



**forumsanté**  
Se parler, c'est essentiel.

Pharmacien  
**manager**

press  
& play

**LSA**

Des compléments alimentaires pour enfants

Le groupe Ginko arrive sur les compléments alimentaires avec une nouvelle marque, Ginko Swiss. Elle commence chez les enfants avec des produits en forme d'oursin.



**O**n a toujours dit que les enfants sont difficiles ! Dans le temps, ils rechignaient à prendre leur cuillère d'huile de foie de mame. Puis après leurs cachets de vitamines, pourtant plus «sympas». Mais pas forcément, d'ailleurs. Pour palier cela, Ginko, connue pour sa marque d'éducateurs Hermesetas, a profité de la chute de la forme «oursin» dans le domaine public. Et a décidé de se lancer sur les compléments alimentaires pour les bambins.

**Pas de risque de surdosage!** Depuis janvier, elle propose des vitamines en forme d'oursins, sous la griffe Ginko Swiss. «Il n'est pas forcément facile de faire avaler une pilule à un enfant», explique Hélène

Leclère, directrice marketing de la marque. Avec cette formule, les petits risquent de vouloir en prendre plus d'une ! «Le bouchon est sécurisé», rassure Hélène Leclère. Et même en cas de surdosage, il n'y a pas de danger. «Ginko Swiss propose deux références, soit orange (vitamine C) et soit fraise (vitamines A, C, D, E). Les produits sont sans colorant artificiel et vendus par boîte de 30 oursins – soit 30 jours d'utilisation, au prix de 8,90 €. Si, pour l'instant, le groupe met davantage en avant ces vitamines, d'autres références suivent. Sur des segments différents, comme celui des sportifs, toujours avec une communication un peu plus décalée et moins classique que ce qui se voit traditionnellement



**DES OURSINS VITAMINÉS !**

La nouvelle marque Ginko Swiss, spécialisée dans les compléments alimentaires pour tous, propose pour les enfants à partir de 3 ans Ginko Orange (riche en vitamine C) et Ginko Fraise (riche en vitamines A, D, E et C), des gomme gélifiées multivitaminées, sans colorant, en forme d'oursins.

Boîte de 30 oursins (un mois d'utilisation), disponible notamment en pharmacies et parapharmacies.

**COSMOPOLITAN**



Les **48** vrais plaisirs de la rentrée



**Ginko affiche ses ambitions**  
Ginko reveals its ambitions

Le groupe Ginko entend renforcer son image santé alimentaire – c'est lui qui distribue l'éducateur Hermesetas – en se lançant sur le marché français des compléments alimentaires pour le tonus et la vitalité, sous la marque Ginko. Originalité : tous les circuits de distribution sont couverts comme l'explique Mélanie Leclère, responsable marketing. The Ginko Group – le distributeur de Hermesetas sweeter – intends to strengthen its image in the health food segment by stepping into the French market for energy and vitality supplements with the Ginko+ brand. Its originality: a strong presence on all distribution channels, as explained by Melanie Leclère, marketing manager.

**101 M€**  
Ventes compléments alimentaires tonus et vitalité en officine / Energy and vitality food supplements sales in pharmacies

**3,5 M€**  
Ventes compléments jeunes / Sales of supplements for children

**Actif's Magazine :**  
En quoi votre marque est-elle différenciante ?

**Mélanie Leclère :** Nous cibons un marché – celui des compléments multivitaminés – qui, à nos yeux, est flou et non clairement défini, proposant des compléments aux actions uniques. Ce qui oblige le consommateur à acheter plusieurs produits pour combler ses besoins nutritionnels. De fait, les consommateurs sont noyés dans une masse d'offres avec de multiples intervenants, des promesses encore bien souvent trop floues, une efficacité pas toujours à la hauteur. Chez Ginko, nous avons décidé d'aider ces consommateurs qui recherchent qualité, efficacité, des produits rassurants et innovants, à travers une offre ciblée et simple. La gamme est courte, organisée par côtes, en réponse à des besoins nutritionnels complets (Energy + Tonus immédiat, vitamine C et multivitamines pour enfants, prévention +

os et cartilages). Riches en vitamines, oligo-éléments, minéraux, ce sont des compléments = 3 actions en 1 –. Les vitamines destinées aux enfants de plus de trois ans en sont un bon exemple. Cette cible représente la moitié du marché des vitamines. Il n'est malheureusement pas couvert aujourd'hui, les produits offerts n'étant pas adaptés aux enfants. C'est pour cela que nous avons cherché à aider les mamans à donner facilement et de manière ludique des vitamines aux enfants. D'où l'utilisation de la gomme à mâcher gélifiée au goût d'orange (vitamine C) ou de fraise (multi-vitamines) : une gomme par jour apporte 100 % des AJR.

