



BUSINESS ■ INNOVATION

RENCONTRE AVEC **Sébastien Royer**, associé



Royer Cosmétique

Un escargot dans la peau

De la cuisine à la cosmétique. Il n'y a qu'un trait... de bave d'escargot fraîche. Un processus d'innovation étonnant et une transformation menée avec succès par La Maison Royer désormais à la tête d'une gamme de produits cosmétiques qui sera présentée au Salon de l'Agriculture... Quand l'héliculteur fait peau neuve...

PAR CATHERINE BATTEUX



Les deux frères Royer, Sébastien et Olivier, co-dirigeants de la Maison Royer.



Photos © DR



Votre entreprise vendéenne est née de la culture de l'escargot... Et vous intervenez aujourd'hui dans l'univers cosmétique...

Sébastien Royer. C'est vrai. La cosmétique n'est pas du tout notre métier d'origine. C'est un pas que nous avons franchi il y a un peu plus d'un an. En fait, l'entreprise a été créée en 1989 par nos parents. À l'époque, ils commercialisaient des œufs d'escargots, ce que l'on appelle le caviar blanc. Mais l'idée était sans doute un peu avant-gardiste. Le développement de l'entreprise était compliqué. Au bout du compte, j'ai arrêté mes études et j'ai repris l'affaire. Un an plus tard, mon frère, Olivier, est venu me rejoindre en tant qu'associé. Nous avons alors décidé de monter un élevage d'escargots bio avec, à la clé, toute une série de produits cuisinés du type conserves, terrines, bouchées, perles d'escargots... Il nous a fallu une bonne dizaine

d'années pour tout mettre en place. Les formations d'héliculteur : ça n'existait pas. Nous avons tâtonné, un peu galéré et, aujourd'hui, nous maîtrisons toute la partie production. Nous commercialisons 12 tonnes d'escargots par an auprès de 150 restaurateurs de la région. Nous avons également une petite boutique sur notre site de production, près des Herbières, et une boutique en ligne.

Il faut savoir que chaque année, en France, on consomme quelque 45 000 tonnes d'escargots, dont une bonne partie est importée des pays de l'Est. Mais nous mettons un point d'honneur à nous différencier. Chez nous, l'escargot vient à maturité en 6 mois. Cela veut dire qu'à partir du moment où il naît, il reste en activité : il mange

tout le temps, il ne va donc jamais estiver ou hiberner, ce qui lui donne une chair très tendre qui fond dans la bouche. En revanche, les escargots importés des pays de l'Est, récoltés à l'état naturel, mettent 3 ans pour atteindre cette maturité, mais en alternant des périodes d'estivation ou d'hibernation où ils sont inactifs et puisent dans leurs réserves. Ce qui rend leur chair plus dure : ça ressemble davantage à du caoutchouc...

C'est une affaire qui tourne... Qu'est-ce qui vous a poussé à la diversification ?

En fait, ça faisait une vingtaine d'années que l'on faisait la même chose... Nous avions besoin d'un nouveau souffle, d'un nouveau départ. Il y a 3 ans, nous avons décidé de vendre la société. Mais, compte tenu de notre métier atypique où il faut être à la fois éleveur, transformateur et commercial, c'était très compliqué de trouver quelqu'un cumulant toutes ces compétences, d'autant que le contexte économique était tendu. Parallèlement, nous savions que la bave d'escargot possède de multiples vertus pour la peau.

Ses propriétés sont connues depuis l'Antiquité. Elle est anti-oxydante, régénérante, réparatrice et curative. Comme elle contient naturellement de l'allantoïne, du collagène, de l'élastine, de l'acide glycolique, de la vitamine A et C et des peptides antibiotiques. Elle est efficace pour lutter contre les imperfections et le vieillissement cutané avec une action bénéfique sur les rides, les ridules, l'acné, les cicatrices, l'eczéma, les psoriasis, les brûlures, les taches cutanées... Il y avait même un remède au Moyen-Âge pour soigner les otites en versant de la bave d'escargot dans les oreilles des enfants. Nous-mêmes, nous avons, en quelque sorte, expérimenté ses vertus : en décoquant les escargots, nos mains étaient beaucoup plus douces et les petites coupures disparaissaient beaucoup plus rapidement. Du coup, en janvier 2013, l'idée a commencé à



germer de créer une crème à base de bave d'escargot. Nous avons fait des recherches et constaté que cela existait au Chili et en Espagne. Sauf que nous ne pouvions importer le processus de fabrication tel quel. En fait, pour extraire la bave, il faut prendre les escargots un par un et les chatouiller avec de petites spatules en bois. Et, compte tenu d'un coût de la main-d'œuvre plus important en France, ce n'était pas concevable pour notre exploitation. Puis, en janvier 2013, un ingénieur français a mis au point une machine capable d'extraire la bave, à froid, sans tuer les escargots. Ce qui était doublement intéressant pour nous : non seulement, nous pouvions assumer le coût économique de l'extraction et, en même temps, utiliser nos escargots pour les activités tant gastronomique que cosmétique. Personne ne voulait racheter notre entreprise, nous avions un peu de trésorerie, nous n'y connaissions rien en cosmétique, mais nous avons décidé de nous lancer dans l'aventure. Et nous sommes allés voir cet ingénieur...

