

Forever Living products regarde vers l'avenir

L'entreprise, qui a fêté ses dix ans en octobre dernier, a entrepris un important chantier de rajeunissement de son image.

Fondé en 1978 aux Etats-Unis par Rex Maughan, Forever Living products (FLP) est aujourd'hui le 1^{er} producteur mondial d'aloès et des produits de la ruche (miel, gelée royale). Présente dans 80 pays, l'entreprise est implantée en France depuis 1993 et dans les DOM deux ans plus tard.

La filiale française qui a vu arriver en 2003 son nouveau directeur général en la personne de Philippe Decottignies a conforté sa croissance. L'objectif des 17 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel étant d'ores et déjà atteint en novembre.

Pour 2004, les ambitions de FLP sont triples. D'abord, l'entreprise souhaite continuer sur

la voie de la croissance avec un objectif de +50 %.

Elle ambitionne également de travailler son image pour la rendre plus en phase avec l'air du temps. Un travail qui passe par une modernisation des produits. FLP France décline une gamme complète de produits naturels et de confort, des soins du visage aux produits d'hygiène, en passant par le maquillage, les soins du corps ou encore les soins capillaires. L'entreprise s'est ainsi attachée à créer de nouveaux produits, notamment un parfum et à enrichir sa gamme de compléments alimentaires, marché porteur. L'ensemble des produits devrait rapidement être soutenu par un nouvel habillage plus séduisant.

La force de vente ne sera pas oubliée. L'entreprise, qui s'appuie aujourd'hui sur un réseau de 24 000 distributeurs, majoritairement des VDI, souhaite mieux soutenir ceux à qui elle doit sa réussite grâce à des outils de vente plus modernes (présence imminente sur le Web, code de déontologie mieux diffusé...) et un nouveau programme de formation destiné aux managers. ■

