

Extrême sécurité

Avène ne déroge pas à sa réputation de marque sécurisante. Pour les bébés, elle a mis au point une crème hydratante stérile.



Massage à l'honneur

Sanoflore Bébé mise sur ses références « complices » comme la crème cocon et l'huile de massage.



Beau et bio

Récente sur le marché, la gamme Topicrem Bébé exploite le filon du bio et des textures gourmandes.



Stratégie

Mission échantillon

Comment mieux toucher les mères et les rendre inconditionnelles d'une marque si ce n'est en leur faisant essayer des produits là où la vie du nouveau-né commence : la maternité ? Capter les jeunes mamans à la source, alors qu'elles dispensent leurs premiers soins à leur bébé, est en effet une stratégie gagnante. Entre la remise de la fameuse boîte rose renfermant une sélection de références au miniformat, les partenariats noués avec les nurseries (qui mettent en libre-service des produits et, éventuellement, remettent, par l'entremise des sages-femmes, des échantillons ou des flacons), les ateliers organisés dans l'enceinte de l'hôpital (Mustela parraine des séances de massage), les mères sont largement sollicitées. Dans l'officine, l'échantillonnage reste tout autant un moyen idéal pour faire tester les produits et susciter leur achat. **C.D.L.**

lève Sybille Foing. Les actions de promotions menées depuis environ deux ans animent bien le point de vente. » Mustela, pour répondre à une attente décelée lors d'une récente étude (2011, panel de 500 pharmacies), propose désormais aux officinaux des formations visant à générer du trafic en les aidant à acquérir des réflexes commerciaux d'associations de produits. Force est de constater que les prix de vente en pharmacie ont tendance à s'infléchir. Il s'agit de concurrencer les grandes surfaces et d'adapter les tarifs à la crise.

Les « classiques » séduisent toujours parce qu'ils répondent à un réel besoin. Ainsi, les savons et syndets enregistrent une hausse de + 2,9 % en volume (source IMS). En comparaison, les soins bébés représentent une part réduite du marché mais non négligeable. « Le poids des soins par rapport aux produits d'hygiène est plus importante en pharmacie qu'en GMS. Cela prouve bien qu'ils sont regardés comme indispensables dans le circuit pharmaceutique et qu'ils répondent à une attente », souligne Céline Stacchetti. L'hydratation des

peaux très sèches et atopiques constitue un axe fort du marché, même si son poids reste relatif en raison d'une utilisation plus ponctuelle des produits se rattachant à cette sphère (la classe des hydratants représentant 4,7 % de parts de marché, en volume, et les soins nourrissants et protecteurs 5,9 %, source OSPHarm).

Entre autres nouveautés, citons le liniment Erytéal de Klorane ou le baume relipidant Stelatopia de Mustela. Proposer des réponses optimales aux problématiques cutanées des bébés (rougeurs du siège, croûtes de lait, etc.) reste, en effet, la chasse gardée de l'officine.

Carole De Landtsheer

Relevé de prix des produits les plus vendus en valeur

	Mustela Physiobébé fluide 500 ml	Mustela Dermo-nettoyant 500 ml	Mustela lingettes apaisantes pack de 70	Mustela lait de toilette 750 ml	Klorane gel moussant corps et cheveux 500 ml x 2
Prix moyen	7,27 €	6,92 €	4,57 €	8,58 €	11,25 €
Prix pratiqué dans les pharmacies les plus dynamiques	7,08 €	6,80 €	4,61 €	8,34 €	10,92 €

Source OSPHarm - janvier 2012

mul annuel mobile à novembre 2011), le Dermo-Nettoyant Mustela (10,1 %) ou encore le gel moussant 2 en 1 Klorane (2,9 %). Fait notable, les lingettes enregistrent une forte progression : + 33,7 % en volume et + 24,8 % en valeur (source IMS, en cumul annuel mobile à décembre 2011). Multiusages et « nomades », elle se distinguent par leur grande praticité, un avantage non négligeable quand il s'agit de changer son bébé 7 à 8 huit fois par jour !

Mustela, qui a récemment lancé les premières lingettes sans parfum, participe de plein fouet à la croissance de ce segment, s'arrogeant 67,9 % de parts de marché en volume fin 2011. « Ces lingettes peuvent jouer le rôle de produits d'appel à des prix attractifs, re-