

Vichy, CURE de féminité

Numéro un européen de la dermocosmétique, Vichy a plus que jamais, à 80 ans passés, les ressorts de la jeunesse, source de sa vitalité.

Marie-Ange Casta



"**R**éelle évolution, mais non révolution", prévient Olivia Couturier, directrice de la communication, L'Oréal Cosmétique Active'. "Vichy exprime une nouvelle vitalité en s'appuyant sur ses fondamentaux : son eau thermale, actif de beauté à part entière, une charte de formulation stricte, inspirée de l'industrie pharmaceutique, des textures plaisir, des prix accessibles, le tout servi par une notoriété exceptionnelle".



"Notre objectif est de concentrer tous les atouts de la marque pour aller vers plus de féminité, de sensorialité, être encore plus proche des femmes".



"La marque Vichy s'est donc construite sur l'expertise scientifique. Chaque année des nouveaux tests sont lancés pour vérifier de nouvelles propriétés", indique Olivia Couturier. Pour preuve, l'étude lancée en Chine, en 2011, sur les peaux asiatiques, révèle la capacité de l'eau thermale de Vichy de resserrer les pores de la peau. "L'eau thermale de Vichy a fait l'objet de onze tests et études cliniques pour vérifier ses propriétés". Jusqu'à présent Vichy mettait peu en valeur les vertus de son eau thermale, qui apaise, réconforte et régénère grâce à ses quinze minéraux, ses oligo-éléments qui agissent en profondeur et en surface de la peau. L'eau de Vichy est utilisée en pulvérisation pour accélérer la cicatrisation. "Notre eau thermale rend la marque Vichy unique. Exceptées les formules anhydres, elle est au cœur de tous nos produits, ce qui les rend vraiment spécifiques par rapport à la concurrence", rappelle Olivia Couturier.

1 - Laboratoires Vichy (dans le giron de l'Oréal depuis 1955), Laboratoires La Roche-Posay, Sanoflore, innéov, Roger & Gallet, Skinceuticals. Sous l'ombrelle Vichy : Dercos Technique acquis en 1994 (gamme dermo capillaire), Dermablend acquis en 2003 (gamme de fond de teint correcteur), Podexine acquis en 2005 (gamme de soin pour les pieds).

2 - cf. la saga Vichy, revue des marques n°38, avril 2002.



Pour autant, Vichy, qui célèbre l'année dernière ses 80 ans, s'offre cette année un nouveau logo, un slogan, une gamme entièrement relookée avec des packagings plus féminins qui rompent avec les codes parfois austères de la pharmacie, de nouveaux soins emblématiques de ce renouveau, et, pour la première fois, une égérie. "Notre objectif est de concentrer tous les atouts de la marque pour aller vers plus de féminité, de sensorialité, être encore plus proche des femmes", résume Olivia Couturier. Flash back² : Georges Guérin, industriel, fabricant de fards de maquillage et de parfums (société Parfums Grenoville), fonde, en 1931, avec le docteur Haller, dermatologue à Vichy, la Société d'hygiène dermatologique de Vichy (SHDV). L'idée de créer une gamme de produits de soins à base d'eau thermale de Vichy et de l'industrialiser lui serait venue après une blessure vite cicatrisée grâce à l'eau de Lucas, source achetée au début du XIX^e siècle par le baron Lucas, médecin inspecteur, pour le compte de l'Etat. Premier à démontrer scientifiquement les propriétés de l'eau thermale de Lucas, à Vichy, il sera l'inventeur de la dermo-cosmétique en créant des soins par type de peau.



