

## Doctissimo s'invite au rayon parapharmacie

Le site d'informations médicales, associé au groupe FDG, va proposer des produits de soins, beauté, santé et bien-être, en ligne et en magasins.

Enfin un nouvel acteur au rayon parapharmacie. Afin de s'attaquer au royaume de Mercurochrome, le groupe FDG a conclu un accord avec le site internet doctissimo.fr pour décliner celui-ci en articles de parapharmacie. « En France, c'est la principale source d'informations santé et bien-être vers laquelle se tournent les consommateurs quand ils effectuent des recherches sur la Toile », indique Vincent Ségalas, directeur général de FDG. Avec 8,2 millions de visiteurs uniques et 81 millions de pages vues par mois, Doctissimo est le deuxième site web en audience sur la cible des femmes, derrière Aufeminin.



### LES PLUS

Des produits différenciants. Des packagings connectés au site internet où un espace sera dédié aux produits.

### LES MOINS

Une marque à imposer, la caution d'un site internet est-elle suffisante face des produits développés par un laboratoire ?

Un QR code apposé sur les produits Doctissimo renvoie directement sur le site.

FDG a donc décidé de s'appuyer sur cette notoriété pour se développer dans la parapharmacie. « Nous étions présents dans ce rayon avec Hedo depuis 1985, mais nous voulions réinventer la parapharmacie de demain », poursuit Vincent Ségalas.

### En magasins en avril

En avril, 109 références arriveront en magasins sous la marque Doctissimo Parapharmacie. L'identité graphique s'inspire du site: logo, mais aussi couleurs des ongles qui

permettent de segmenter les lignes: premiers soins, podologie, beauté, forme et sexualité. Des articles développés avec l'équipe médicale de Doctissimo. Outre les basiques, la marque propose des produits originaux pour la GMS. « Tous nos pansements sont antiseptiques », explique ainsi Aurore Pergaud, chef de groupe chez FDG. La grille a développé des articles pratiques et nomades, tel un stylo-spray d'antiseptique ou un stick d'arnica pour soigner les bobos des enfants. Des

pansements à effet tatoo et un gel crépissant à l'arnica devraient aussi séduire les plus jeunes. Les sachets de glace instantanée et les patchs chauffants devraient, eux, plaire aux sportifs. Pour les femmes, Doctissimo Parapharmacie lance des patchs talons fendillés qui épousent la forme du talon, ainsi qu'une offre soin avec un stick de protection solaire et un autre antirougeurs. Niveau prix, Doctissimo se veut compétitif, avec une offre oscillant entre 2,50 et 7,90 €. ■

M. B.

## MAISON

### Précision

Dans notre article intitulé « Le premier aspirateur traîneau sans fil », paru dans le n° 2353 daté du 12 février 2015, la photo publiée était celle de l'aspirateur robot Hom-Bot de LG, certes également sans fil, et non pas celle du tout nouvel aspirateur traîneau sans fil de LG, baptisé CordZero. À découvrir, cette fois-ci, en image.



LSA N° 2354 | 19 février 2015

## Samsung étend son encastrable

Fin 2013, le coréen s'était développé dans les appareils intégrables avec sa gamme Neo. Depuis début 2015, Samsung en présente une nouvelle, Chef Collection, mise au point en collaboration avec des chefs étoilés au Guide Michelin. Cette ligne comprend un réfrigérateur Kitchen Fit à la technologie Precise Chef Cooling pour une fraîcheur optimale, un four Gourmet Vapor Technology avec écran tactile LCD, des plaques à induction Virtual Flame Technology pour visualiser la chaleur, et le lave-vaisselle WaterWall, récemment primé aux Trophées de l'innovation de LSA grâce à son système de rampe de jets d'eau. L'ensemble est pro-

posé dans un design épuré pour une cuisine chic et de bon goût.

PRIX DE VENTE INDICATIF (PVI) NC • SAMSUNG

