

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

30 novembre 2020

Bris Rocher remporte le Prix BFM « Entrepreneur de l'Année 2020 »

La remise des trophées de cette 16ème édition des BFM AWARDS a eu le lundi 30 novembre 2020 dans les studios BFM. Le jury, qui réunissait une trentaine d'anciens lauréats, a récompensé le Président du Groupe Rocher (Yves Rocher, Petit Bateau...) pour son parcours entrepreneurial remarquable et pour avoir fait souffler ces dix dernières années un vent de modernité sur toute l'industrie.

Les BFM Awards célèbrent, chaque année, des dirigeants et des entreprises qui symbolisent le meilleur de l'économie française en leur décernant des prix (Manager digital de l'année, Révélation de l'année etc.). Celui « d'Entrepreneur BFM de l'année » repose sur des critères de *leadership* et d'excellence puisque sont analysés le développement de l'entreprise (produit, taille, chiffres), sa capacité d'innovation et le caractère entrepreneurial de son dirigeant.

A propos du Groupe Rocher et de Bris Rocher:

Le Groupe Rocher est un groupe familial français d'envergure internationale qui compte aujourd'hui 10 marques (Yves Rocher, Arbonne, Petit Bateau, Stanhome, Dr Pierre Ricaud, Daniel Jouvance, Kiotis, ID Parfums, Flormar et Sabon), 18 000 collaborateurs, 50 millions de clientes et près de 2,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

A sa tête depuis 2010, Bris Rocher est à l'origine de la transformation importante que le Groupe a connue ces dernières années avec l'accélération de sa digitalisation et la refonte de ses produits, de son identité visuelle et de ses boutiques. En prenant le tournant du *social selling*, il a œuvré pour le développement d'un e-commerce humanisé et a ainsi réussi à insuffler une nouvelle dynamique dans le milieu de la distribution. Bris Rocher s'est également beaucoup investi dans l'internationalisation du Groupe avec notamment l'acquisition récente de marques comme celle d'origine israélienne Sabon ou la société californienne Arbonne.

Son engagement en faveur de l'environnement a, par ailleurs, conduit le Groupe Rocher à réaliser des innovations importantes sur un grand nombre de ses produits. C'est le cas par exemple de son éco-douche qui, grâce à un système de pompe et une formule brevetée, produit deux fois moins de plastique, et deux fois moins d'émissions de gaz à effet de serre. Pour poursuivre ses efforts dans cette voie, le Groupe Rocher a annoncé en 2019 devenir « Entreprise à mission » et se fixer comme ambition de reconnecter les femmes et les hommes à la Nature. Des objectifs concrets ont été réaffirmés à cette occasion (en matière d'émissions CO2, d'agroécologie, de protection de la biodiversité etc.) que Bris Rocher a inscrits au cœur de sa stratégie de développement pour les prochaines années.

Pour plus d'informations :

Marion Moulin, Directrice Communication Corporate du Groupe Rocher
marion.moulin@yrnet.com