

MOUVEMENTS

DANONE

Xavier Martineau prend la direction du « pack hub » France au sein du département européen de recherche et innovation (R&I) du groupe agroalimentaire français. Il était responsable R&I packaging Europe pour les produits laitiers et d'origine végétale depuis 2017.

LACTIPS

Bertrand Dupeyroux rejoint le spécialiste des polymères à base de caséine à titre de vice-président chargé des ventes et du marketing. Passé par Toray Industries et Alpla, il était directeur des comptes clés chez SIG depuis 2017.

MY RETAIL BOX

Virginie Binutti-Vaast est promue directrice innovation et qualité de l'opérateur français de vente en vrac (enseigne Day by Day). Elle était responsable qualité depuis 2019 après avoir dirigé la qualité de produits à marque de distributeur de Carrefour, puis fondé Quaali.

PRECIA MOLEN

Frédéric Mey, 53 ans, succède à René Colombel à la présidence du directoire du spécialiste français du pesage. Diplômé de l'École polytechnique et des Ponts et Chaussées, ancien de Pechiney, Alcan Aviatube et ECL, il dirigeait Titanobel (explosifs à usage civil) depuis 2017.

SIDEL

Pascal Lefèvre prend la responsabilité du développement des activités du fabricant français de machines d'emballage dans l'agroalimentaire, l'hygiène du corps et l'entretien en tant que vice-président en charge de ces marchés. Vice-président Europe et Asie centrale depuis un an, il est passé, entre autres, par Krauss Maffei (machines d'injection) et ADS (machines de soufflage).

FEBEA

Stéphanie Lumbers, 43 ans, est nommée directrice du développement durable de la Fédération des entreprises de la beauté. Elle était chargée de mission emballages et économie circulaire au sein de l'organisme de certification Ecocert depuis 2020.

À LA RENCONTRE DE...



PHOTO CHRISTOPHE DAGBIET / STUDIO DIGITALD

MARIE SERMADIRAS



Marie Sermadiras affectionne les rencontres inspirantes. Mais il en est aux conséquences imprévisibles. Elle croise ainsi Alain Chevassus sur un vol Paris-New York. À la douane, dans la file d'attente, ils sympathisent. Elle dirige alors le numérique de la division cosmétique active de L'Oréal, quand lui préside Cosfibel, qu'il a créé en 2001. Deux ans après, il lui propose d'en reprendre les rênes. Elle a 31 ans, il en a 45 de plus. Passer de la «tech» et du «digital» au packaging – auquel elle ne connaît rien, mais qui ne lui semble pas «hyperglamour» – et d'un grand groupe à une PME? Convaincue en particulier par Jean-Luc Allavena, à la fois ami de son mari – le joueur de tennis professionnel et champion paralympique Stéphane Houdet – et administrateur de Cosfibel, elle accepte. L'ancienne startuppeuse devient de ce fait vice-présidente exécutive du groupe d'emballage en mai 2021, puis, en janvier dernier, directrice générale des filiales opérationnelles, Alain Chevassus conservant la présidence exécutive. Et elle se «prend au jeu».

ITINÉRAIRE

2012 : diplômée de HEC; cofondatrice de ZenSoon.

2015 : directrice générale de Treatwell France.

2018 : directrice du numérique et membre du comité exécutif de la division cosmétique active de L'Oréal.

2021 : vice-présidente exécutive de Cosfibel.

2022 : directrice générale de Cosfibel.

«Depuis mes études, je fonctionne souvent comme cela», précise la jeune femme, tout sourire. Plutôt rebelle, Marie Sermadiras a peu de goût pour le travail scolaire. Jusqu'à l'intégration d'une préparation privée aux grandes écoles. «J'ai réalisé qu'avoir de bonnes notes était cool», s'amuse-t-elle. Son objectif, qu'elle atteint brillamment? HEC. Ses premiers stages à la Deutsche Bank et chez Alven capital lui révèlent qu'elle déteste la finance. «Il manquait le côté "mains dans le cambouis"», observe cette entrepreneuse par envie, acharnée de travail.

