

tout-petits en pleine croissance

anti-fuite avec picots, ils permettent au bébé de passer en douceur du biberon à la tasse grâce au bec souple et aux anses amovibles qui les accompagnent. D'autres biberons (à tétine anti-fuite et ouverture en croix pour une autorégulation du débit) complètent la gamme. Mais c'est en matière de sucettes que la technicité développée par les fabricants est peut-être la plus probante. Physiologiques ou orthodontiques, les sucettes déploient des trésors d'innovation. Ils se traduisent, par exemple, par le système Nuby de Bébisol qui favorise la circulation de l'air et le massage des gencives lors de la succion, tout en réduisant la production de salive. La sucette Tétimouv, pour sa part, reproduit les mouvements de la tétée au sein. La gamme Dodie est tout aussi élaborée, qu'il s'agisse de sucettes (Massage pour masser palais et gencives, Classique, Color Line, visible la nuit, ou aérée pour réduire les risques d'irritation de la peau) ou de biberons. La gamme Initiation, par exemple, est étudiée pour faciliter le passage du sein au biberon. Elle est équipée de valves anti-coliques et de tétines anatomiques Softflow reproduisant la forme aplatie du téton maternel pendant la tétée. D'autres références de biberons se rangent sous la marque Dodie : Classique, Eveil, Nourrisson (biberon coudé), Micro (prise de médicaments ou vitamines), Educatif (avec anses ergonomiques).

Sur tous les circuits. La pharmacie a donc, aux yeux des jeunes mamans, un atout indéniable : celui de référencer des accessoires haut de gamme, là où le circuit GMS est réputé présenter une offre plus basique à prix attrayant. Une idée que nuance Florence Belmont, directrice marketing des Laboratoires Gilbert : « *S'il existe un différentiel de prix à l'avantage du circuit GMS, il ne concerne que les biberons classiques. En revanche, les prix pratiqués sur les biberons techniques sont globalement iden-*

tiques en grande surface et en pharmacie. » La sophistication des accessoires n'est donc pas l'apanage de la seule officine. On trouve, en effet, des références techniques au sein de marques distribuées en GMS ainsi que dans les magasins spécialisés (Nuk, Tigex, Bébé Confort...). « *La différence réside une fois de plus dans le conseil que le circuit va pouvoir*

apporter à la clientèle », rappelle Florence Belmont. Mais, selon elle, l'officine et les magasins spécialisés ne peuvent se concurrencer sur le marché des accessoires de nutrition. Leurs orientations respectives sont en effet totalement différentes, l'une étant axée sur le médicament et le soin, l'autre explorant l'univers du petit enfant, du mobilier aux vêtements. Or, chez le bébé, la nour-

riture est synonyme de santé. Tout ce qui y a trait conduit donc plus facilement les primipares à s'adresser à l'officine. Encore faut-il pouvoir fournir les réponses attendues. Une nécessité dont Avent Naturally a une conscience aiguë, ce qui a récemment permis à la marque d'augmenter le volume de ses ventes de plus de 30 %.

> ANNE-SOPHIE PICHARD

ONE TOUCH Ultra²

Un conseil de choix

OneTouch® Ultra®2,
c'est offrir à tous vos clients :

- **les avantages** du lecteur que vous connaissez :
 - même procédure de test,
 - même bandelette réactive que le OneTouch Ultra,
 - fiabilité reconnue**
- **des innovations en plus :**
 - écran large et rétroéclairé,
 - codage et navigation simplifiés,
 - messages explicites,
 - possibilité d'enregistrer des informations utiles...

Pour vous et vos clients
24 heures/24, 7 jours/7
LifeScan Services*** au
N° Vert 0 800 459 459
APPEL GRATUIT

www.LifeScan.fr

LIFESCAN
a Johnson & Johnson company

* Source IMS France CMA Décembre 2006.
**Bandelettes OneTouch Ultra : démonstration de l'équivalence des lecteurs et de leur fiabilité. LifeScan Inc. Milpitas Californie 2006
*** Appel gratuit depuis un poste fixe. Conformément à la loi informatique et liberté n° 2004-601 du 06 août 2004 Loi relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données personnelles et modifiant la loi n° 78-17 du 06 janvier 1978 relative à l'informatique aux fichiers et aux libertés. Vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données personnelles qui vous concernent auprès de LifeScan « a Johnson & Johnson company » - 1, rue Camille Desmoulins - TSA 40007 - 92787 Issy-Les-Moulineaux cedex 9.

