



Contacts Presse
Responsable communication & relations presse
Alexandra Krempff 01 55 48 19 04
akrempff@omega-pharma.fr

Laboratoires Omega Pharma France
20 rue André Gide - BP 80 - 92380 Châtillon

Découvrez toute l'actualité de nos marques
sur l'espace presse de notre site www.omega-pharma.fr

mes marques mythiques





Jouvence de l'Abbé Soury, Eau Précieuse, Schoum, T. LeClerc, Innoxa ou encore

Hydroxydase... Ces marques vous disent sans doute quelque chose. Et pour

cause, elles font partie du patrimoine culturel français depuis plus de 250 ans

pour les plus anciennes d'entre elles. Certaines sont même rentrées dans le langage

courant, ne dit-on pas « une cure de Jouvence » ?

Aujourd'hui encore ces marques se transmettent de génération

en génération et de mère en fille sans prendre une ride.

Mais quel est donc leur secret de longévité ?

C'est ce que les Laboratoires Omega Pharma

vous proposent de découvrir...

Mauvaise circulation du Sang?
TEINT GRIS

mes marques mythiques JOUVENCE



C'est au milieu du 18^e siècle que la *Jouvence* voit le jour. A cette époque, l'abbé Delarue s'était forgé la réputation d'avoir le don de soigner par les plantes. Il faisait d'ailleurs profiter de ce talent tous ceux qui en avaient besoin. Bientôt, sa réputation dépasse les frontières de la France. Pourtant son plus grand admirateur demeure dans le même village que lui. Gilbert Soury, jeune homme issu d'un milieu très modeste, voue une véritable passion pour les plantes médicinales. L'abbé en fait son protégé et lui transmet son savoir botanique, médical mais aussi religieux. Très vite, Gilbert Soury devient prêtre et sous la protection de l'abbé Delarue, travaille à la formulation d'une solution pour soulager les « douleurs des jambes dues à une mauvaise circulation du sang ». C'est ainsi que « la Tisane des deux Abbés » voit le jour en **1745**. Dans sa composition ne figurent pas moins de 11 plantes qui feront son succès. Durant la Révolution Française, l'abbé Soury refuse de prêter serment et est emprisonné à Evreux. C'est seulement 2 ans plus tard qu'il sera libéré grâce à un député à qui il a sauvé la vie en le soignant par les plantes. A sa sortie et jusqu'à sa mort en 1810, il n'aura de cesse d'apporter du réconfort autour de lui.

Après la disparition de l'abbé Soury, le secret du remède se transmettra de génération en génération jusqu'à son arrière-petit-neveu : Magloire Dumontier. Ce pharmacien de Rouen décide alors d'industrialiser le remède. C'est à cette époque que le terme « Jouvence » prend place sur les flacons du produit. L'héritage de la célèbre formule sera bientôt transmis au fils de Magloire, René Dumontier. En 1951, le produit dispose désormais d'une autorisation de mise sur le marché de l'Agence du Médicament. La marque sera vendue à plusieurs reprises. Ce sont aujourd'hui les Laboratoires Omega Pharma qui assurent la fabrication (à Largentières dans les Cévennes) et la distribution de la gamme Jouvence.

L'Abbé Soury, figure emblématique de la marque, demeure jusqu'à aujourd'hui sur tous les produits de la marque et la formule d'origine de la solution contient toujours de l'hamamélis, du calamus, de la piscidia et du viburnum. Jouvence est d'ailleurs la 1^{re} marque connue de veinotoniques non remboursés* mais aussi une des plus vieilles marques françaises. Son nom a tellement imprégné les mémoires que l'expression « cure de jouvence » est passée dans le langage courant. La Jouvence se décline aujourd'hui en comprimés, en solution et gel topique.

*Etude Sofres, 1.000 individus, octobre 2005.



C'est en **1903** que la solution **Schoum**, voit le jour. L'histoire raconte que c'est un médecin

généraliste de Courbevoie qui prescrivait à sa clientèle sensible du foie et sujette aux troubles de la digestion un

remède de sa composition. À base d'extraits de plantes simples: bugrane, fumeterre et piscidia entre autres...

cette agréable « potion » rencontra un tel succès qu'on décida de la commercialiser en 1926. Le Docteur baptisa

son élixir « Schoum » en souvenir d'une boisson qu'il avait découverte lors d'un de ses périples à travers le monde.

Peu à peu cette potion de plantes au goût anisé mentholé inimitable bénéficie d'un incroyable bouche à oreille et

séduit un large public qui peu à peu le « déguste » en fin de repas. En quelques années, Schoum devient le

« digestif » de prédilection des Français.

