

Valence

LPG et son CELLU M6 : 40 ans et toujours l'innovation chevillée aux corps

Beaucoup de Valentinois l'ignorent, mais le leader mondial de la stimulation cellulaire naturelle est né et possède toujours son siège dans le chef-lieu de la Drôme. Mieux : 40 ans après sa création par Louis-Paul Guitay, la société LPG et son célèbre Cellu M6 progressent encore. Aussi bien technologiquement que commercialement, avec un marché extérieur porteur.

LPG ne pique pas sa crise de la quarantaine. Au contraire. « C'est le plus bel âge. Celui de la maturité, de l'expérience », sourit Lydie Hayek-Rocque. Depuis six mois, l'ancienne directrice marketing et digital dirige la société, née à Valence en 1986. Elle s'est d'ailleurs installée dans le bureau originel de Louis-Paul Guitay, l'homme visionnaire qui a décidé, à la suite d'un accident, de créer une machine capable de mécaniser et d'optimiser la technique du palper-rouler.

En quatre décennies, l'entreprise s'est largement développée, grâce à sa technologie non invasive et aux résultats visibles. Onze générations de Cellu M6, l'appareil star de la marque, se sont succédé, envahissant progressivement les

instituts de beauté, les cabinets de kinésithérapie, les spas et même les grands bateaux de croisière. Traitement de la cellulite ou d'œdèmes, soins du visage, recherche d'un bien-être plus thérapeutique : les applications se sont elles aussi multipliées au gré des années.

Côté chiffres, tous les voyants sont au vert pour la société rachetée en 2018 par le groupe américain Carlyle : plus de 175 études prouvant les bienfaits de ses techniques, 22 brevets déposés et en cours, une croissance économique régulière avec un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros l'an passé, 430 salariés dont 270 en France...

À l'assaut du monde

La moitié d'entre eux se trouvent au siège historique de Valence, à quelques pas du centre hospitalier. « Nous sommes fiers de rester une marque française, installée dans la Drôme », souligne Lydie Hayek-Rocque. C'est ici que les appareils LPG sont produits puis expédiés dans le monde entier. Là aussi que le futur prend vie. Un bâtiment et une équipe d'ingénieurs sont dédiés à la recherche et au développement.



Les produits de la marque LPG sont fabriqués à Valence puis expédiés en France et à l'international. Photos Thibaut Carage



3000

LPG a vendu récemment son 3000^e Cellu M6 Infinity, qui incarne la 11^e génération d'appareils de stimulation cellulaire naturelle. En France, un tiers de ces produits sont cédés à des kinésithérapeutes. Dans certains autres pays, ils peuvent être utilisés uniquement par le corps médical. L'appareil est vendu entre 10 000 et 35 000 euros, en fonction du modèle et des options.

« Il y a beaucoup à faire autour de l'intelligence artificielle et de la data. Le process d'innovation a été accéléré, et il le sera encore plus », prévoit la PDG. Un moyen de coller encore davantage aux besoins des patients et des clients et de personnaliser définitivement chaque soin.

La Franco-Libanaise mène un autre chantier depuis décembre dernier : l'internationalisation de LPG. « Cela ne signifie pas délocalisation », insiste-t-elle. Le marché fran-

çais étant limité – la proportion de professionnels déjà équipés est importante –, l'entreprise compte sur l'export pour maintenir sa croissance. Elle compte une soixantaine de distributeurs à travers le globe et huit filiales. Dont une en Chine, où la technologie française et « ultrapremium » attire beaucoup. « Nous voulons aussi continuer à développer le Vietnam, la Thaïlande », liste Lydie Hayek-Rocque, qui s'est justement rendue en Asie en avril.

La clientèle indienne, où la

notion de bien-être thérapeutique est déjà établie, représente un potentiel à court et moyen termes. Tout comme le Brésil ou le Moyen-Orient, que la nouvelle PDG avait définis comme axe prioritaire pour 2026. Le contexte géopolitique actuel en a voulu autrement, et les marchés en Arabie Saoudite et à Dubaï ont été pour l'heure mis en suspens. « Dès que la situation sera plus calme, nous les relancerons », promet Lydie Hayek-Rocque. Après la guerre, les soins.

● Thibaut Carage

Lydie Hayek-Rocque, une PDG qui connaît très bien l'entreprise

En succédant à Thierry Gée, Lydie Hayek-Rocque dirige depuis six mois LPG. Avant cela, la Franco-Libanaise de 49 ans a occupé le poste de directrice marketing et digitale au sein de la société valentinoise. Une expérience assez transversale, qui lui a permis de connaître les différents pans de l'entreprise : son histoire, ses produits, sa stratégie. Ces dernières années, elle avait déjà représenté LPG lorsque son prédécesseur était retenu. « C'est une suite logique pour moi », affirme la nouvelle CEO (*).



Lydie Hayek-Rocque a été directrice marketing et digitale de LPG.

ce, Lydie Hayek-Rocque a rapidement orienté son parcours professionnel vers la beauté. Fille d'un père méde-

cin et d'une mère esthéticienne, elle a travaillé pour de grands groupes, comme L'Oréal et LVMH, mais aussi pour des sociétés plus modestes comme Thalgo. Intéressée par le mélange entre le médical, le bien-être et la tech, c'est presque naturellement qu'elle a intégré LPG. « Une marque avec une histoire, cela me passionne », assure-t-elle.

Mère de trois garçons, elle tient à mettre en place « un management authentique » pour ses quelque 430 collaborateurs. « Je fais beaucoup jouer l'intelligence collective. À plusieurs, nous sommes plus intelligents », souligne-t-elle. Et souvent plus performants.

(*) Chief executive officer, soit PDG en version française.

● « Une marque avec une histoire, cela me passionne »

Après avoir grandi entre le Liban et le Sud-Est de la Fran-