Idealia

Lancée en mars 2012, Idealia, crème lissante de lumière est formulé avec 3% de Kombucha, actif de santé millénaire reconnu depuis des siècles pour ses propriétés régénérantes. Issu de la biotechnologie, le Kombucha provient de la fermentation du thé noir de Ceylan. Sa composition unique en AHA, vitamines B et polyphénols rétablit couche après couche, le comportement d'une peau saine au niveau cellulaire, pigmentaire et vasculaire, et révèle en surface les caractéristiques d'une peau parfaite, "idéale" : grain serré, teint uniforme, sans taches ni dyschromies, rides lissées... Proposé dans un pack nacré, Idealia arbore le nouveau logo : le "V" de Vichy.

V comme Vitalité

Aujourd'hui, la marque franchit un cap. "Des marques comme Caudalie et Nuxe ont changé l'univers de la dermo cosmétique en mariant plaisir avec efficacité. Vichy avait cet aspect "plaisir" mais ne le mettait pas assez en avant", analyse Olivia Couturier. "Le plaisir fait intrinsèquement parti d'un produit cosmétique. Nous voulons réaffirmer les qualités sensorielles et cosmétiques de nos textures. La texture de notre Sérums anti-âge (Liftactiv Sérums 10) a été sélectionnée après 180 essais de formulation ; celle d'Idealia, nouveau soin lissant lumière a fait l'objet de deux brevets... Nos textures toutes actives, participent à l'efficacité des soins, grâce à des actifs à effet immédiat (floutant, lissant, éclat...) pour répondre aux envies des femmes : se voir plus belle tout de suite". Elle ajoute : "Le plaisir des textures doit se faire sans compromis sur la tolérance. Cette exigence ne fut pas assez mise en avant vis-à-vis de nos concurrents. Nous la revendiquons plus explicitement à présent : choix de matières premières hypoallergéniques, produits testés sur des panels 100 % peaux sensibles". Vichy traduit ce renouveau dans un discours plus optimiste puisque, selon son nouveau slogan, "La peau idéale n'est plus un rêve". "Il n'y a pas de fatalité, quelle que soit la nature de la peau et l'environnement dans lequel les femmes vivent, si elles apprennent à la protéger, à la renforcer, elles peuvent avoir une belle peau". En termes de communication, Vichy entend aussi exprimer sa plus grande proximité auprès des femmes. Marque qui se transmet de mère en fille, "Vichy les informe, les conseille, et protège leur peau", depuis des générations, précise Olivia Couturier. "Nous voulons renforcer cette proximité pour mieux répondre à leurs envies de beauté". La nouvelle communication de Vichy se fait l'écho des attentes



Vichy

en chiffres

- N°1 de la dermocosmétique en Europe (source IMS Pharmatrend)
- 91 000 points de vente dont 88 % pharmacies
- La marque est n°1 au Canada, Chili, Chine, Corée, Taiwan, Hong Kong, Russie, Pologne, Italie, Allemagne, Autriche, Pays-Bas, Danemark, Norvège, Portugal
- 3 produits vendus chaque seconde dans le monde (source société 2011)

des femmes. Une étude a été menée par L'Oréal sur plus de 200 femmes âgées de 20 à 60 ans aux Etats-Unis, en France, en Chine et au Brésil, pays où l'on trouve une multiplicité d'ethnies. Elles furent interrogées sur leur aspiration de beauté, la peau dont elles rêvent. "Il y a une aspiration universelle des femmes, dans tous les pays, quel que soit l'âge, à vouloir, au-delà des rides et de la perte de fermeté, une belle peau, au grain serré, aux rides lissées, lumineuse et homogène. Les femmes parlent de leur peau comme d'une personne, alliée ou ennemie en fonction de ce qu'elles lui donnent, elles savent qu'il faut maintenant agir sur le comportement de la peau, renforcer sa capacité à lutter contre tout ce qui l'agresse" résume Olivia Couturier.