Au pays de la gastronomie, du foie gras, des fromages et du vin, les repas

gargantuesques et la « bonne bouffe » sont ancrés dans les traditions et

n'épargnent pas les systèmes digestifs de nos ancêtres. La solution Schoum poursuit

son bonhomme de chemin et conquiert de nouveaux adeptes du rituel « digestif ». En

1950, notre solution qui a obtenu son AMM* est totalement rentrée dans les habitudes

de médication familiale avec 1 million de flacons vendues par an.**

Schoum est aujourd'hui toujours très apprécié pour son goût

inimitable et si caractéristique à jamais dans le cœur des

Français jeunes et moins jeunes confondus.



* Autorisation de Mise sur le Marché avec l'indication suivante : « Utilisé traditionnellement pour faciliter les fonctions d'élimination digestive et rénale »

** Source : donnée interne



En **1881**, Théophile LeClerc, pharmacien de renom, ouvre son officine dans le centre prestigieux de Paris, près de la place de la Madeleine. Issu d'une famille de peintre et d'artiste, amoureux, lui aussi, de l'art et de la beauté, il se livre dans le sous-sol moyenâgeux et voûté de son officine, à différentes préparations. C'est ainsi qu'il élabore une poudre de riz d'une légèreté et d'une finesse exceptionnelle: La poudre **T. LeClerc** est née. Cette poudre fait des merveilles auprès des élégantes du Paris de la Belle époque, qui se répandent en louanges à son égard. Pour répondre à leurs besoins, Théophile LeClerc établit une palette de nuances, afin d'offrir, à chacune la teinte appropriée à sa carnation et la plus adaptée à la circonstance: poudres pour blondes ou pour brunes, poudres de jour ou pour le soir. A la mort de Théophile LeClerc, la commercialisation des poudres se poursuit dans cette unique pharmacie et ses fidèles utilisatrices feront perdurer ce secret de beauté en se le transmettant de mère en fille durant 100 ans. En 1990, un pharmacien rachète l'officine qui avait fait la notoriété de Théophile LeClerc. Il retrouve dans la cave de la pharmacie de la rue Vignon au milieu d'ordonnanciers datant de 1890, le moule original et les formules qui servaient à la fabrication des poudres T. LeClerc. Il n'en faut pas plus pour reproduire à l'identique la boîte de poudre de l'époque. Cette ré-édition connut le même engouement auprès des Parisiennes qu'un siècle auparavant. Mais le succès de la jolie boîte en aluminium ne s'arrête pas là. Fidèle à sa formule initiale, la poudre est bientôt déclinée dans de nombreuses teintes puis en version compacte.

C'est au total plus de 30 nuances de poudres que propose aujourd'hui la marque T. LeClerc. Les professionnels du maquillage ainsi que les actrices et les top models ont largement adopté cette poudre de riz d'une tenue parfaite, d'une extrême finesse et dotée d'un haut pouvoir matifiant. Son succès grandissant lui fait traverser les frontières. Les produits T. LeClerc sont d'ailleurs disponibles dans le monde entier, de l'Europe à l'Asie en passant par l'Amérique.

Depuis avril 1998, T. LeClerc propose une ligne complète de maquillage pour le teint, les yeux, les lèvres et les ongles. Trois fois par an, des collections éphémères viennent enrichir la gamme de produits innovants et « tendance », le tout, élaboré en étroite collaboration avec Eduardo, International Make-up Artist de la marque. On retrouve encore aujourd'hui l'esprit et la tradition T. LeClerc à travers son mythique poudrier aux reflets argent.





En **1890**, le pharmacien Dépensier élabore l'**Eau Précieuse** qui portera son

nom. Vendue initialement par correspondance dans des petites fioles de verre, elle était indiquée pour les

maladies de peau et les maux de jambes. Ce sont les acides salicyliques et boriques de sa formule qui la

rendent particulièrement efficace contre l'excès de sébum, les points noirs et les impuretés. En 1927, le

laboratoire Charles Roux rachète la marque déjà devenue culte dans la lutte contre les problèmes de peau

et qui a pris désormais place sur les étagères des pharmacies. 1942 consacre véritablement la marque qui

obtiendra dès lors le statut de médicament. En 1950, l'Eau Précieuse se fait entendre sur les ondes radio

de RTL en réalisant ses premières « réclames ». En 1970, la marque se spécialise dans les problèmes d'acné et

devient le partenaire de presque tous les adolescents de l'époque mais aussi de nombreux adultes. Depuis, la

lotion au célèbre flacon en verre puis en plastique connaîtra de nombreux changements tout en conservant

son odeur si caractéristique. En 1982, l'Eau Précieuse arrive sur nos écrans télévisés avec une campagne

qui met en avant ses propriétés « tonique, calmante et rafraîchissante ».

