

Innovation et développement L'ADN de Phytomer

Innovation and development are in Phytomer's DNA

SOUS L'IMPULSION DE MATHILDE GÉDOUIN-LAGARDE, petite-fille du fondateur de Phytomer, et de son mari Tristan Lagarde, **la marque française made in Saint-Malo multiplie les ouvertures Spa** avec en trait d'union un sens de l'innovation unanimement reconnu et récompensé par de nombreuses distinctions.

ISABELLE CHARRIER



“
*La performance
de nos actifs marins est
mondialement reconnue*”

▼ Rencontre avec **Mathilde Gédouin-Lagarde**, directrice marketing et communication de la marque et **Tristan Lagarde**, directeur du développement Spa et digital

Mathilde, l'innovation est au cœur de l'ADN de Phytomer qui, au-delà de son savoir-faire cosmétique, est aussi une maison animée par la recherche scientifique, avec la particularité de créer ses formules de A à Z, expliquez-nous cela.

Mathilde Gédouin-Lagarde : Au cœur de notre expertise, il y a nos Laboratoires mondialement connus et notre équipe de chercheurs installés en Bretagne dans la baie du Mont Saint-Michel. Leur rôle ? Explorer la mer pour y découvrir les solutions beauté de demain... L'amour de la science nous permet de transmettre à la peau tout le potentiel de la mer. Nous développons des procédés verts et responsables pour extraire de la mer les molécules actives naturelles les plus puissantes. Nous avons une trentaine de chercheurs, spécialistes en biologie cutanée et marine, qui inventent jour après jour les solutions beauté de demain. La performance de nos actifs marins est mondialement reconnue.

Dans notre centre de production, nous associons les actifs marins que nous créons nous-mêmes à des ingrédients naturels respectueux de la peau et de sa bonne santé, pour créer des produits d'une efficacité remarquable. Nous répondons aux normes des autorités de contrôle les plus exigeantes au monde en termes de tolérance, de sécurité et de qualité.

Tristan, ce sens de l'innovation a permis le développement de produits exclusifs de haute qualité, dans une démarche éco-responsable. Un axe qui séduit les Spas à l'international mais aussi en France, puisque les ouvertures dans l'hexagone se sont enchaînées ces derniers temps et pas uniquement en bord de mer mais aussi à la montagne.

Tristan Lagarde : L'innovation au cœur de nos produits et soins permet un dialogue réussi entre bien-être et résultats. Les Spas et les consommateurs sont à la recherche de performance mais qui a du sens. Au-delà de nos produits, c'est l'ensemble de l'histoire et des valeurs de la marque qui séduit : une passion multigénérationnelle, un respect pour la peau, un engagement pour la mer, une universalité de notre message. Nos ouvertures récentes partagent la même envie de prendre soin de la peau et peu importe leur localisation : montagne, mer ou ville. Ainsi, nous sommes fiers de travailler aux côtés du Grand Palais à Megève, Sainte Barbe au Conquet, ou encore l'Hotel d'Aubusson à Paris.

Un développement qui incarne aussi votre complémentarité professionnelle. Au-delà de la marque, la dimension humaine des fondateurs est essentielle et j'ai envie de savoir ce que chacun amène à l'autre dans la vision business et développement de Phytomer ?

M.G.L. : Tristan fait preuve d'un esprit critique incroyable qui lui permet d'analyser les tendances, la concurrence, le marché avec justesse et modération pour prendre les bonnes décisions. Pour tous ceux qui le connaissent, et ils sont nombreux parmi tes lecteurs chère Isabelle, vous savez qu'il a un excellent relationnel et permet à la marque de rayonner en France et dans le monde. Enfin, Tristan déborde d'idées nouvelles et joue un rôle essentiel dans la stratégie digitale innovante de notre groupe. Il a toujours un temps d'avance...

T.L. : Mathilde se distingue, et c'est un trait de famille, par son sens des responsabilités. Elle sélectionne rigoureusement les ingrédients avec les équipes R&D pour garantir la qualité et la sécurité des produits. Elle a à cœur de promouvoir une production toujours plus responsable, en développant des alternatives vertes. Elle excelle en communication pour raconter la vraie histoire et apporter de l'authenticité sans tricher. Enfin, Mathilde ne fait pas de concessions pour la distribution, avec le choix assumé de s'appuyer exclusivement sur les Spas. Cette stratégie claire et responsable suscite l'adhésion des équipes et une grande loyauté envers l'entreprise et la famille, ce qui est un atout considérable pour se développer.

1



2



3

Spearheaded by Mathilde Gédouin-Lagarde, grand-daughter of Phytomer's founder, and her husband Tristan Lagarde, the French 'Made in Saint-Malo' brand is multiplying Spa openings with a sense of innovation that is unanimously recognized and has received many accolades.

Mathilde, innovation is in Phytomer's DNA and, going beyond its cosmetic know-how, the company is driven by scientific research. What makes your brand so special is that you create your formulations from A to Z. Can you tell us more about this?

Mathilde Gédouin-Lagarde: Our world-renowned laboratories are the core of our expertise. Our team of researchers is based in Brittany, in the bay of Mont Saint-Michel. Their role is to explore the sea to discover the beauty solutions of the future... Our love of science enables us to unlock the potential of seas and oceans for the skin. We develop green and responsible procedures to extract the most potent natural active molecules from the sea. We have around thirty researchers, specialized in skin and marine biology, who, day after day, invent the beauty solutions of tomorrow.

Tristan, this sense of innovation has led to the development of exclusive high-quality products with a focus on sustainability. An approach that has won over international Spas, but also in France where the company has recently been opening Spas all over the country; not only on the coast but also in the mountains.

Tristan Lagarde: The innovation at the heart of our products and treatments has formed a successful dialogue between wellbeing and results. Spas and consumers are looking for performance but also meaning. In addition to our skincare, they are drawn to the brand's story and values. Our recent openings illustrate this shared vision of how to approach skincare that is independent from geographical situation: mountain, sea or city.

This direction also embodies your professional symbiosis. Beyond brand strategy, the people in a business are essential, so I was wondering how each of you is inspired by the other for Phytomer's vision and development?

M.G.L.: Tristan is an incredible critical thinker, he analyses trends, competition and market with precision and moderation, which is great for making the right decisions. Tristan is full of new ideas and plays an essential role in our group's innovative digital strategy. He is always one step ahead...

T.L.: Mathilde has a strong work ethic, it runs in the family. She is forever committed to promoting more sustainable production practices by developing green alternatives. She is a great communicator and able to shape the true story, bringing authenticity without cheating. She makes no concessions in terms of distribution, with the conscious choice to work exclusively with Spas.

Photo 1

Au cœur de l'expertise Phytomer, des laboratoires mondialement connus et une équipe de chercheurs installée en Bretagne dans la baie du Mont Saint-Michel

Photo 2

Toujours cette même envie de prendre soin de la peau, peu importe la localisation, comme ici en montagne au Grand Palais de Megève

Photo 3

Parmi les ouvertures récentes, Sainte Barbe au Conquet



PHYTOMER
senseofwellness-mag.com
/SoW-Directory