Comment avez-vous géré la mise au point du produit jusqu'à sa phase de commercialisation ?

Nous nous sommes mis d'accord pour l'utilisation de cette machine. Elle s'appuie sur un procédé unique et breveté. Les escargots sont posés dans un filet puis brassés tout en douceur. C'est grâce à ce mouvement que les escargots bavent. Celle-ci est recueillie, filtrée à deux reprises, puis passée aux rayons UV pour détruire toutes les bactéries. Puis nous avons dû trouver un façonnier, en l'occurrence un Docteur en pharmacie. C'est très fréquent en cosmétiques : seules les grandes marques possèdent leurs propres laboratoires. Nous avons donc présenté notre projet : créer une gamme de cosmétique à base de bave d'escargot fraîche avec un maximum de principes actifs. C'est un élément clé de notre cahier des charges. Et nous avons commencé à travailler et testé avec des proches en cobayes différentes formulations pour lancer, 9 mois plus tard, en octobre 2013, le premier produit de notre gamme : une crème visage antirides & réparatrice avec 30 % de bave d'escargot fraîche. C'est un positionnement différenciant par rapport à nos concurrents, implantés à l'étranger, avec leurs produits contenant beaucoup moins de principes



actifs. C'est vital pour nous de proposer une crème efficace : si votre produit ne fonctionne qu'à moitié, dans un an, vous êtes sorti du marché...

Vous avez fait le choix de l'externalisation, pourquoi ?

Nos produits cosmétiques sont effectivement fabriqués dans le Loir-et-Cher, chez notre façonnier, qui est en train d'étendre ses capacités de production et de recruter. Nous avons également décidé d'externaliser les fonctionnalités commerciales. Nous avons recours à une société qui met 9 commerciaux à notre disposition sur le territoire national pour démarcher les pharmacies, notre cœur de cible. Cette externalisation permet d'aller plus vite, d'être plus souple. Nous n'aurions pas eu les compétences et les capacités financières d'investir dans un laboratoire cosmétique, d'embaucher un docteur en pharmacie, bref de développer l'entreprise aussi rapidement. Nous ne sommes que deux associés, mon frère et moi. Sur la partie élevage, le reste du personnel est saisonnier. Nous travaillons souvent avec la même dizaine d'étudiants qui revient à chaque période scolaire. Notre



métier nous permet de travailler par à-coups : c'est très pratique.

Vous avez désormais toute une gamme de cosmétique ?

Oui. Après la crème visage en octobre 2013, nous avons lancé, un an plus tard, 3 autres produits : une crème mains, une crème pieds et un lait corporel. C'est allé très vite. Au départ, on s'était dit que si nous vendions 1000 pots de crème dans l'année, ce serait bien. Nous en avons vendu 7000. Et aujourd'hui, nous avons dépassé les 10000. Nous avons désormais plus de 100 pharmacies qui nous distribuent en Vendée et nous attendons beaucoup de la force de vente supplétive nationale qui vient de se mettre en place.

Pourquoi ne pas distribuer vos produits en réseaux spécialisés ou en GMS ?

On nous l'a déjà proposé. Mais en nous concentrant sur les pharmacies, on rassure le client, on s'appuie sur le côté sérieux et scientifique de l'officine pour défendre les vertus de nos produits. Les pharmaciens sont désormais formés à nos produits et peuvent conseiller efficacement les consommateurs. Nous avons besoin de cet engagement pour nous faire connaître. Si nous étions en GMS, notre produit serait noyé parmi 500 références et ne serait même pas visible. Quant aux réseaux spécialisés bio, ils ne touchent que 5 % de la population et n'apprécient guère que le produit soit, aussi, vendu en pharmacie...

Quels sont vos projets ?

Le plus difficile, aujourd'hui, compte tenu du succès, est de prévoir au plus juste la quantité de produits que nous devons fabriquer afin de ne pas être en rupture. Parce que pour une PME, ce sont des investissements conséquents qui nécessitent des fonds de roulement importants. Côté produits, nous avons l'intention de lancer un sérum à la bave d'escargot fraîche. Enfin, nous avons participé à une réunion de la Cosmetic Valley. C'était très fructueux. Nous avons, probablement, une ouverture avec 4 distributeurs japonais ! Et il y a même un contrat avec la Corée du Sud qui se profile... C'est une autre étape qui se dessine. Il va falloir songer à protéger la marque au niveau international. Il y a 3 ans, on voulait vendre la société. Là, on n'est pas prêts de le faire ! ■