

Pochet investit dans l'avenir

Initié en 2015, le plan Ambition 2023 prévoit un pic d'investissements cette année. L'occasion de faire monter en compétitivité les usines de packaging verre et plastique du groupe, pour passer le cap des 400 ans sur deux pieds plus équilibrés, le parfum et les cosmétiques.

Sur un marché mondial du flaconnage en verre qui stagne depuis plusieurs années autour de 2 milliards de dollars (1,8 milliard d'euros), le groupe familial multicentenaire choisit de faire sa mue en mettant sur la table un investissement record de 200 millions d'euros sur quatre ans. *«C'est un plan sans précédent dans l'histoire du groupe. Avec 60 millions d'euros, 2016 est probablement la plus grande année d'investissements depuis la construction de l'usine de Guimerville (76) en 1971»*, résume Tristan Farabet, directeur général du groupe Pochet. Depuis l'arrivée en 2014 de cet ancien patron de Coca-Cola, l'entreprise est en ébullition. Celui qui fêtera ses 50 ans pile le jour de l'ouverture du prochain Luxe Pack Monaco (du 21 au 23 septembre) apporte au verrier sa culture du marketing, son obsession du consommateur et sa vision positive de la mondialisation. *«Il y a peu d'industries aussi consanguines que la nôtre, c'est enrichissant pour nous d'avoir une expérience nouvelle pour ne pas tourner en rond»*, confirme Irène Gosset, la présidente du groupe et représentante de la famille actionnaire. Le but du plan de transformation Ambition 2023 – date à laquelle l'entreprise fêtera ses 400 ans – est de *«faire du groupe Pochet la meilleure société mondiale de packaging haut de gamme multimatériaux en parfum et beauté»*. Une stratégie qui souligne deux choses essentielles : d'une part, la volonté du groupe de ne pas se lancer dans une course effrénée aux acquisitions – être le meilleur ne signifie pas être le plus gros –, d'autre part, son objectif de développement dans le secteur de la beauté (soin et maquillage), alors que Pochet réalise encore les trois quarts de ses 457 millions d'euros de chiffre d'affaires 2015 grâce au parfum. À travers ses investissements, l'entreprise assoit sa présence à l'international (Brésil, Chine et États-Unis) pour assurer la pérennité de la production en France. En 2016, le groupe emploie près

de 5 000 salariés dans le monde – environ 3 000 en France – répartis sur dix-sept sites et trois continents. En début d'année, c'est à Clichy (92) que l'entreprise a installé sa nouvelle vigie, dans un bâtiment réunissant pour la première fois le siège de ses différentes entités : Pochet du Courval, Qualipac, Solev et Priminter (activité de trading). Ce regroupement des équipes franciliennes illustre la volonté d'accélérer les synergies et d'amplifier l'effet de groupe. Le cap est donné.

CosmétiqueMag : On résume souvent Pochet à un verrier, la réalité du groupe est pourtant plus vaste, comment vous définissez-vous ?

Tristan Farabet, directeur général : Pochet est un groupe familial multicentenaire avec des savoir-faire multimatériaux. Avec l'entité Pochet du Courval, le verre représente aujourd'hui 45 % de notre activité. La plasturgie et le métal font 50 % de nos ventes via Qualipac, et Solev représente 5%. Ces savoir-faire multimatériaux sont un atout compétitif unique de notre groupe pour offrir des solutions intégrées. Notre ambition n'est pas d'être le plus gros intervenant, mais le préféré de nos clients.

CM : Comment se porte votre activité ?

T.F. : Nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 457 millions d'euros en 2015, en légère décroissance (- 1,4 %) en partie du fait de la cession de Qualiform, mais nous avons maintenu nos parts de marché. L'environnement est complexe car le marché du parfum baisse en volume depuis des années, mais nous avons tenu le cap et volontairement placé cette année 2016 sous le signe de la reconquête, en concentrant nos efforts sur notre montée en compétitivité. Outre la construction en 2015 d'un four de dernière génération pour notre site de Guimerville, nous investissons cette année dans la modernisation du parachèvement verre ainsi que, chez Qualipac, dans une ligne de galvanoplastie à Aurillac (15), sur le pôle aluminium à Saint-Saturnin et dans la construction d'une usine au Brésil. C'est un plan d'investissement massif de 200 millions d'euros sur quatre ans.

CM : Peut-on encore produire en France ?

Irène Gosset, présidente : Nous sommes dans une industrie où le made in France veut dire quelque chose. Nous sommes très attachés à la pérennité de notre ancrage local et investissons pour rester compétitifs et préserver nos savoir-faire ance-





Le ticket gagnant du groupe
Pochet : Tristan Farabet,
directeur général
et Irène Gosset, présidente.

traux. Nous continuons en parallèle à nous développer dans le monde entier pour accompagner nos clients, avec à la fois des capacités de développement et de production. En Chine nous avons investi 10 millions d'euros pour déménager notre usine sur un site flambant neuf à Shanghai, où 40% du business local de Qualipac se fait avec des clients chinois ; c'était zéro il y a cinq ans.

CM : Et au Brésil ?

T.F. : Pochet do Brasil (réunion de Solev do Brasil et Ipel racheté en 2009) est une de nos filiales les plus performantes, nous sommes leader sur le maquillage au Brésil et faisons 30 % de nos ventes avec le bouchage de parfum. Nous investissons 20 millions d'euros sur deux ans pour la construction de l'usine de Jundiaí, au nord de São Paulo. C'est un pari audacieux, mais c'est le bon moment pour investir au Brésil. C'est l'avantage d'être un groupe familial, de voir le temps long.

CM : Les opportunités de développement, hors parfum ?

T.F. : Le packaging de parfum représente les trois quarts de notre activité. Cependant notre vision est d'être le partenaire préféré de nos clients pour le parfum et la beauté, et nous voulons accélérer sur le maquillage et le soin. Nous nous appuyons sur l'innovation et nous sommes alliés au coréen Samwha pour unir nos forces sur l'airless et enrichir l'offre en luxe, avec des projets que nous espérons mettre sur le marché en 2017.

Avec notre technologie In-Glass, nous pouvons imprimer l'intérieur du verre, comme pour le pot Supremya de Sisley, et nous avons également créé un système d'ouverture d'une seule main, baptisé One Touch.

I.G. : Enfin, nous souhaitons allier notre développement à une approche sociétale et environnementale. Nous voulons écrire un avenir durable et avons formalisé des engagements RSE sous la signature «L'excellence en héritage, la responsabilité en partage».

PROPOS RECUEILLIS PAR ANGÉLIQUE VALLEZ D'ERCEVILLE