

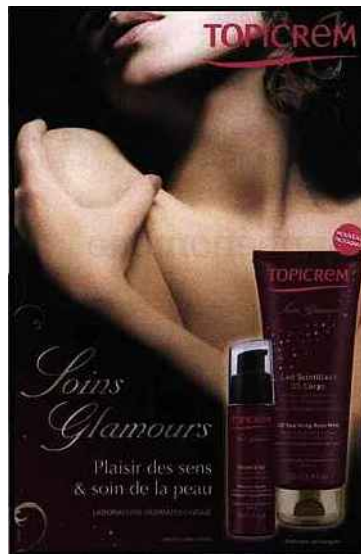


pharmacie

TOPICREM RENFORCE SA PRÉSENCE

En 2011, la marque des Laboratoires Nigy a intégré le top 20 des marques de pharmacie dans les catégories soins corps, hygiène et visage (source IMS sell-out), à la 19^e place avec 1% de PDM. Topicrem opère aujourd'hui un changement de stratégie. «*Nos objectifs sont d'élargir notre nombre de portes, de recruter de nouvelles consommatrices et d'obtenir une croissance à deux chiffres de nos résultats en France*», explique Sophie Caron, chef de gamme France et international.

Connue pour l'Ultra-Hydratant Corps, son best-seller et leader de l'hydratation corps du circuit, la marque va renforcer sa visibilité et son image. Le packaging ainsi que la segmentation des produits sont modifiés. «*Le rose Topicrem est toujours présent, mais nous avons l'avons dynamisé*», détaille Sophie Caron. *Nous*



Pour élargir sa distribution et recruter, Topicrem revoit ses gammes et s'adresse aux professionnels de santé.

ajoutons un descriptif clarifié, la mention "Laboratoire dermatologique" pour la caution médicale et "Paris" pour stimuler la croissance à l'international.

Côté communication, Topicrem va fonctionner par cycles, avec trois temps forts par an : le segment bébé en début d'année, les Soins Glamours à partir d'avril puis Les Essentiels à partir de septembre. PLV, vitrines... l'accent est mis sur le point de vente, le pharmacien étant épaulé «*par un nouveau réseau de formatrices*», complète la chef de gamme. Les professionnels de santé ne sont pas oubliés. «*En plus de nos formations auprès des pharmaciens, de nos actions dans les maternités et avec les pédiatres, nous revenons à la visite médicale auprès des dermatologues*», conclut-elle.

SYLVIE VAZ