



## **Interview de Mathilde Thomas : retour sur la genèse de Caudalie**

La marque est née de la passion de la vigne, et d'une rencontre, celle de Mathilde et Bertrand Thomas avec le Professeur Vercauteren et son équipe de chercheurs de la Faculté de Pharmacie de Bordeaux.

« Caudalie » est une unité de mesure qui correspond à une seconde de persistance en bouche des arômes du vin après dégustation. C'est en hommage à la vigne que Mathilde Thomas et son mari décident de baptiser la nouvelle gamme cosmétique « CAUDALIE », marque qui se veut naturelle, efficace, et glamour à la fois.

**CE : Bonjour Madame, tout d'abord, félicitations pour un tel succès bâti en 15 ans ! 80 M€ créés "from scratch", ... "du moins, à partir du pépin de raisin", avec une marque reconnue des professionnels et des consommateurs, devenue internationale après un succès fulgurant national... Le succès "conjugué au féminin", à l'heure de la parité,...c'est un très long projet ? Ou au contraire un "flair", une "inspiration"... La fameuse "intuition féminine" ?**

MT : L'aventure est née d'une « double rencontre ». Tout d'abord, celle avec mon mari, Bertrand, avec lequel nous avons l'envie de lancer un projet commun. Mais également celle avec le Professeur Vercauteren, Professeur à la Faculté de Pharmacie de Montpellier et expert en antioxydants qui nous a permis de concrétiser ce projet en découvrant les vertus des Polyphénols de pépins de raisin. C'est donc un succès conjugué à plusieurs et pas seulement une intuition féminine !

**CE : Quelles sont les clés de réussite, avec le recul ? Les facteurs déterminants ? Et quels sont les éléments différenciants de la concurrence qui vous ont permis de prendre votre place en pharmacie ?**

MT : Innovation et formation sont les deux clés de la réussite. Caudalie est une marque différente car elle apporte un vent nouveau en pharmacie. Tout d'abord, c'est l'efficacité des produits de soins formulés à base d'actifs naturels issus de la vigne, en toute naturalité, sans parabène, sans Phénoxyéthanol. Mais c'est aussi une marque glamour ! Nos Spa ® Vinothérapie sont de véritables défilés de haute couture et permettent de mettre en scène nos produits. Lorsque nous sommes arrivés en pharmacie, aucune marque ne conjuguait ces trois valeurs.

**CE : Vos partenaires, au démarrage, ont-ils été immédiatement séduits par le projet ? Comment avez-vous sélectionné vos distributeurs ?**

MT : Non, cela n'a pas été facile ! Au début, Bertrand sillonnait les routes pour proposer les produits aux pharmaciens pendant que je me rendais dans les rédactions des magazines beauté. Même encore aujourd'hui, nous nous déplaçons régulièrement sur le terrain histoire de garder les pieds sur terre ! C'est fondamental !

**CE : Pourquoi pas Sephora et quelques parfumeries sélectives à terme ? Le choix de partenaires est-il le même dans les pays où vous êtes implantés ? Le choix se fait-il sur un critère unique pour l'ensemble des pays, ou bien au contraire, selon la configuration de la distribution de chaque pays, de façon très pragmatique ?**

MT: Caudalie a été créée aux côtés d'un Docteur en pharmacognosie. La pharmacie est donc le territoire d'expression naturel de la marque. A l'instar de certaines marques pharmaceutiques qui ont tenté

l'aventure du sélectif, nous souhaitons garder le cap en France. A l'étranger, en revanche, nous nous efforçons de déterminer le circuit de distribution le plus approprié à nos produits, en tenant compte des spécificités et des habitudes culturelles nationales. C'est ainsi et très légitimement que nous avons choisi Sephora pour la Chine et les USA.

**CE : Désormais "installée" en France, que peut faire de + et de mieux Caudalie ? Quelles sont les prochaines étapes ?**

MT: La pharmacie est un monde qui change ! Caudalie doit donc sans cesse se renouveler et développer sa notoriété. Parallèlement à notre développement produit que nous consolidons chaque jour un peu plus, nous accélérons notre politique de développement à l'international. Nous avons récemment ouvert la Chine et développons l'Europe de l'Est. Aujourd'hui, Caudalie est présente dans plus de 20 pays !

**CE : Comment assurer/garantir la pérennité de la marque CAUDALIE ? Prévoyez-vous une "cellule recherche intégrée", plus large que le lien privilégié établi avec 1 homme à la genèse de votre projet - le Professeur Vercauteren, vous permettant de rivaliser soit avec les marques des groupes L'OREAL, PIERRE FABRE,... soit avec des laboratoires type SANOFI qui se diversifient en rachetant OENOBIOL...et vous ont probablement "fait les yeux doux" ?**

MT : La Recherche fondamentale se fait aux côtés du Professeur Vercauteren à Montpellier et le développement produit se fait dans notre centre de Saint-Jean-de-Braye dans la Cosmetic Valley. Aujourd'hui, notre but n'est pas de devenir un L'Oréal ni même d'intégrer le groupe. Nous sommes fiers du développement de notre petite PME qui commence à devenir grande avec plus de 450 salariés !

**CE : Enfin, conduire une vie professionnelle avec une telle passion, et la rendre compatible avec une vie de famille intense (3 enfants...!), quel est votre "secret" ?**

MT : J'utilise mes produits !

**CE : Pour finir, à destination de nos membres du Réseau Oudinot (réseau de Cadres Dirigeants), quels conseils donneriez-vous à celles (ceux aussi) qui oseraient se lancer dans une aventure de création d'entreprise ?**

MT : Y croire et persévérer !

**CE : Merci Madame de votre témoignage ! Bonne et belle continuation pour CAUDALIE !¶**



**Interview de Mathilde Thomas, Caudalie  
Propos recueillis par Christophe Etienne, Membre du Réseau Oudinot**