



BOUTIQUE NATURE

Une Enseigne unique en France.

Sommaire

1. Historique
2. Un Marché d'avenir à fort potentiel
3. Un concept unique en France
4. La force d'un concept innovant
5. La philosophie du succès
6. Contacts



1. Historique

- **1997** – Création par *Mme Josiane SZIMMER* de la Société **NATURE** (grossiste en Compléments alimentaires avec environ 2 000 références toute marque confondue).
- **2003** – Changement de Direction et reprise de l'entreprise par Laurent FRANKEL et Antoine MARCHANT respectivement Président Directeur Général et Directeur produits.
- **2004** – Développement des références (4 000 ref.) et mise au point d'une gamme complète de Compléments Alimentaires et de Cosmétiques Naturelles/Bio sous la marque Enseigne **BOUTIQUE NATURE**.
- **2006** – (1er semestre) Fort d'un succès commercial évident (**NATURE** distribue alors plus de 6 500 réf.) c'est le départ d'une idée innovante : « **Une boutique à l'intérieur de laquelle ne seraient présentés que des COMPLEMENTS ALIMENTAIRES et de la COSMETIQUE NATURELLE/BIO...** »).
- **2006** – (2^{ème} semestre) Naissance du concept : **BOUTIQUE NATURE** en tant qu'espace de vente. Ambiance volontairement rassurante où sont présentées 1 500 références en compléments alimentaires et cosmétique naturelle/bio. Le concept compte 12 meubles, chacun reprenant une classification générique, ceci permettant l'identification immédiate par la cliente de la réponse que lui propose **BOUTIQUE NATURE**.
- **2006** – (en Décembre) OUVERTURE de la 1^{ère} FRANCHISE **BOUTIQUE NATURE** en Guadeloupe avec M et Mme NESTY.
- **2007** – (en Juin) OUVERTURE de la 2^{ème} boutique et 1^{ère} boutique Pilote en Avignon.
- **2007** – (en Août) OUVERTURE de la 3^{ème} boutique avec comme partenaire Carol PARAYRE sur Orléans.
- **2007** – (Septembre) Développement de la chaîne avec un Objectif prévisionnel d'ouverture pour 2008 de 10 points de vente sur l'ensemble du territoire national avec pour cible les villes stratégiques comme : Marseille, Bayonne, Rennes, Clermont-ferrand, Perpignan, Caen, Strasbourg...
- **2008/09/10** – 10 nouveaux points de vente chaque année...

2. Un marché d'avenir à fort potentiel

Le marché des compléments alimentaires comme celui de la cosmétique naturelle génèrent à la fois une croissance forte, entre 10 et 20 % chaque année, et des marges confortables.

Le potentiel de développement de ce marché en France, déjà estimé à près de 1 milliard d'euros en 2006, est la conséquence d'un double effet lié à la sophistication de l'offre (développement de nouvelles formes galéniques, lancement de nouvelles promesses, utilisation de nouveaux ingrédients...) et un effet volume lié notamment au recrutement de nouveaux consommateurs.

La valorisation du marché des compléments alimentaires et ses perspectives de croissance à l'horizon 2010 se positionne sur les promesses qui répondent le mieux aux nouvelles attentes des consommateurs (bien-être, anti-stress, minceur, anti-âge, sommeil, et même le moral et la sexualité...).

Des causes structurelles et durables

Bien plus qu'une mode, nous vivons aujourd'hui la fin de l'opposition de l'homme et de la nature. C'est l'ère du **bio** et l'émergence des **compléments alimentaires** répond à ce **désir de bien ou de mieux-être de maintenir son capital santé**. Et nous n'en sommes qu'au début...

Raison sociologique supplémentaire, les progrès de l'éducation, de l'hygiène et de la médecine ont permis depuis une cinquantaine d'années, une augmentation de l'espérance de vie unique dans l'histoire de l'humanité.