1998-2000, la marque rachetée par le groupe Warner Lambert lance sa

campagne de publicité « Un secret de beauté qui se transmet de mère

en fille : Eau Précieuse ». Après 4 années passées dans le portefeuille de

marques du groupe pharmaceutique Pfizer, l'Eau Précieuse est rachetée

par les laboratoires Omega Pharma qui lui donnent une seconde jeunesse

en développant une gamme complète pour les peaux jeunes et grasses

« Eau Précieuse Pur » (2005).

En 2007, la marque Eau Précieuse s'attaque aux imperfections

des femmes de 25 à 49 ans et plus avec une gamme de

3 produits, « Eau Précieuse Femme », permettant de réaliser

l'équilibre parfait entre hydratation* et matité.

*Hydratation des couches supérieures de l'épiderme.

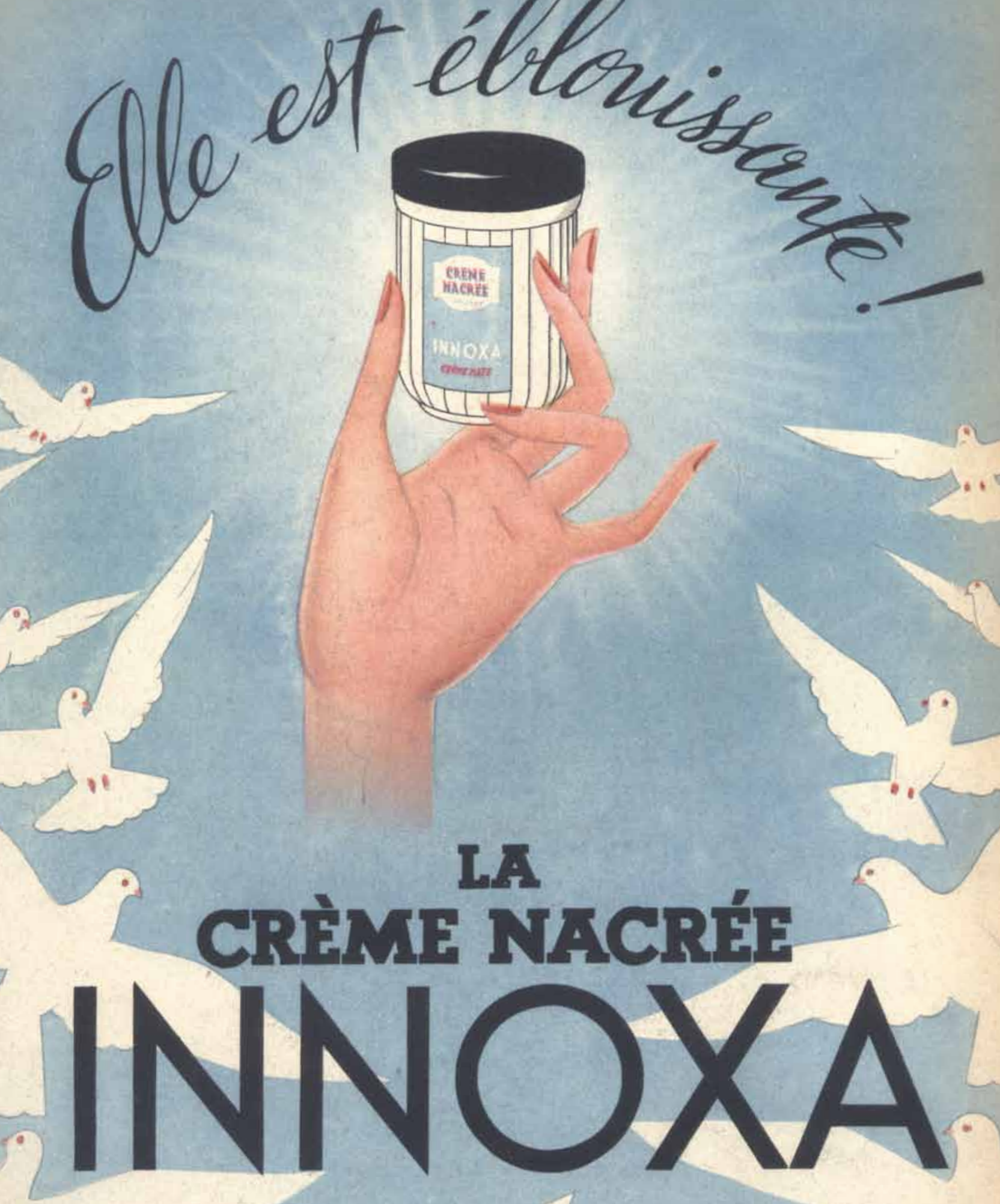


Hydroxydase est une eau minérale naturelle dont les propriétés bienfaitantes sont connues et appréciées depuis plus de 100 ans. C'est au printemps **1902** que la source Marie Christine Nord est découverte par hasard au Breuil sur Couze à Issoire en Auvergne, à la suite d'un forage effectué pour délimiter un bassin minier. Très vite, les vertus de cette eau minérale sont mises en évidence par l'usage qu'en font localement les gens du pays. Louis Tixier, jeune pharmacien, l'étudie et y consacre une thèse qui mettra en évidence ses propriétés bénéfiques qui sont à l'origine de son nom : Hydroxydase. C'est à cette époque qu'il invente un procédé ingénieux d'embouteillage et de conservation des eaux minérales. Ce procédé, strictement naturel, est encore employé aujourd'hui.

Bien que très appréciée du Corps Médical et ayant reçu de nombreuses distinctions, Hydroxydase est demeurée longtemps méconnue du Grand Public. Déclarée d'Intérêt Public le 2 septembre 1936, la notoriété de la source et de ses bienfaits démarre par le bouche à oreille. En 1979, la compagnie de l'Hydroxydase est reprise par Monsieur Patrick Lambropoulos qui va moderniser l'entreprise. Cet homme qui croit en sa région souhaite en faire sa promotion au travers du développement commercial d'Hydroxydase. Cette eau ultra-minéralisée est riche en minéraux et en oligo-éléments. Elle en contient au total plus de 20: calcium, zinc, cobalt, cuivre, chlorure... Sa composition unique lui confère le pouvoir de faciliter la digestion. Elle contribue également à réduire la sensation de fatigue pouvant provenir d'un apport insuffisant en magnésium.

