

# AVÈNE TOUJOURS N°1 SUR LA DERMO-CO

Pionnier et leader des marques dermocosmétiques vendues en pharmacie, la marque Eau Thermale Avène continue son expansion. **Témoignage de Virginie Tournaire, directrice marketing de la marque.**

Par Julien Dabjat



**La Revue Pharma :**  
**En 2023, Avène a atteint le milliard d'euros de CA. Comment s'explique une telle longévité pour cette marque trentenaire et leader du circuit pharmacie ?**

Virginie Tournaire : En tant que laboratoire pharmaceutique, nous appliquons les mêmes standards de rigueur scientifique et industrielle à nos produits cosmétiques qu'à nos médicaments. Nous garantissons ainsi à nos consommateurs une efficacité prouvée cliniquement, tout en veillant à la qualité supérieure de nos formulations galéniques. Cette approche inédite nous a permis d'atteindre le cap du milliard d'euros de CA en 2023 et nous guide dans notre expansion et la création de nouveaux piliers de croissance. L'innovation est au cœur de notre stratégie : nous développons constamment de nouveaux produits et technologies pour répondre aux besoins évolutifs de nos consommateurs. Nos

produits sont aussi largement recommandés par les professionnels de santé, renforçant la confiance des consommateurs en termes d'efficacité et de sécurité.

**Quels sont les segments les plus porteurs de la marque en pharmacie ?**

Ce sont principalement les solaires, la réparation cutanée, l'acné, les émoullients et l'anti-âge, avec une croissance dynamique sur l'ensemble de ces segments.

**Et ceux sur lesquels vous souhaiteriez être plus présents ?**

Le domaine des émoullients corporels, en mettant l'accent sur les soins de dermatite atopique, une pathologie qui touche 20% des enfants et 10% des adultes. Nous sommes les seuls à proposer une offre innovante sans conservateur pour respecter le microbiome et allons encore renforcer notre efficacité, avec un nouvel émoullient qui a prouvé son efficacité permettant l'espace des crises.

**Vous innovez énormément dans le segment anti-âge. Est-ce un marché porteur en pharmacie ?**

L'anti-âge est le 1<sup>er</sup> segment en valeur de la pharmacie. C'est donc un segment majeur sur un circuit où les consommateurs trouvent des soins et des formules experts. Nous sommes d'ailleurs très fiers, en tant que leaders en termes de volume, de lancer en pharmacie une nouvelle réponse dermo-esthétique de pointe afin d'accompagner les patientes qui ont recours à la chirurgie esthétique et de proposer à celles qui n'osent pas, des résultats anti-âge remarquables. De manière cliniquement prouvée, le gain de jeunesse va jusqu'à 7 ans !

**Quels sont vos prochains défis ?**

Nous continuons à capitaliser sur notre expertise thérapeutique et à nous intégrer davantage dans les protocoles médicamenteux pour soulager les patients. Avène est la médecine de la peau. Parmi nos innovations : des soins

anti-imperfections exclusifs, tels que le Soin intensif anti-imperfections Cleanance Comedomed+, qui cible la racine de l'acné et la réduction des marques cicatricielles visibles ou le Gel lacté relipidant XeraCalm A.D qui facilite l'application quotidienne indispensable de l'émoullient pour les peaux à tendance atopique ou sujettes aux démangeaisons. D'ici 2026, nous souhaitons renforcer l'intégration de la protection solaire dans les routines de soins et innover avec des soins inédits disponibles en pharmacie, pour garantir la satisfaction maximale de nos patient(e)s. ■

**+10 %**

de CA en Europe  
en 2024.

**180 soins  
dermo-  
cosmétiques**