



côté **marchés produits**

on a aimé



➤ PHYTOSTANDARD

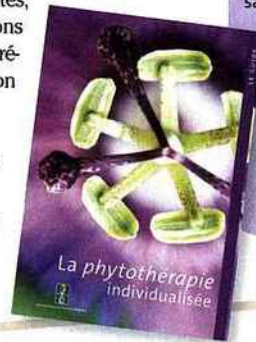
Le meilleur des plantes

Scandale du Mediator, livre choc sur l'inefficacité des médicaments... autant d'engrais pour faire croître la médecine naturelle. En 2011, la phytothérapie a pris des forces ! Avec un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros à l'officine, elle progresse de 11 %. La gamme Phytostandard développée par Phytoprevent (laboratoires Pileje) arrive donc à point nommé en pharmacie. Soit 18 références de plantes parmi les plus vendues : harpagophytum, canneberge, échinacée, valériane, ginkgo, ginseng... Objectif : assurer aux équipes officinales un conseil simple. La sécurité et la qualité des produits ont guidé Phytoprevent dans leur élaboration (voir encadré ci-contre). La gamme de compléments alimentaires fabriquée en France est certifiée bio (logo européen sur les

packaging). Chaque boîte de 20 gélules permet une cure d'entretien de 10 à 20 jours (1 à 2 par jour) et une prise de 5 jours en aiguë (2 deux fois par jour). Les équipes bénéficient d'outils de formation : affiches pour le préparatoire et monographies des plantes, mais aussi des réunions en soirée dont 40 sont prévues sur Paris et sa région en 2013.

PPC* : de 7,90 € à 12,90 € la boîte de 20 gélules.

Outils : meuble de sol en fer, livrets clients, cubes de communication, stop rayon « bio ».



Un procédé unique

Une fois les plantes fraîches biologiques sélectionnées et congelées, elles sont broyées. S'ensuit une lixiviation alcoolique – brevet exclusif Phytoprevent –, soit l'extraction des actifs à degrés croissants d'alcool. Pour optimiser la biodisponibilité et restituer l'intégrité des composés de la plante, l'alcool est évaporé sous vide puis l'extrait est lyophilisé à froid, mis en gélule végétale est sous blister (pour une meilleure conservation).

➤ **TOPICREM**
Trois anti-sèches

Topicrem lance trois soins SOS hypoallergéniques dédiés à la sécheresse sévère du visage. Ils s'ajoutent à la ligne corporelle SOS déjà commercialisée. Le Lait Nettoyant Confort nettoie, démaquille le visage et les yeux et hydrate l'épiderme grâce à une formule riche en cire d'abeille et en glycérine. La Crème et le Baume Nutritifs SOS conviennent aux enfants comme aux adultes. Ils contiennent 3 % d'urée et de la cire d'abeille contre les tiraillements et les démangeaisons. Le baume est en outre enrichi en cires hydrophilisées.

PPC* : 9 € le Lait en flacon-pompe de 200 ml, 12 € les tubes de 40 ml.

Outils : présentoir de comptoir, échantillons pour la crème, testeurs.



➤ **AVÈNE**
Programme matifiant

A travers une mousse nettoyante et un soin fluide, Avène souhaite apaiser et matifier les épidermes sensibles normaux à mixtes du visage. Les formules sont minimalistes : de l'acide glutamique comme matifiant et une forte concentration d'Eau thermale d'Avène comme apaisant et anti-irritant. Le fluide dispose aussi de microcapsules absorbantes et d'agents hydratants doux. Nettoyante et démaquillante pour le visage et les yeux, la mousse contient une base lavante douce. Les formules sont dépourvues de paraben. Ces deux références revendent une efficacité croissante au fil des utilisations.

PPC* : 15 € la mousse nettoyante en foamer de 150 ml, 17 € le soin fluide en flacon doseur de 50 ml.

Outils : présentoir avec testeur, stop rayon, échantillons du fluide.



➤ **NOXIDOXI**
Rien que pour les fumeuses

Microcirculation réduite, radicaux libres à profusion et carences vitaminiques sont autant de conséquences du tabagisme qui se répercutent sur l'état cutané en générant rides, teint terne, déshydratation et manque de rebondi. Pour pallier ce triste tableau, Noxidoxi propose un soin destiné aux lèvres des fumeuses. Il vise à les repulper et atténuer les ridules de leur contour. De l'enzyme de papaye est utilisée pour un effet lissant, de l'acide hyaluronique de bas poids moléculaire hydrate et repulpe, et du Matrixil 3000 breveté vise à réduire et prévenir les ridules de la lèvre supérieure.

PPC* : 28,50 € le stylo de 2,5 ml soit un mois d'utilisation.

Outils : vitrophane, présentoir de comptoir, stop rayon, arches de mise en avant.

Plan média : presse féminine et santé en 2013.

