

Pharmacien manager

N°76 • AVRIL 2008

DÉCIDER • ENTREPRENDRE • VENDRE

www.WK-Pharma.fr - N° ISSN 1622 - 8953

PHARMAGORA 2008

Ouvrez la voie

MARCHÉ
Compléments
alimentaires
minceur



GRANDE
PHARMACIE
POPULAIRE
Un carrefour
de santé

Venez découvrir nos
parcours : enseignes,
équipement, entreprise,
produits et débats.



CÔTE A CÔTE
Pierre et Henri
ont échangé
leur pharmacie

Novexpert A52 L'écologie cutanée

Pour l'équipe Novexpert, le salon est une première. Histoire de présenter la toute nouvelle gamme de 7 soins anti-âge (lire Pharmacien Manager n°71). Son positionnement ? Allier la performance à la haute tolérance et à la naturalité. « Nous avons voulu aller plus loin que le concept bio en assurant une biodégradabilité de tous nos actifs sur la peau », explique Cyrille Telingue, fondateur de la marque. Si les produits (à prix haut de gamme) ont zéro conservateurs, zéro allergènes et zéro parfum, ils sont néanmoins testés cliniquement et fabriqués selon des normes très strictes de stérilité. A Pharmagora, l'objectif n'est cependant pas de recruter de nouveaux points de vente à tout prix. « Nous recherchons avant tout des partenaires, des gens qui aiment la marque qui est l'aboutissement de 7 ans de recherche. L'idée est d'assurer une distribution sélective de qualité, à la hauteur nos investissements sur le terrain (Ndr : une équipe de 22 personnes comprenant commerciaux et formatrices) », explique-t-il. Et de ne viser que 800 points de vente au total. Mais qui se cache derrière Novexpert pour faire passer les exigences de qualité avant les résultats commerciaux ? Le laboratoire est avant tout une société de R & D qui travaille déjà pour 65 marques cosmétiques en Europe. Et l'un de ses principaux actionnaires n'est autre que le groupe Cyrillus.



Novexpert
veut aller plus loin que
le concept bio en assu-
rant la biodégradabi-
lité des actifs sur la
peau.

“... Pour le plaisir,
une texture élas-
tique immédiate-
ment confortable
et un parfum...
sans parfum !”

NOVExpert