

---

[Imprimer](#)

## **Lessonia, la cosmétique « Made in France » a le vent en poupe !**

Image

---

**Implantée à la pointe finistérienne, Lessonia exporte ses produits cosmétiques dans plus de 75 pays et connaît une croissance continue de 25% depuis ses débuts. Créée en 2002 par Christophe Winckler, l'entreprise artisanale est devenue en moins de 20 ans, une très belle PME industrielle en misant sur sa capacité à innover et le made in France !**

## **La cosmétique bretonne à la conquête du globe**

Au départ, l'activité de [Lessonia](#) qui tire son nom d'une algue chilienne a débuté par la transformation des macroalgues pour la thalassothérapie. Aujourd'hui, cette activité ne représente plus que 10% du chiffre d'affaires. La croissance est dorénavant portée par les ingrédients cosmétiques et les masques. Ingénieur agroalimentaire de formation, Christophe Winckler et ses équipes ont réussi en deux décennies à faire de la PME un acteur incontournable sur le marché de la cosmétique. L'entreprise fournit les marques de beauté en coques ou noyaux d'amande, abricot, argan, olive, cerise ; des dérivés de cellulose de bois ; des pépins de cassis, canneberge, fraise ; des minéraux... Elle a aussi développé une large gamme d'ingrédients marins. Ce développement soutenu est notamment le résultat d'une ambition forte affichée par le dirigeant de faire de la recherche et l'innovation, le cœur de la stratégie de Lessonia.



## **Un appui solide et structuré pour une stratégie d'innovation gagnante**

Le marché de la cosmétique fait face à une demande grandissante des consommateurs pour des produits sains, naturels et plus sûrs. Lessonia a toujours défendu ces valeurs ! D'ailleurs, Lessonia a reçu le premier prix au salon [Inc Cosmetic Award](#) à Amsterdam en 2018 – Une récompense qui honore

---

les innovations qui préservent l'environnement.

Ainsi, en 5 ans, grâce à une croissance très soutenue, le nombre de collaborateurs est passé de 50 à 150 salariés. Face à ce changement rapide au sein de Lessonia, le dirigeant a pris conscience de la nécessité d'**instaurer une culture de l'innovation** pour que sa vision de la stratégie de l'entreprise soit partagée par tous les collaborateurs.

En 2017, un premier contact avec **Enterprise Europe Network**, via son consortium [EEN Ouest](#), a permis de débiter un accompagnement en 2 temps pour intégrer au cœur de l'entreprise un process innovation.

Lessonia a ainsi bénéficié, dans un premier temps, d'un diagnostic « [Check-Innov](#) » visant à identifier les priorités de l'entreprise en vue de structurer l'innovation. Cette approche pragmatique et globale réalisée par EEN Ouest avec le dirigeant M. Winckler et le responsable innovation M. Morice a permis de définir un plan d'action sur la base d'une analyse complète et argumentée des points forts et points faibles de la PME.

Dans un second temps, l'accompagnement mis en place a permis de :

- **Qualifier les domaines d'activités stratégiques** grâce à une matrice permettant de visualiser la position de chaque domaine en fonction des tendances du marché et des facteurs clefs de succès maîtrisés par Lessonia,
- **Construire un portefeuille de projets innovants** afin d'assurer un pilotage efficace et efficient de la stratégie d'innovation,
- **Créer une fonction innovation transversale au sein de l'entreprise** assurée par M. Morice, en charge de piloter la stratégie d'innovation à tous les niveaux de l'entreprise.

Par ailleurs, pour réussir dans cette stratégie d'innovation, Lessonia mise sur des partenariats de recherche avec des laboratoires externes tels que l'INSERM ou la station biologique de Roscoff. Elle a donc bénéficié de **conseils en propriété intellectuelle** afin de disposer d'une meilleure connaissance de la récente **réglementation sur les brevets déposés en copropriété**.

## **A l'horizon...un océan bleu !**

En sécurisant et en structurant l'innovation au sein de Lessonia, l'entreprise s'est assurée un **avantage compétitif** et va continuer à proposer à ses clients des produits cosmétiques de qualité

---

en adéquation avec les attentes des consommateurs. « *Le changement est en cours ! La stratégie de l'entreprise est en train d'évoluer et grâce à la structuration de la fonction innovation, nous allons pouvoir travailler de façon plus transversale. Petit à petit, les équipes sont sensibilisées à l'innovation. Nous avons arrêté de travailler en silo et dorénavant nous travaillons en mode projet en impliquant toutes les parties prenantes du développement d'un produit.* » déclare M. Morice, conscient des défis et challenges qui attendent l'entreprise dans les mois à venir pour faire perdurer cette dynamique !

En misant sur le portefeuille d'innovations à 3/5 ans réalisé avec l'appui d'EEN Ouest, l'entreprise anticipe les besoins du marché et est capable de surprendre ses clients ! Une façon de se démarquer de la concurrence et de se positionner comme un fournisseur de référence pour l'industrie cosmétique. Une agilité industrielle reconnue puisque la PME compte plus de **700 clients en BtoB** dans le monde dont des grands comptes comme l'Oréal et Yves Rocher !

La PME ambitionne de **recruter 20 personnes en 2019**...et ces recrutements ne devraient pas faiblir dans les années à venir ! Enterprise Europe Network et ses conseillers en innovation et en partenariats internationaux gardent un œil sur l'entreprise finistérienne, lui assurent disponibilité et conseils sur mesure pour poursuivre son développement !



[En savoir plus sur LESSONIA](#)