quelles conclusions tirez-vous de cette dernière décennie ?

Laurent Dodet : Cette dernière décennie a été hautement challengeante. Nous n'avons connu aucune période de calme ou de répit, mais c'est le jeu. Nous pouvons dire que nous avons relevé notre défi : incarner le marché de la sous-traitance cosmétique, pharmaceutique et se hisser parmi les acteurs industriels français, en un temps record. Nous avons travaillé avec notre cœur pour en arriver là. Cependant, il faut bien garder à l'esprit que rien n'est jamais acquis, il nous faudra ainsi conserver notre rigueur et notre flexibilité dans ce secteur en constante évolution, où il faut savoir se réinventer tous les jours.

Le monde de la cosmétique est en constante évolution, de quelles manières envisagez-vous les nouvelles gestuelles/ formes galéniques ?

Laurent Dodet : C'est bien là le challenge du secteur. Le consommateur est sans cesse en quête de nouveauté et se lasse vite. Nous sommes ainsi nous aussi en constante recherche de solutions formulatoires et industrielles pour proposer des nouvelles gestuelles et routines. Elles passent de façon incontournable par de petites révolutions. Nous avons mis en place une cellule prospective innovation composée de



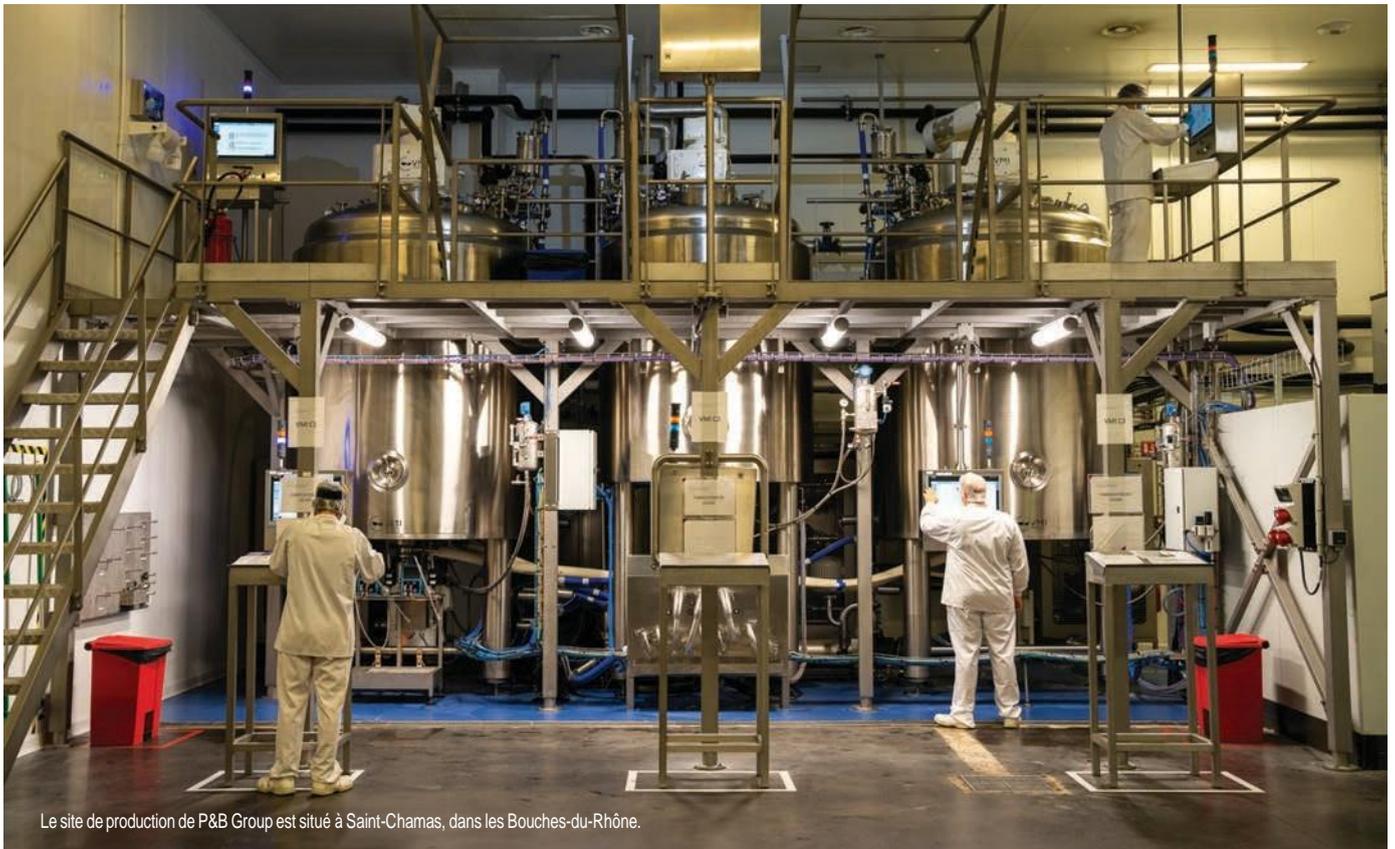
© P&B Group

Laurent Dodet, fondateur et président de Pharma & Beauty Group

chefs de projets R&D, d'experts packaging et d'une responsable marketing pour pouvoir suivre cela, ce qui crée une belle émulation pour les marques. Notre laboratoire R&D challenge sans cesse nos usines. Si les tendances marché le justifient, ainsi que l'input des marques, nous n'hésitons pas à investir dans de nouvelles capacités industrielles nous permettant d'être précurseurs sur le marché. Nous proposons ainsi des poudres, des sticks, des pains solides, des pastilles, des produits sans conservateurs et sommes actuellement sur de nouveaux sujets de réflexions.

Selon vous, comment la Gen-Z appréhende-t-elle la cosmétique ? Et comment votre entreprise répond-elle aux besoins de cette génération de consommateurs ?

Laurent Dodet : La génération Z est clairement moteur aujourd'hui. Tous les prétextes sont bons pour faire la révolution et ils ont bien raison. Notre cellule prospective suit de près les modes et aspirations de consommations de cette cible. En effet, cumulée à la génération Y, elle représente plus de 4,1 milliards d'individus à travers le monde. Elles parviennent ainsi à bousculer tout le marché. On leur doit la révolution du clean et du solide, largement suivi par P&B. La notion de l'eau et du respect des océans est aussi primordiale pour ces consommateurs, nous avons développé la collection « Ocean drive » dont les drivers sont ▶▶▶



Le site de production de P&B Group est situé à Saint-Chamas, dans les Bouches-du-Rhône.