**Actif's Magazine :**  
La gamme est positionnée dans plusieurs univers de distribution – en occurrence les pharmacies, parapharmacies et les grandes surfaces – concurrents les uns des autres. N'est-ce pas risqué ? Comment

**comptez-vous travailler auprès de ces circuits ?**

**Mélanie Leclère :** Pour les officines et les parapharmacies, nous disposons d'une équipe de délégués pharmaceutiques intégrés à notre entreprise. Nous allons nous positionner dans des circuits où notre notoriété, du moins celle de la marque d'éducateur Hermesetas, est établie (NDLR : c'est le numéro 2 du marché derrière Candèrel dans l'Hexagone). Nous ne sommes pas dans le même créneau que les acteurs du marché, car nous proposons une offre claire et explicite, un packaging visible permettant une compréhension efficace de la promesse. Le lancement, à l'origine hexagonal, devrait être suivi par un développement européen.

**Actif's Magazine :**  
What makes your range stand out?  
**Mélanie Leclère :**  
We are targeting a market – that of multivitamin supplements – which, in

**Femme Actuelle**

**VITALITÉ BONBONS STARTERS**  
Ils renferment un trio de choc : vitamine C, magnésium, détoxine (sacré) pour un coup de boost immédiat. A croquer sans abuser... Energy + Ginko Swiss, 4 € les 3 tubes, en pharmacies et chez Carrefour, Auchan...

**MISE AU POINT SEL OU SODIUM?**  
Lorsque vous lisez la mention «chlorure de sodium» sur un paquet alimentaire, il faut multiplier ce chiffre par 2,54 pour avoir le taux de sel.

**De bonnes recettes anti-cholestérol sur femmeactuelle.fr**

**Gazelle**  
LE MAGAZINE DE LA FEMME MAGHRÉBINE  
www.gazellemag.com



**UC CHOISIR**

**COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES Les bambins n'en ont pas besoin**

En forme d'oursin, des compléments alimentaires destinés aux enfants à partir de 3 ans sont proposés par la marque Ginko Swiss. Formidable : les bambins avalent leur dose quotidienne de vitamines sans rechigner. Blague à part, suggère aux enfants qu'ils ont besoin de ces pilules mince pour être en bonne santé n'est pas une bonne idée. Une alimentation variée suffit largement à apporter les vitamines et minéraux indispensables. L'oursin goat orange apporte de la vitamine C. Manger des fruits et légumes chaque jour permet d'en absorber une dose très largement suffisante et les enfants français n'en manquent pas. Par ailleurs,

**forumsanté** magazine

**aidants**  
Vos vaccins, c'est de vos efforts...  
DOSSIER DU MOIS  
pour nos parents  
des idées pour respirer  
c'est essentiel  
comment les aider à mieux manger ?  
Qu'il faut

Revue de la filière agroalimentaire  
**FOOD** magazine  
L'ALIMENTAIRE À LA LOUPE !

**et ailleurs**  
GINKO + SWISS  
Compléments alimentaires ludiques

Un nouvel acteur s'inspire sur le marché du complément alimentaire en GMS. Ainsi le groupe Ginko, connu pour ses éducateurs Hermesetas, propose la gamme Ginko + Swiss. Soit 5 produits à base de vitamines et minéraux. Comfort + Ménopause et Prévention + Os et cartilages visent les seniors. S'ajoute le complexe antioxydant Prévention + Forme et Santé. Mais c'est avec les références Energy+ et Oursins que Ginko Swiss se démarque. Energy+ est une pastille à sucer + coup de boost + à base de vitamine C et détoxine. Elle est vendue en pack en 3 tubes aux parfums différents : orange, citron et fraise. Quant aux Ginko Oursins, enrichis en vitamine C (100 % des AJR pour un oursin), ils se présentent comme des bonbons en gélatine au goût orange ou fraise.

**PPC\*** à 1,90 € la boîte de 30 oursins, 4 € le pack de 3 tubes Energy+ (soit 33 pastilles).

**Notes avis :** La limite entre complément alimentaire et bonbon est floue. Ginko + Swiss arrive donc à point nommé également en pharmacie, un niveau de proximité qui permet de bien informer le consommateur (3 seul Oursin par jour / 3. Car les demandes sont parfois très attendues en fin d'année : Ginko prépare une campagne pub TV et presse.

helloston

carre chic .com

ACTUKids  
www.actukids.com

24hSanté  
notre Santé - notre Famille - notre Planète

jemesensbien.fr