

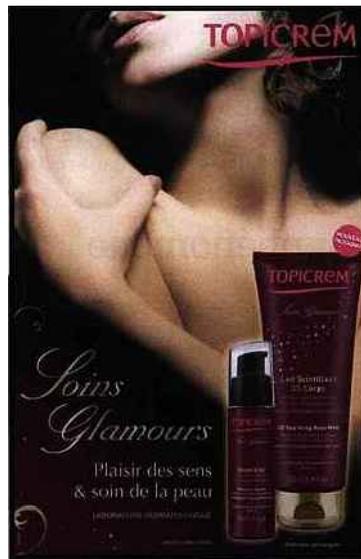


pharmacie

## 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<sup>e</sup> 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