Captée entre 87 et 110 mètres de profondeur, elle émerge à la température de 13,9°C. La nature des terrains qui couvrent la source (bancs d'argiles imperméables) la protège et lui confère une excellente qualité bactériologique. Utilisée en programme à domicile de 3 à 4 semaines, c'est la solution la plus simple pour bénéficier à la fois de son action digestive et de son pouvoir antifatigue.





Nous sommes en **1920**, le Docteur François Debat, dermatologue et pharmacien mais aussi grand amateur d'art fonde le laboratoire **Innoxa**. Jusque dans son nom, la marque Innoxa matérialise l'exigence de l'« innocuité » primordiale aux yeux du docteur Debat. Premier produit de la gamme, le Lait Innoxa, un lait démaquillant d'une parfaite tolérance qui remporte un succès immédiat. En 1937, d'autres produits de soin ne tardent pas à voir le jour comme la Crème Nacrée et la Crème Organique. Le maquillage fait son apparition à la même époque avec une poudre de riz réputée pour sa finesse.

En 1950, tous les regards se tournent vers les Gouttes Bleues. Respectant l'esprit « soin et beauté » Innoxa, cette lotion pour la détente et l'éclat des yeux est formulée avec des ingrédients naturels. Toujours plébiscitées par les femmes et par les top models, les Gouttes Bleues peuvent s'enorgueillir à ce jour de plus d'un demi-siècle de succès incontesté. Avec les années soixante débute le lancement des gammes de maquillage Innoxa. D'abord des vernis à ongles, puis des rouges à lèvres, des ombres à paupières... Proposant toujours des formules douceur testées sous contrôle de dermatologues ou d'ophtalmologues et des couleurs-séduction collant aux tendances de la mode, le maquillage Innoxa conquiert les femmes et installe son nouveau territoire, celui de « la couleur-soin ». En parallèle, Innoxa continue de développer une ligne de soins du visage. Dès le début des années soixante-dix, la marque Innoxa multiplie les innovations et lance de nouveaux concepts de beauté. Les femmes vont découvrir en pharmacie le maquillage pratique et les premiers produits nomades : mini vernis, crayons à lèvres, crayons ombres à paupières... Innoxa prend un nouveau cap. Son objectif : créer la différence en pharmacie et s'imposer avec des produits novateurs.

Aujourd'hui, son claim « intensément couleur, résolument soin » offre aux femmes un maquillage qui allie séduction et plaisir des textures et des couleurs. Depuis 2006, Innoxa s'est repositionné sur ses valeurs d'origine avec le lancement de sa nouvelle gamme INNOXA HAUTE TOLERANCE. Une offre complète de produits de maquillage sans parabens, sans phénoxyéthanol et sans allergènes, étudiés pour les peaux et les yeux sensibles et/ou porteurs de lentilles.