Le nouveau Visage de Vichy

Vichy oublie le célèbre "carré bleu", austère et le remplace par à un V d'eau jaillissant. "V comme Vichy, comme vie, symbole de la puissance de l'eau thermale", explique Olivia Couturier. En 2012, le V de Vichy se décline en bleu sur Aqualia, en vert sur Normaderm, en rose sur Nutriextra, et se fait V plus statutaire, en argent sur les produits anti-âges Liftactiv, Idealia et Neovadiol GF³. Vichy





Le carré bleu,
ancien logo



Les conseils
du Dr. Vichy



ration sera renouvelée et renforcée en 2013. Vichy est présente partout dans le monde et en Chine depuis 1998 où la marque s'appuie sur les conseils du Dr. Vichy et des dermo-conseillères dans 1 700 points de vente. Depuis onze ans, Bi-White y est numéro un en whitening cosmétique. Vichy en mandarin ? 薇姿 Prononcer "weizi" = 薇 : osmonde royale, fève ; 姿 : beauté, mine, apparence. ■

quitte donc les codes austères de la pharmacie pour des codes plus jeunes, plus modernes, plus féminins. "L'objectif est de rajeunir la cible, et de recruter à la pharmacie", rappelle Olivia Couturier. Vichy s'incarne en publicité télé, presse écrite, internet et lieu de vente avec une égérie, Marie Ange Casta (sœur de Laetitia Casta) pour Idéalia, Normaderm et Aqualia, "Marie Ange Casta est pulpeuse, lumineuse, et très naturelle. Nous l'avons choisie pour sa fraîcheur et sa peau parfaite, bien que sensible et réactive", explique Olivia Couturier. Le "nouveau" Vichy n'oublie pas ses racines et place le pharmacien au cœur de son dispositif, pour favoriser le conseil et recruter au circuit : plus de formation, un échantillonnage massif, de communication sur le point de vente. Comment réenchanter la pharmacie tout en répondant aux aspirations propres des pharmaciens ? En 2012, L'Oréal Cosmétique Active lance un concours de design dans cinq pays, France, Italie, Allemagne, Taiwan, Espagne avec "Reload my Pharmacy" en partenariat avec cinq écoles de design. "L'objectif est de nourrir la réflexion sur la pharmacie de demain, de la faire évoluer vers plus de modernité, plus de plaisir d'achat, d'aider le conseil du pharmacien, pour mieux répondre aux attentes de consommateurs devenus plus avertis et plus exigeants", explique Olivia Couturier. En France où le concours a été lancé avec cinq pharmacies volontaires, le premier prix a été décerné au projet "Pharmacie Boët" (cocon en suédois) qui donne à la pharmacie Bichet (Paris 13^e) une atmosphère enveloppante et rassurante, inspiré du design scandinave. L'opé-

3 - Deux autres innovations annoncent le nouveau Vichy : fin 2010 NutriExtra propose les premiers soins pour le corps qui en une seule application assurent deux jours de confort et d'hydratation, même après la douche ; 2011 Liftactiv Derme Source fruit de la découverte du rôle du derme source, partie supérieure du derme pour stimuler toutes les cellules cutanées dans toutes les couches de la peau à la fois, et des propriétés anti-âge du Rhamnose (sucre d'origine végétale), à forte concentration.

Environ 200 références

- Pour apaiser, régénérer, fortifier : Eau thermale de Vichy,
- soins du visage : Aqualia thermal, Eau thermale de vichy, Essentielles, Normaderm, Nutrilogie, idéalia, Oligo 25, céllébiotic,
- maquillage : Aéra Teint Pure, Dermablend,
- Toilette visage : Eau thermale de Vichy, Pureté Thermale, Normaderm, Essentielles,
- protection solaire : Capital Soleil,
- soins anti-âge : Idéalia, Liftactiv, Néovadiol, Céllébiotic,
- soins dermo capillaires : Dercos Technique,
- soins du corps : Nutriextra, Celludestock, Destock Ventre, Aquadestock, déodorants, dépilatoires, Crème anti vergetures, Podexine (soin des pieds),
- soins pour hommes : Vichy Homme, numéro un en pharmacie.