

Comment Obratori concrétise le soutien du Groupe L'Occitane aux startups

Obratori, la structure d'accompagnement du groupe L'Occitane, combine un véhicule d'investissement, un programme d'accompagnement et un espace de coworking pour soutenir les débuts des innovateurs dans l'entrepreneuriat.

Temps de lecture : minute

17 décembre 2020

S'inspirer de ses expériences pour aider les autres entrepreneur·euse·s à se forger la leur. Reinold Geiger, emblématique PDG du groupe L'Occitane, aurait pu garder une forme de ressentiment de ses débuts solitaires dans l'entrepreneuriat. *"J'ai créé six ou sept sociétés et, à l'époque, personne n'aidait les entrepreneurs"*, se rappelle le patron de 73 ans qui évoque l'absurdité de devoir contracter d'onéreux prêts pour prétendre à des aides familiales... qui permettaient à peine de rembourser les emprunts en question. Désormais à la tête d'un empire de la cosmétique, il préfère non seulement se réjouir que *"le monde ait changé"* mais surtout concrétiser ce qu'il appelle pudiquement sa *"faiblesse pour les gens qui ont le courage d'entreprendre et de créer leur société"*.

Car s'il y a bien une chose qui a guidé le destin de ce businessman, indissociable de celui de L'Occitane ces vingt dernières années, c'est la passion de l'innovation. *"Nous évoluons dans un environnement où l'on doit faire des progrès pour survivre. C'est pourquoi nous innovons en interne, grâce à nos laboratoires, nos équipes marketing et tous les salariés qui sont au contact des client·e·s. Mais nous identifions aussi des*

problématiques pour lesquelles nous n'avons pas de réponse..." Le groupe a donc fait le choix il y a deux ans de se rapprocher de l'écosystème startup en créant Obratori, structure hybride entre le fonds d'investissement et l'incubateur, également voué à devenir un startup studio.

Donner le premier coup de pouce

Sa mission est donc claire, dans le prolongement de la philosophie de L'Occitane : dénicher des projets innovants, des produits ou services qui peuvent améliorer l'humain ou la planète de demain. Une conviction que Reinold Geiger porte chevillée au corps, estimant que *"la création de valeur est une conséquence de l'existence d'une entreprise mais ne doit pas en être le but"*. *"Nous vivons une période où, si l'on ne fait pas très attention à ce qu'on fait, notre monde sera invivable dans 50 ans. Une entreprise doit donc aider la société, avoir un but social."* Un spectre finalement assez large, comme l'explique Delphine Oung, responsable d'investissement du fonds : *"l'innovation peut se situer au niveau du produit ou du procédé de fabrication tout comme dans le modèle de distribution"* et les secteurs ciblés sont variés : *"cosmétique, bien sûr, mais aussi e-santé, food, retail, packaging..."*

Pour concilier cette approche résolument humaniste avec la nécessité de soutenir concrètement les entreprises qui se lancent, Obratori investit des tickets de 50 000 à 200 000 euros en tant que primo-investisseur, accueille celles qui le souhaitent durant deux ans dans un espace de coworking à Marseille et réalise le suivi d'un incubateur : organisation d'échanges réguliers avec les fondateurs, mise en relation avec des experts dans leur domaine et soutien opérationnel sur des thématiques autant business que financières ou managériales. Avec, au cœur de ce dispositif, *"l'opportunité d'avoir des relations avec des experts du groupe L'Occitane pour partager expérience et expertise"*, souligne Julie Géret, responsable communication de la structure.

Un parti-pris auquel tient tout particulièrement Reinold Geiger, résolu à éviter aux autres entrepreneur·se·s les difficultés qu'il a pu lui-même connaître sur son parcours. *“On a forcément fait des erreurs au cours du développement de notre société. Alors essayons de ne pas faire deux fois la même bêtise ! Quand les entrepreneur·e·s que nous accompagnons font quelque chose qu'on a expérimenté et qui n'a pas marché, on les aide”*, explique t-il humblement. Un retour d'expérience bien utile aux neuf startups accompagnées par Obratori : le groupe L'Occitane est aujourd'hui à la tête de six marques vendues dans plus de 90 pays et réalise un chiffre d'affaires consolidé de plus de 1,6 milliard d'euros.

Soutenir les jeunes pousses jusqu'à l'éclosion

Pas question néanmoins de jouer le rôle du corporate paternaliste dont les startups ont du mal à se défaire. *“C'est un plaisir d'aider de jeunes entrepreneur·se·s mais ils doivent être indépendants, rappelle le PDG du groupe. C'est leur projet dans lequel on croit et il doit le rester !”* Après avoir mis le pied à l'étrier aux entrepreneur·euse·s grâce aux premiers fonds débloqués et à ces deux années d'accompagnement, Obratori met donc un point d'honneur à ne pas réinvestir dans les tours suivants. Pour autant, l'équipe coache ses poulains pour optimiser leurs chances de trouver les bons futurs investisseurs et la structure reste au capital afin de pouvoir continuer à leur faire bénéficier de ses précieux conseils.

C'est cette approche de long terme, très incrémentale, qu'Obratori souhaite mettre à profit pour bâtir, non pas forcément des licornes comme en rêvent trop souvent entrepreneur·euse·s bercé·e·s d'illusions et accompagnateur·rice·s aux rêves de gloire, mais *“de très beaux business rentables tout en conservant leur image”*, se plaît à décrire Delphine Oung. *“Il y a différentes tailles de projets et certains, à la faveur d'une fusion ou d'un rachat, pourront devenir des licornes. Bien sûr que ce serait une belle histoire. Mais ce qui est important, c'est de développer des entreprises rentables, de belles maisons qui grandiront. C'est ce que*

le groupe L'Occitane véhicule dans son ADN." Et qu'Obratori s'efforce, chaque jour, de transmettre aux jeunes pousses en phase de floraison.

[En savoir plus sur Obratori](#)

Maddyness, partenaire média de L'Occitane

Article écrit par Maddyness, avec Obratori