Mais s'il est vrai que ce secteur de pointe préempte le marché des seniors, les compléments alimentaires concernent aujourd'hui des femmes, des jeunes et des hommes, tous ceux qui, pour des raisons liées aux modes de vie actuels, souhaitent compenser un risque de déficience nutritionnel, ou tout simplement contribuer à améliorer leur bien-être.

La gamme de produits **BOUTIQUE NATURE** représente 20% des 1 500 références que compte l'offre produits du magasin **BOUTIQUE NATURE**.

De son côté, l'entreprise **NATURE** continue son ascension :

- 2003 ----- 3 500 produits distribués toutes marques confondues
- 2004 ----- 4 000 produits distribués toutes marques confondues
- 2005 ----- 4 500 produits distribués toutes marques confondues
- 2006 ----- 6 000 produits distribués toutes marques confondues
- 2007 ----- 8 500 produits distribués toutes marques confondues

Soit un CA en progression constante à + 145% pour l'année 2006 et + 225% en projection pour 2007 (toujours en base référente l'année de reprise : soit 2003).

2004 : +21% - 2005 : +18% - 2006 : +24% - 2007 : +30% en prévision

3. Un concept unique en France

Fort de 20 ans d'expérience dans le commerce des produits naturels de diététique et de cosmétique, l'Equipe *Boutique Nature* s'est appuyée sur des entretiens de Consommatrices pour définir un concept totalement unique en France :

UN ESPACE DE CENTRE VILLE DEDIE A 100 % AUX COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES ET A LA COSMÉTIQUE NATURELLE

Clarté, Transparence, Conseil et Réassurance sont les maîtres mots du concept *BOUTIQUE NATURE*.

Le concept *BOUTIQUE NATURE* est constitué :

- D'une offre produits sans équivalent en France
- Un concept architectural innovant
- Un merchandising orienté consommateur





4. Les points forts du concept

1. L'offre produits

- 1 500 produits issus des meilleures ventes des 8 500 références de Nature
- répartis en 900 compléments alimentaires + 600 cosmétique naturelle
- dont plus de 800 références certifiées AB ou Cosmébio

soit l'offre la plus large et la plus profonde du marché que se soit en terme de

- nombre de marques
- type de galéniques (comprimés, gélules, liquides etc.)
- niveau de prix (marque leader, Marque Propre, conditionnement Economique)

2. le concept architectural

- conçu par Bertrand THURA (Sephora, Grand Optical, Le Tanneur...)
- **1^{ère} mondiale** : pas d'éclairage au plafond. La luminosité est assurée par l'éclairage des produits au niveau de chaque meuble créant une atmosphère de **Réassurance**
- plafonnier d'ambiance simulant le cycle solaire : rosé à l'aube, blanc au zénith, bleuté au crépuscule
- point accueil caisse central incarnant l'importance du **Conseil** dans le point de vente
- vitrine en verre de plein pied matérialisant la **Transparence**
- mobilier blanc favorisant la **Clarté**

3. le merchandising

Les produits sont présentés par famille. A chaque meuble correspond une préoccupation consommateur clairement indiquée :

- digestion
- circulation
- articulation
- bien être
- femme
- minceur
- purification
- cheveux
- visage
- corps
- maquillage

→ Ces trois lignes de force permettent de mettre le PRODUIT en majesté et favorisent les ventes.



La coiffeuse : élément de démonstration dynamique

1 500 Références : Compléments alimentaires, Cosmétique naturelle/bio, huiles essentielles plus de 800 références certifiées AB ou Bio



Un éclairage sans agressivité dont l'intensité se modifie en fonction des rythmes du soleil



5. Une philosophie du succès



Un concept unique en France

Rendre accessible : Les compléments alimentaires, la cosmétique naturelle/bio et les huiles essentielles.

Pour atteindre cet objectif, nous veillons avec exigence à ne proposer dans la gamme BOUTIQUE NATURE que des produits à la qualité sans faille. C'est cette vigilance qui est certainement à la base du succès de la gamme auprès de nos consommateurs.

Concrètement et simplement, cette qualité est basée sur :

- La sélection rigoureuse des matières premières
- La sécurité répondant aux normes pharmaceutiques strictes et garantissant la traçabilité de chacun des lots de fabrication.