Pourtant, Marie Sermadiras aspire à «acheter» son indépendance et à satisfaire sa passion des voyages – à moto, à cheval, en paramoteur –, de la plongée, des randonnées en montagne... À 22 ans, encore sur les bancs de HEC, seulement «riche» d'un prêt étudiant, elle crée ZenSoon avec une camarade de promotion, Mallorie Sia. Cette plate-forme, qui répertorie salons de coiffure et instituts de beauté, permet de réserver des prestations en ligne. «Il n'y avait pas de "marketplace" similaire à Booking ou La Fourchette dans le domaine des soins et du bien-être», explique-t-elle. Elle investit dans une Vespa «sans freins» pour parcourir Paris – lui ont succédé un «gros cube allemand» et une Fiat 500 – et convaincre les établissements de se laisser enregistrer. Le succès est au rendez-vous : l'activité progresse de 30 à 40% par mois. «Nous étions au bon endroit au bon moment sur le bon sujet», commente-t-elle.

Monde très politique

Trois ans plus tard, les deux associées – qui gagnent à peine un Smic par mois – revendent leur «bébé» au leader européen du secteur, tout juste racheté par un groupe japonais. Ce dernier les maintient à la tête de sa nouvelle filiale, Treatwell France. Marie Sermadiras s'engage pour trois ans. En six mois, elle recrute et structure une équipe de 60 personnes. La croissance atteint un rythme annuel de 500%! «J'avais une chance de dingue!» En 2018, la dirigeante ne s'accroche pas et quitte l'entreprise. Toutefois, bien que «hyperoptimiste», elle s'interroge : elle n'a jamais postulé par e-mail et, à 27-28 ans, comment peut-elle retrouver des responsabilités équivalentes et une telle liberté? L'Oréal la contacte alors. Sa première réaction est négative. Elle perçoit le géant de la beauté comme un monde très politique et craint d'être placée dans une case. Les discussions durent plusieurs mois, jusqu'à la proposition du poste de directrice du numérique de la division cosmétique active, c'est-à-dire la dermocosmétique. Mais elle n'est pas une «stratège du "digital"» et juge

«ce job d'influence» à l'opposé de sa personnalité. Son mari l'encourage cependant. Elle relève donc le défi. Marie Sermadiras est d'ailleurs réputée pour sa soif d'apprendre – «une journée est bonne quand j'ai appris quelque chose», répète-t-elle – ainsi que pour sa faculté à se lancer des challenges et à sortir de sa zone de confort.

Les débuts sont complexes et confirment le «syndrome de l'imposture». Pour compenser des insuffisances, elle ne connaît qu'une recette : «Le travail est ma réassurance», confie-t-elle. En outre, elle se contente de cinq heures de sommeil par nuit, trouve son équilibre dans «un doux mélange entre vie professionnelle et vie personnelle, sans frontière entre les deux et sans temps mort» et se dit «une machine d'organisation». Finalement, les premiers projets aboutissent et, favorisant l'e-commerce, le Covid aide à imposer la transformation numérique de la division. Au point que les ventes en ligne grimpent de 300 millions à 1 milliard d'euros en dix-huit mois.

«L'EMBALLAGE
POUR
L'EMBALLAGE,
CELA N'A PAS
DE SENS.
MAIS S'IL FAIT
PARTIE
D'UNE
EXPÉRIENCE,
IL SURVIVRA.»

Valeurs fondamentales

C'est à ce moment qu'Alain Chevassus intervient. Après une phase d'intégration, Marie Sermadiras se déclare prête à ouvrir un nouveau chapitre de l'histoire de Cosfibel et admet ne pas avoir appréhendé tout de suite «la richesse d'un métier très complet».

Soucieuse de respecter et de renforcer les «valeurs fondamentales» du groupe – la fiabilité, la créativité et la proximité –, auxquelles s'ajoutent la responsabilité sociétale (RSE) et la diversification en termes de marchés, de produits, de sourcing..., elle veut en faire une entreprise de

taille intermédiaire (ETI). Cela passera par l'innovation, la communication et, bien sûr, le numérique, pour l'asseoir en «leader d'opinion» dans le merchandising et l'expérience client, plus seulement en fournisseur, mais en agence. «L'emballage pour l'emballage, cela n'a pas de sens, estime-t-elle. Mais s'il fait partie d'une expérience, il survivra.» Elle en est d'autant plus persuadée dans le contexte de «plastic pack bashing». Elle a déjà procédé à des nominations et réorganisations dans cette perspective. L'expansion des premiers mois de 2022, prometteuse, la conforte dans cette approche. Ainsi ambitionne-t-elle de porter le chiffre d'affaires de plus de 100 millions d'euros cette année à 300 millions d'ici à trois ou cinq ans. Et après? Même si elle apprécie une relative stabilité, cela dépendra – peut-être – des rencontres futures. «Je n'ai jamais tiré de plans sur la comète, à terme, je veux juste être meilleure qu'aujourd'hui.» ●

Arnaud Jadoul