

Priscille Caucé, *Une équipe innovatrice, agile et proche de ses clients*

Après un parcours à des postes de responsabilité dans l'univers de la beauté et du luxe, Priscille Caucé a été nommée présidente-directrice générale de Cosmogen, en septembre dernier. Elle a apporté un management inspiré des startups, où priment transparence et esprit d'équipe, ainsi qu'un réel engagement environnemental et sociétal qu'elle a su partager avec ses collaborateurs.

Il y a huit mois,

Priscille Caucé a repris les commandes de Cosmogen, fondée en 1982 par un homme dont la personnalité a décidé de la destinée de l'entreprise pendant 35 ans. « *J'ai beaucoup de chance, souligne-t-elle. Gérard Gieux était un génie commercial et un génie ingénieur. Dès le départ, il a donné cette impulsion d'innovation à la société. Il est à l'origine de nombreux brevets, dont deux sont toujours des best-sellers.* »

Cosmogen
jouit d'une

forte notoriété d'expert sur le segment de l'application des produits cosmétiques. Un positionnement que la nouvelle dirigeante veut réaffirmer et consolider dans les trois grands terrains d'application : packaging, pinceaux et accessoires et dispensing. « *Le packaging a de plus en plus de poids dans*



Priscille Caucé, présidente-directrice générale de Cosmogen.

notre activité, précise-t-elle. Afin de répondre aux besoins de nos clients, nous avons fusionné récemment avec PYC pour leur proposer une alternative agile et indépendante en dispensing. » Cette agilité, Cosmogen l'exerce aussi en faisant le choix de ne posséder aucun outil de production, ce qui lui ouvre de nombreux possibles (multi matériaux, multi technologies et multi continents).

Un bureau d'innovation sur deux continents

Au cœur du succès de Cosmogen, l'innovation : formes des pinceaux et applicateurs, matériaux qui les composent,



Ligne dispensing de
Cosmogen



ingrédients qu'ils contiennent...

« Notre métier est d'inventer des terrains d'innovation qui ouvrent des champs d'action sur lesquels on réfléchit. On s'amuse beaucoup », s'enthousiasme Priscille Caucé. La rénovation et l'extension des gammes, et la création de nouvelles gammes sont les 3 axes de réflexion. Au cœur du process, une entité bicéphale : ID (Innovation & Development). Le service parisien œuvre au développement des innovations, tandis que le service de Shenzhen (Chine) gère leur développement industriel.

Deux démarches sont menées en parallèle. D'une part, l'identification des besoins des consommateurs finaux par l'étude à 360° des tendances (analyses internes, réseaux sociaux, influenceurs, panels consommateurs, internet, salons...). De l'autre, l'élaboration de concepts à partir de l'expertise interne, qui deviendront des produits confrontés au marché. Enfin, plus rarement, des projets de co-création développés à l'initiative des marques.

Un engagement environnemental et sociétal fort

Si l'écoconception était déjà de mise chez Cosmogen, la nouvelle dirigeante a érigé l'engagement environnemental et sociétal en culture d'entreprise par la mise en forme d'une charte RSE. À toutes les étapes où il est encore impossible de réduire les émissions, un système de compensation permet de financer des projets en faveur du climat



Dermalogica a choisi le tube breveté Micro Squeeze'n spatula Ø16 mm de Cosmogen. Le système ON/OFF permet la distribution de la formule, puis son application.

selon les tonnes de CO₂ relâchées. Une valeur largement partagée par les collaborateurs qui se sont montrés impliqués dans le projet.

Cette cohésion non feinte des équipes a joué à plein pendant le confinement. « Le moment était propice pour être à l'écoute des besoins de nos clients. C'était aussi l'occasion de lancer de grands chantiers d'innovation, repenser les gammes et les plans de lancement », indique Priscille Caucé.

L'implication de tous a été au-delà de mes attentes. Les projets ont été menés tambour battant, avec des délais réduits entre l'idée et l'aboutissement comme rarement vus. De belles innovations devraient bientôt voir le jour. »

Toujours se remettre en question

La taille et les expertises internes de la PME lui confèrent agilité et résilience. Pour autant, Cosmogen continue à penser différemment, requestionnant sans cesse son organisation, sa croissance et ses marchés. « À titre prospectif, on ne s'interdit aucun marché, mais notre choix stratégique actuel est de creuser le sillon de l'application des cosmétiques, notre expertise historique », explique Priscille Caucé. Une stratégie gagnante puisque, en pleine crise sanitaire, la marque enregistrerait +10 % de croissance au 1^{er} trimestre (vs. 2019).

Plus que jamais, Cosmogen est tourné vers l'avenir, avec l'innovation en ligne de mire. « Nos chevaux de bataille sont la détachabilité, la recyclabilité et la rechargeabilité. Il se pourrait même qu'on pousse le curseur encore plus loin », ajoute la dirigeante, énigmatique ●

Laurent Lebrun

Cosmogen, en bref

Entreprise française pionnière dans la conception et la fabrication de contenants et de moyens d'application destinés aux produits cosmétiques.

Création : 1982, par Gérard Gieux

Chiffre d'affaires en croissance de l'ordre de 13 % par an

Siège social : Paris (France)

Présence internationale : Chine (Shenzhen),

États-Unis (New York, Los Angeles), Brésil (Sao Paulo)

Fusion avec PYC, expert du dispensing (avril 2020)

