



**Nicole Senécal** fondatrice de Jouviance  
maintenant parmi les femmes entrepreneurs les plus influentes au Canada

Toronto, 14 octobre 2009 — Le 11<sup>e</sup> classement annuel PROFIT W100, qui regroupe les Canadiennes les plus influentes du milieu des affaires, vient tout juste d'être dévoilé et la Québécoise Nicole Senécal se retrouve au 73<sup>e</sup> rang de ce prestigieux palmarès. Publié par le magazine *PROFIT*, ce classement regroupe des femmes de tête qui se sont taillé une place dans le monde des affaires en offrant des produits et services de calibre international.

« Le palmarès PROFIT W100 de 2009 fait taire les stéréotypes à propos des femmes entrepreneurs », a déclaré Ian Portsmouth, rédacteur en chef de PROFIT. « Les femmes entrepreneurs les plus en vue sont à la tête de compagnies qui ont le vent dans les voiles et qui se retrouvent dans un large éventail de secteurs. On retrouve aussi dans ce palmarès des gestionnaires novatrices et des chefs d'équipes inspirantes, dont les sociétés sont particulièrement bien positionnées pour la reprise. »

En **2002**, à la suite d'une discussion avec le réputé dermatologue Guy Sylvestre, **Nicole Senécal** concrétise un nouveau projet qui s'ajoute à ses activités de consultante : la mise en marché, au sein de la communauté médicale, d'une crème antiâge novatrice, ultraconcentrée. Le produit se fonde sur les plus récentes recherches en dermatologie et est élaboré en collaboration avec le Dr Sylvestre.

En **2003**, Nicole Senécal fonde SoSen inc., qui assurera la distribution pour la nouvelle crème. En moins d'un an, la crème antiâge Jouviance acquiert le véritable statut de produit vedette, et est plébiscité par des spécialistes des produits de beauté comme Dominique Bertrand, ex-top modèle, animatrice de radio et à l'époque rédactrice en chef du magazine *Clin d'œil*. De **2004** à **2009**, Jouviance remporte un prix au palmarès **Top100 des produits de beauté du magazine Châtelaine**.

La demande pour le nouveau produit est telle, que le Groupe Jean Coutu convainc SoSen de l'offrir au rayon dermocosmétique de toutes ses succursales. D'autres grandes chaînes de pharmacies, notamment Pharmaprix, Uniprix, Brunet et Familiprix emboîtent le pas et, en **2007**, Shoppers Drug Mart – Pharmaprix dans le reste du Canada – commence à offrir la ligne Jouviance dans ses 1000 pharmacies partout au Canada.

Avec cette expansion de sa diffusion à travers tout le pays, la production de Jouviance quintuple et depuis son lancement, la crème antiâge Jouviance n'a jamais cessé de susciter la satisfaction et l'enthousiasme des consommatrices... et de bien des consommateurs.

Jouviance est donc en pleine expansion et prépare présentement son entrée sur le marché européen, prévue en 2010. Jouviance a également reçu l'agrément de **WeConnect Canada**, membre de *WeConnect International*, un organisme qui fait la promotion des entreprises détenues par des femmes.

#### À propos du magazine PROFIT

*PROFIT: Your Guide to Business* est la publication canadienne consacrée aux petites et moyennes entreprises qui couvre le mieux les dossiers relatifs à la gestion. Depuis plus de 25 ans, les entrepreneurs canadiens de divers secteurs restent loyaux à PROFIT, source fiable et opportune de renseignements utiles qui les aident à augmenter leurs produits d'exploitation, à doper leur rentabilité et à obtenir la reconnaissance qu'ils méritent pour avoir apporté des changements économiques et sociaux positifs. Publié six fois l'an par Les Éditions Rogers Ltée, le magazine PROFIT est presque exclusivement distribué aux dirigeants d'entreprises comptant entre 5 et 250 employés et générant des produits annuels de 1 M\$ à 25 M\$. Son lectorat est estimé à plus de 300 000 personnes dans l'ensemble du pays. Consultez PROFIT en ligne à l'adresse [www.profitmagazine.ca](http://www.profitmagazine.ca) (en anglais seulement).

-30-



Pour une entrevue, des photos ou des échantillons :  
Yasmin Grothé 514 524-1471 [yasmin@nataprod.com](mailto:yasmin@nataprod.com)