



# Biberon Ré

## UNE NOUVEL

Premier biberon hygiénique et antiaérophagique, Rémond a révolutionné l'univers du bébé en 1946. Aux mains de la même famille depuis trois générations, Rémond modernise son image et réaffirme son orientation bien-être.

**N**ous sommes au sortir de la Seconde Guerre mondiale. A l'époque, le biberon alors en vogue, le Robert, se présentait sous la forme d'une petite bouteille à petit goulot sur lequel on plaçait la tétine en caoutchouc avec les mains. Sensible à l'enjeu de l'hygiène et de la propreté, Raymond Lemoine alors grossiste en articles en verre pour les laboratoires et les hôpitaux, s'interroge sur la manière d'apporter une solution. "Il fournissait des bouteilles pour conditionner l'alcool, l'éther, l'eau oxygénée. On utilisait alors pour rendre étanche les bouteilles au contenu très volatile un bouchon qu'il avait inventé, une capsule en aluminium à vis avec au fond un rond de liège. Ce système de fermeture avait pour nom : bouchage à l'émeri", raconte Colette Amos, sa fille, responsable du service publicité et communication de la société

dBd Remond. "Raymond Lemoine eut l'idée d'adapter un pas de vis sur le col des biberons qu'il vendait aux hôpitaux et sur lesquels on adaptait jusqu'alors une tétine avec les mains. Il demanda donc à des verriers de fabriquer un moule de biberon à ouverture large". Désormais, on ne touchera plus la tétine stérilisée avec les doigts et pour la protéger des microbes, on créa le capuchon ou protège tétine. D'abord fabriqué en bakélite noire, le protège tétine épousait la forme de la tétine. Dans les années 1960, il prit une forme conique et le bakélite laissa la place au polypropylène.



# mond, