



pharmacies

LEADER SANTÉ S'ATTAQUE À LA BEAUTÉ

Après avoir lancé plusieurs MDD sur des segments dits basiques comme l'hygiène bucco-dentaire, les produits blancs (pansements, bandes...) ou l'hygiène bébé, le groupement de pharmaciens se diversifie avec Opaz (*Original product from A to Z*), sa nouvelle ligne d'accessoires en manucure, pédicure, maquillage, vernis et épilation. «Sur l'univers de la coutellerie, notamment, il existait jusqu'à présent des gammes très qualitatives, mais relativement chères, constate **Noëline Lorin**, responsable marketing. Du coup, la pharmacie n'était plus compétitive auprès des femmes de 20 à 40 ans, qui préféreraient aller dans les parfumeries. Avec Opaz, nous voulons partir à la reconquête de cette cible.» Développée en partenariat avec les Laboratoires Céora, la gamme compte 45 références : 10 accessoires dédiés au maquillage (pinceau, miroir, recourbe-cils...), 20 pour les mains et les pieds (lime, polissoir, coupe-ongles...), 2 pour les ongles de bébé, 10 vernis sans toluène, 2 vernis-soins pour les ongles et un bain dissolvant, le tout développé avec des pharmaciens, des blogueuses et des esthéticiennes. Pour se démarquer, la jeune enseigne a misé sur des prix attractifs : entre 1,90€ et 6,90€. Les produits sont présentés dans des packagings qui reprennent les codes noir et blanc du sélectif. «Comme nous sommes vendus en pharmacies, il est important de proposer aussi du conseil», poursuit-elle. Au dos de chaque étui, les clientes peuvent ainsi trouver «le conseil pro» qui permettra de mieux utiliser le produit. D'ici à 2016, des gammes éphémères de vernis viendront compléter l'offre. A suivre...



MÉLANIE BARS