

Home Institut se renforce à l'international

by La Tribune - mardi, septembre 30, 2008

<https://www.correspondances.fr/home-institut-se-renforce-a-linternational/>

Naguère fleuron de l'industrie cosmétique nancéienne, la société reprend des couleurs sous l'impulsion de son nouveau dirigeant. Elle ouvre son capital et affiche de nouvelles ambitions à l'export.

À Millery

Une reprise sans plan social, des comptes revenus à l'équilibre, une production rationalisée et une stratégie redéfinie. Les indicateurs de Home Institut repassent peu à peu au vert après la mauvaise passe qui a conduit l'entreprise à demander une procédure de sauvegarde en février 2006. Repreneur, un an plus tard de cette société de 110 salariés basée à Millery, dans la banlieue nancéienne, Jean-Charles Cuellar a opté dès son arrivée pour un management participatif, à l'opposé de la gouvernance plutôt autocratique du créateur de l'entreprise en 1974. Le nouveau comité exécutif s'est attaché à convaincre le tribunal de la viabilité de son projet et à reconquérir la confiance des salariés, des fournisseurs et des clients.

Commerce équitable, produits bio et nouveautés

L'aménagement des locaux de 12.000 m², l'acquisition de nouvelles machines et la mise aux normes européennes de bonnes pratiques de fabrication ont mobilisé un investissement de 1,6 million d'euros, partiellement financé par une augmentation de capital. Les fonds régionaux d'investissement ILP Sodepar et Eurefi ont chacun acquis 20 % du capital en juin dernier pour aider l'entreprise à repartir sur de nouvelles bases.

Home Institut, qui prévoit cette année un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros, a renoué avec l'équilibre fin 2007 et étudie aujourd'hui de nouvelles pistes de développement. Le nouveau dirigeant a taillé dans la liste pléthorique de 2.000 références pour n'en garder que 400. Gammes phares de Home Institut, les produits au karité et à l'aloë vera, présentés dans des packagings relookés, s'agrémentent désormais d'une touche de commerce équitable et déclinent certains produits en version bio. Home Institut annonce pour la fin de l'année le lancement en grande distribution de deux nouveautés, les soins pour corps et pour visage Hydra Vitalité et un produit dépilatoire pour hommes.

Le dirigeant compte également relancer les exportations. Celles-ci représentent aujourd'hui 34 % du chiffre d'affaires. Home Institut s'est certes séparé de ses filiales italienne et portugaise, mais conserve une implantation en Pologne et mise sur le succès de sa base espagnole pour reconquérir le marché portugais. Distribuée en Russie, au Maghreb, au Moyen-Orient et à Taiwan, la marque compte renforcer ses positions en Asie, en Angleterre et en Allemagne, puis, à compter de 2010, aux États-Unis, au Mexique et en Afrique.