La connaissance intime des bienfaits de la Nature nous a conduit tout naturellement, à concevoir **une gamme complète de produits à base de plantes**, ces cadeaux de la **nature** auxquels, depuis des siècles, l'homme a recours pour entretenir sa santé et son bien-être au quotidien.

A cette tradition millénaire, nous avons su allier les progrès scientifiques les plus avancés réalisés par **la Nutri-thérapie** – ou « thérapie par les nutriments ». Cette science encore jeune rassemble déjà de nombreux chercheurs et médecins dans le monde et sera certainement au cœur des soins de demain.

Les compléments alimentaires occupent une place centrale au sein de la nutri-thérapie. Ce sont leurs principes actifs, et leur combinaison, qui donnent à cette science nouvelle son efficacité. Dès aujourd'hui, **BOUTIQUE NATURE** vous propose un ensemble de solutions à base de compléments alimentaires pour vous aider à rester en forme et soulager tous ces tracasseries quotidiennes qui perturbent votre bien-être et votre plaisir de vivre.

Josiane Szmirer a veillé avec exigence à ne proposer dans la gamme **BOUTIQUE NATURE** que des produits à la qualité sans faille. C'est cette vigilance qui est certainement à la base du succès de la gamme auprès de nos consommateurs. Concrètement et simplement, cette qualité est basée sur :

L'efficacité.

Nos matières premières sont sélectionnées pour vous de manière très rigoureuse. Nos plantes **sont garanties sans conservateur, sans excipient, sans pesticide, sans colorant ni arôme de synthèse**. Leur origine est essentiellement la France et parfois l'Europe Occidentale.

Nos dosages, nos formulations sont étudiés avec le plus grand soin avec un seul but : le résultat et l'efficacité.

Enfin, **chaque pilulier est parfaitement étanche** : un opercule d'inviolabilité garantit la préservation des actifs contre l'humidité et l'oxydation.

La sécurité

La réalisation de cette gamme a été confiée exclusivement à des laboratoires répondant aux normes pharmaceutiques, basés en France ou en Belgique garantissant ainsi la sécurité et la traçabilité de chacun des lots de fabrication.

L'ensemble des capsules est d'origine marine et **les gélules sont d'origine végétale au standard international VCAPS**. Il n'y a aucun risque : aucune de nos capsules n'est d'origine bovine ou porcine.

La transparence

Il existe sur le marché une multitude de conditionnements, de dosages, de présentations qui compliquent votre choix.

L'innovation de **BOUTIQUE NATURE** est de vous offrir une quantité de produits qui correspondent à votre besoin personnalisé: chaque pilulier contient un nombre de gélules correspondant à un **PROGRAMME D'UN MOIS**. Plus de gaspillage, ni de mauvaise surprise.

Nous avons apporté le plus grand soin à la rédaction et la présentation de l'étiquette ; celle-ci contient :

- **Le nom du produit**
- **La promesse du produit**
- **La composition du produit**
- **Des conseils d'utilisation**
- **Des informations relatives au produit**

Enfin, pour plus d'informations, vous trouverez sur ce site, pour chaque produit, une fiche détaillée comprenant

- **Les bénéfices du produit**
- **Un descriptif détaillé**
- **Les produits conseillés en association**
- **La composition et le dosage détaillé**
- **Les conseils d'utilisation**
- **La présentation**

6. Contacts

- Pour un complément d'information d'ordre général veuillez contacter Laurent FRANKEL
l.frankel@boutique-nature.fr
- Pour un complément d'information sur les produits veuillez contacter Antoine MARCHANT
a.marchant@boutique-nature.fr
- Pour un complément d'information sur la franchise **BOUTIQUE NATURE** veuillez contacter Olivier ETCHEVERRY
o.etcheverry@boutique-nature.fr

BOUTIQUE NATURE

- 20 bd de l'Europe
77 380 Combs la ville
- N° de téléphone
01.64.88.00.68