Cinq questions « biberon-sucette » auxquelles il faut savoir répondre

Quoi de plus simple qu'un biberon ? Quoi de plus courant qu'une sucette ? Ces objets présentent pourtant certaines subtilités qu'il est important de connaître si l'on veut assurer un conseil efficace et parer aux questions les plus précises :

- **Le biberon est-il muni d'une valve ?** Celle-ci peut se situer à même la tétine, dans sa collerette ou encore se trouver dans le fond du biberon. Lors de la succion, la valve régule l'arrivée d'air et le débit de lait, réduisant ainsi les risques d'absorption d'air à l'origine des coliques et des hoquets du nourrisson.
- **Les tétines adaptables au biberon existent-elles en version silicone et caoutchouc ?** En effet, certains enfants peuvent manifester une préférence pour l'un des matériaux, sans parler du risque allergène que présente le caoutchouc. En outre, celui-ci est réputé faciliter la succion et convient donc bien aux bébés qui montrent des difficultés à téter.
- **Le gabarit du biberon est-il adapté au four à micro-ondes ?** Ce mode de chauffage de l'eau étant répandu, il faut veiller à ce que la taille du biberon ne lui en interdise pas l'accès.
- **Quelle est la durée de vie d'une sucette ?** Attention ! Une sucette n'est pas éternelle, même si elle est conçue pour résister aux fortes suctions exercées par le bébé. Sa durée de vie est d'environ deux mois, ce qui ne doit pas empêcher de vérifier régulièrement l'état de sa tételle.
- **Quelle est la différence entre une sucette physiologique et une sucette orthodontique ?** La première est adaptée au bébé habitué au sein de sa maman ; la seconde est conseillée aux bébés qui sucent leur pouce. Quant à la sucette cerise, elle imite la forme de la tétine du biberon.

CONSEILS D'EXPERT



« Technique et spécificité »

CHRISTINE CAMINAIDE > DIRIGEANTE DE LA SOCIETE CHRISTINE CAMINAIDE CONSEIL

LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN. – Il n'est pas rare de constater la pratique de prix élevés sur certaines collections de biberons en pharmacie. Cette orientation est-elle judicieuse et comment la justifier aux yeux de la clientèle ?

CHRISTINE CAMINAIDE. – Le prix est en effet central dans les motivations d'achat de la clientèle, mais cela n'empêche pas d'adopter des tarifs élevés. Le tout est de rester cohérent avec sa zone de chalandise. Je ne saurais que conseiller d'observer les prix que pratiquent les circuits de distribution alentour. Déplacez-vous dans les magasins et faites un relevé de prix.

Ensuite, vous pourrez étiqueter vos accessoires en fonction. Bien sûr, il n'est pas possible de concurrencer à ce niveau une grande surface dont les volumes, et donc les conditions d'achats, sont différents des vôtres.

Mais vous pouvez mettre en avant la technicité d'une gamme ou la spécificité de votre offre. Ce sont des atouts qu'un prix élevé peut justifier.

Quel type de conseils une jeune maman est-elle en droit d'attendre de la part du pharmacien ?

Les primipares et les futures mamans cherchent des explications que l'allaitement, même artificiel, ne peut que susciter : les vitesses sur la tétine doivent être positionnées strictement en face de la bouche au moment de la tétée. Beaucoup de femmes pensent que régler la tétine entre deux vitesses offre une moyenne dans le débit de lait, mais c'est faux. Ce positionnement provoque l'ouverture maximale de la tétine. Il faut l'expliquer aux clientes.

Autre cas de figure, celui de la maman qui prépare l'arrivée du bébé et constitue son stock d'accessoires : conseillez-lui d'acheter deux thermomètres, l'un pour le domicile et l'autre destiné au sac à langer, car il n'est pas rare qu'un enfant se mette à avoir de la fièvre quand il est loin de chez lui. Autre incontournable auquel on pense peu, la solution de réhydratation orale qu'il vaut mieux prévoir pour parer à

tout besoin subit. Indiquez également l'utilité d'avoir un mouche-bébé qui permet d'agir dès les premiers signes de rhume.

Enfin, expliquez que le nettoyage des yeux du bébé se fait des tempes vers le nez (du plus propre vers le plus sale) et non l'inverse. Le geste s'effectue à l'aide de compresses et non d'éponges (à réserver au bain de bébé), véritables nids à bactéries.

Hormis la technique dont font preuve certains produits, quelle valeur ajoutée peut-on mettre en avant dans le rayon des accessoires bébé ?

Misez sur la spécificité de références que la pharmacie est souvent la seule à proposer : les récipients ou sachets pour recueillir le lait maternel, les accessoires qui facilitent la prise de médicament chez le bébé (dosettes, tétines avec réservoir), les dispositifs pour mamelon ombiliqué.

Comment composer le linéaire ?

Pour les biberons et sucettes, référencez une gamme à prix d'appel et une gamme

technique à prix plus élevé. Puis présentez tous les accessoires associés : anneaux de dentition, gobelets, goupillons, ainsi que les mouche-bébés, les compresses et les produits spécifiques (tétines réservoirs, récipients pour conserver le lait maternel...). Le matériel plus imposant, c'est-à-dire les tire-lait, les mouche-bébés électroniques, le matériel de stérilisation, peut être exposé sous forme de visuel avant d'être commandé (n'oublions pas que nous bénéficions de deux livraisons par jour).

A quel moment attirer l'attention de la future clientèle sur l'offre que l'on propose ?

Dès la fin de la grossesse, vous pouvez parler des accessoires pour bébé. Même si la femme a opté pour l'allaitement maternel, elle devra prévoir quelques accessoires pour parer à toute éventualité (tarissement subit du lait, absence...). Tout ce discours peut aussi être tenu aux jeunes papas qui prennent une part de plus en plus active à la paternité.

> PROPOS RECUEILLIS PAR A.-S.P.