

PRIX DE LA RÉDACTION 2024 DU FOURNISSEUR

LESLIE BRÉAU-MENIGER

LE NOUVEAU VISAGE DE L'INDUSTRIE



Présidente de Superga Beauty (Superga Invest), Leslie Bréau-Meniger, est entrée dans l'entreprise familiale en 2018,

comme observatrice. Aujourd'hui, Leslie Bréau-Meniger est à la tête de sept sites industriels en France dont celui repris à Eugène Perma, réunissant plus de 500 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 100 M€. Comment a-t-elle fait passer ce spécialiste de la sous-traitance, du full service et des gifts / objets promotionnels de PME à ETI ?

Quels sont vos projets pour Superga Beauty ?

LESLIE BRÉAU-MENIGER : Nous avons trois priorités majeures à court terme. D'abord, l'innovation reste au cœur de notre stratégie, en collaboration avec notre partenaire, le laboratoire GBC, pour proposer des solutions pionnières. Ensuite, nous souhaitons renforcer notre engagement pour l'industrie française en valorisant le made in France, et en

poursuivant notre trajectoire de décarbonation. Enfin, nous visons à élargir notre présence internationale et à faire rayonner la « french beauty » à l'export, en nouant de nouveaux partenariats stratégiques pour mieux répondre aux attentes des marques à l'international.

Rappelez-nous les principales étapes de développement de Superga Beauty ?

L.B.-M. : Superga Beauty est né d'une vision partagée avec mon père, Alain Bréau, qui a lancé la première unité de remplissage en 2001. En 2015, il avait commencé à déployer cette vision de groupe en rachetant des unités de fabrication et une activité de GWP. En 2018, après avoir travaillé côté marques chez L'Oréal, j'ai rejoint l'entreprise avec l'idée de transformer cette activité en un groupe accélérateur de marques. En 2019, Superga Beauty a officiellement vu le jour, avec l'ambition d'offrir bien plus qu'une simple prestation de sous-traitance, et j'en ai pris la présidence. Depuis, nous avons franchi plusieurs étapes clés, notamment l'acquisition de Cosmeurop à Strasbourg en 2021, puis de l'usine Eugène Perma à Reims en 2023. Aujourd'hui, avec plus de 500 collaborateurs répartis sur sept sites, Superga Beauty est un partenaire industriel complet et made in France pour les marques de beauté.

BPS Artois, usine de remplissage et d'assemblage de cosmétiques à Arras (Pas-de-Calais).



DR



Quels challenges avez-vous dû relever lors de ces étapes ?

L.B.-M. : L'intégration de nouvelles usines, a constitué une étape cruciale, avec la nécessité de structuration, d'une adaptation culturelle et une harmonisation des processus pour aligner les équipes autour de notre vision. Nous avons également dû faire face aux fluctuations du marché de la beauté, avec des exigences en constante évolution, notamment en termes de durabilité et de responsabilité. En tant qu'entreprise implantée exclusivement en France, nous sommes également confrontés à la nécessité de rester compétitifs malgré des coûts de production élevés et une concurrence internationale forte. Maintenir cette compétitivité tout en respectant nos valeurs de qualité et de made in France est un défi de chaque instant. Finalement, l'un de nos plus grands défis

BIO EXPRESS

2020 présidente de Superga Beauty.

2016 directrice marketing internationale Biotherm (L'Oréal).

2014 directrice marketing France La Roche - Posay (L'Oréal).

2011 directrice d'axe marketing international Vichy (L'Oréal).

est de valoriser le métier de sous-traitance en le transformant en un rôle proactif et stratégique, une mission qui nécessite un engagement constant et une innovation à tous les niveaux.

En quoi vos précédentes expériences professionnelles vous ont-elles servi dans le développement de Superga Beauty ?

L.B.-M. : Mon parcours chez L'Oréal m'a donné une compréhension profonde des attentes des marques et des dynamiques du marché de la beauté. J'y ai appris l'importance de l'innovation, de l'anticipation des tendances, et du souci du détail qui caractérisent l'industrie. Ces expériences m'ont permis de façonner Superga Beauty comme un partenaire qui va au-delà des attentes des clients. Je connais bien les défis des marques, et cela m'aide à positionner Superga Beauty comme un exécutant et comme un vrai partenaire dans leur succès.

Quelle est votre vision de l'industrie de la beauté ?

L.B.-M. : L'industrie de la beauté est en pleine transformation, notamment autour des enjeux de responsabilité environnementale et sociale. Je pense que les acteurs de demain seront ceux qui parviendront à concilier innovation, responsabilité, et désirabilité. Chez Superga Beauty, nous voulons incarner cette vision en proposant des solutions responsables et en soutenant des causes sociales, telles que l'égalité et la lutte contre les violences faites aux femmes. Pour nous, il s'agit d'aller au-delà du produit, de créer un impact positif et de promouvoir un modèle de « beauty made in France » qui soit à la fois inspirant et engagé.

Propos recueillis par Maryline Le Theuf