

PIERRE FABRE SORGT FÜR GROSSES KINO

So wie in Basel durften sich Apothekerinnen und Apotheker von Pierre Fabre dieses Jahr in verschiedenen Schweizer Kinos verwöhnen lassen. Nicht nur mit einem unterhaltenden Film, sondern auch mit kurzweiliger Wissensvermittlung und dem emotionellen Erleben der Marke und ihrer Produkte.



Herr Sergio Laverde, Geschäftsführer von Pierre Fabre Schweiz (2. v.l.) und sein Team haben sich gefreut, die Gäste persönlich begrüßen zu dürfen. Mit dabei aus Frankreich waren Giuseppe Mele, Regional Director Pierre Fabre Dermo-Kosmetik Europa (3. v.l.), und Eric Doucournau, weltweiter CEO Pierre Fabre Dermo-Kosmetik (5. v.l.)

Ein grosser Erfolg war auch dem letzten Kinoevent 2016 von Pierre Fabre beschieden. Die geladenen Apothekerinnen und Apotheker wurden im Foyer des Pathé Küchlin in Basel in festlichem Ambiente willkommen geheissen. Nach einem Apéro riche konnte mit lustigen Spielen an verschiedenen Ständen das Wissen über die Marken von Pierre Fabre getestet werden. Wer anschliessend vier Fragen auf einer Wettbewerbskarte richtig beantwortete, nahm an der Verlosung einer exklusiven Longchamp-Tasche teil.

Werte, Wissen und Emotionen

Im von Susanne Hueber pfiffig moderierten Gespräch zwischen Sergio Laverde (CEO der Schweizer Filiale) und Jean-Pierre Gerber (Leiter Verkaufsförderung) vernahmen die Gäste etwa, der Gründer Apotheker Pierre Fabre habe dafür gesorgt, dass mit der Umwandlung des Unternehmens in eine Stiftung die zentralen Werte weitergelebt würden: die Wertschätzung gegenüber Natur, Kunden und Mitarbeitenden. Nicht allen Geladenen bekannt gewesen sein

dürfte: «Fabre ist ein pharmazeutisches Unternehmen, das jährlich 20 Prozent von seinem Gewinn direkt in die Forschung steckt und jedes Jahr zwischen 800 bis 1000 wissenschaftliche Studien durchführt. Von diesem hohen Qualitätsanspruch profitieren auch die kosmetischen Marken.» Beispielsweise konnte mit dem Sonnenschutzprodukt SPF50+ von Eau Thermale Avène nachgewiesen werden, dass bei empfohlener Dosierung DNA-Schäden um fast 100 Prozent reduziert werden können.

Ein anderes Projekt – Ocean Respect – hat zum Ziel, durch Verwendung von optimalen Inhaltsstoffen die Gewässerbelastung auf ein Minimum zu reduzieren. Seit 2016 haben es nun die Laboratoires von Eau Thermale Avène geschafft, die strikten Kriterien, die dieses Ziel erfordert, vollständig zu erfüllen. Der äusserst hohe Sonnenschutz, der die Linie auszeichnet, bleibt dadurch jedoch unverändert.

Begonnen hat alles vor genau 50 Jahren mit der Marke Klorane, die dieses Jahr ihr halbes Jahrhundert des Bestehens feiert.

Von Coiffeur René Furterer sei 1957 die andere Haarpflegelinie gegründet worden: «Bei «René Furterer» stehen ätherische Öle im Vordergrund, die in die Welt der Sinne entführen.» Die Marke werde noch immer in Salons vertrieben und sei an vielen Fashion Weeks in New York, Milano, Paris, London... präsent.

Eric Ducournau, (CEO von Pierre Fabre Dermo-Kosmetik) und Giuseppe Mele (European Director von Pierre Fabre Dermo-Kosmetik) zählten auch zu den Anwesenden an diesem Abend. Beide hatten vor dem Event bereits einige Apotheken besichtigt und genossen das Vergnügen, die Kunden in diesem festlichen Rahmen persönlich kennenzulernen. Die beiden prominenten Gäste aus Frankreich waren von der Aufmerksamkeit und dem Engagement der Schweizer Apothekerinnen und Apotheker äusserst beeindruckt.

Nachdem die edle Longchamp-Tasche eine strahlende Besitzerin gefunden hatte, genossen die Gäste den Film «How to Be Single» – eine unterhaltende Komödie über das Singleleben. //

AUSZEICHNUNGEN

- Pierre Fabre wurde kürzlich vom Prüfungsinstitut AFAQ die Auszeichnung «Exemplary» für ihre nachhaltige und ethische Geschäftspolitik verliehen – als weltweit einzigem Unternehmen in seiner Grössenordnung.
- Die Schweizer Filiale von Pierre Fabre erhielt von der Handelskammer Frankreich-Schweiz den Nachhaltigkeitspreis 2016.
- Das Institut Klorane erhielt von der UNESCO den «Green Citizens Award» für sein Projekt «Die grosse grüne Mauer» in Afrika.
- Eau Thermale Avène ist bereits langjähriger Partner der European Skin Cancer Foundation.