



LES DÉCIDEURS

PAR Carole Bellemare avec Corinne Caillaud

www.lefigaro.fr/decideurs



➔ Vemedia : Yvan Vindevogel relance la marque Oenobiol rachetée à Sanofi

La protection solaire, les soins capillaires, la minceur, via les compléments alimentaires, Yvan Vindevogel est intarissable sur le sujet, lui qui vient de racheter la célèbre marque Oenobiol à Sanofi. Président et actionnaire du laboratoire Vemedia (25 %), spécialisé dans l'automédication et numéro un sur son marché aux Pays-Bas, le Belge rêvait depuis longtemps de s'ancrer sur ce marché de « *la beauté de l'intérieur* ». Et tout particulièrement de racheter Oenobiol : « *Ça faisait trente ans que j'étais amoureux de cette marque pionnière et innovante et de ses produits. J'ai toujours voulu la distribuer. J'ai pu l'acheter. C'est un rêve que je réalise.* »

Enthousiaste et passionné, cet entrepreneur de 53 ans, père de deux enfants et fan de football, baigne depuis toujours dans l'univers de la pharmacie et de l'automédication. Il aime à rappeler que « *vers 10-11 ans, (il) savait tout de l'extraction, de la macération et de la distillation* ». L'audace fera le reste. Il cofonde en 1987 la marque Omega Pharma, dont il revend ses parts huit ans plus tard à son associé pharmacien Marc Coucke, rencontré à l'armée. Lequel a cédé à son tour l'entreprise 3,6 milliards à un groupe américain... Vindevogel réitérera, lui, en rachetant en 2002 au belge Solvay sa bran-

che OTC aux Pays-Bas. Ce sera alors pour Vemedia, durant dix ans, une succession d'acquisitions dans le cadre d'une stratégie de croissance externe ambitieuse, dont une toute récente en Italie. Le groupe, basé à Diemen aux Pays-Bas et présent dans huit pays, s'impose notamment grâce à ses marques Valdispert (sommeil), Excilor (soins du pied) ou Rotier Cystiberry (infections urinaires).

Avec ses derniers achats, l'entrepreneur belge fait passer son chiffre d'affaires de 115 à 165 millions d'euros « *avec un Ebitda d'environ 20 %* ». Il voit dans Oenobiol un fort potentiel. Créée en 1985 par le Dr Marie Béjot, la marque a connu une croissance fulgurante jusqu'à sa revente en 2010 à Sanofi. Depuis, ses ventes ont été divisées par deux, à 27 millions d'euros. « *Il faut réveiller la Belle au bois dormant* », assène l'entrepreneur, qui veut reformer rapidement un partenariat avec les pharmaciens. Il veut aussi lancer une innovation majeure et retrouver un visage emblématique pour incarner la marque. Pour mener l'offensive, il a confié la direction générale de sa jeune filiale Vemedia Consumer Health France à Corinne Sandret, 43 ans, experte du secteur. Et compte poursuivre ses emplettes, aidé par le fonds anglais Industrie Kapital entré en 2013 au capital à hauteur de 65 %. « *On regarde pas mal de gros dossiers* », confie cet insatiable. **C. B.**