la sobriété écologique (*blacklists* restrictives, ingrédients circuits courts, biodégradable, notion d'écotoxicité). Sans oublier l'inspiration marine et des produits dans l'air du temps (*waterless*, *packaging* économes, alternative refill, recharge, compostable). Le tout en veillant à ne jamais tomber dans les pièges du *green* ou du *bluewashing*. Ensuite la génération Z s'est attaquée à de nouvelles préoccupations autour de l'acceptation de soi. Elle a fait de l'égalité et de l'équité son nouveau combat. Ce qui a fait naître de nouveaux sujets de fond pour le marché et de nouveaux défis pour les marques. Pour les accompagner, nous avons développé la collection Disruptive Beauty pour proposer des galéniques en adéquation avec les notions d'inclusivité, de diversité et de *genderfluid*. Des produits qui aident à accepter les petits défauts de peau, les formes et rondeurs, les cycles hormonaux, etc.

Parlez-nous de vos projets d'innovations...

Laurent Dodet : Il semblerait qu'il y ait un abus de langage sur le terme innovation.

Il faut bien distinguer les tendances des innovations de rupture. Chez P&B nous misons beaucoup sur nos innovations de rupture, nous en avons trois principales, toutes exclusives et brevetées :

- la technologie UHT : technologie et solution de production de cosmétique sans conservateurs. Une nouvelle génération de produits plus respectueux de la peau pour les zones sensibles ;
- l'*Advanced water S100* : "*A game changer for dermo-cosmetics*", une nouvelle génération d'eau ionisée aux nombreuses propriétés prouvées et surprenantes ;
- des actifs anti-âge nouvelle génération inspirés par le secteur médical, adaptés à la cosmétique et en cours de développement. Pour cela nous avons investi dans des start-up (Progelife et Calysens) dans le domaine de la recherche de la maladie génétique Progeria.

De quelle manière envisagez-vous le futur du groupe ?

Laurent Dodet : Avec toujours autant d'appétence pour l'innovation et une vraie

motivation d'implantation à l'international. Nous souhaitons continuer d'accompagner les besoins de nos clients avec rigueur et flexibilité, mais aussi accentuer notre proximité avec le marché pour s'inscrire dans cette évidence à accompagner les marques avec confiance et durabilité. Enfin, la fidélité de nos collaborateurs est aussi une grande inspiration au quotidien. Je veux que chacun puisse se reconnaître dans les valeurs de l'entreprise. Mais aussi que chacun puisse grandir au travers d'une relation gagnant / gagnant, par un juste retour de leurs efforts. J'aime mes collaborateurs et je les respecte, ils doivent être heureux dans ce qu'ils font à tous les niveaux. La reconnaissance de leur travail c'est aussi ma motivation et c'est un bonheur de les voir gagner des challenges chaque jour. Le futur du groupe passera ainsi par le pilier humain qui est bâti sur le respect et la reconnaissance. Il ne s'agit pas de quelque chose qui se revendique, mais bien d'une philosophie appliquée au sein de l'entreprise ●

[p-b-group.com](https://www.p-b-group.com)

Propos recueillis par Salomé Bourdon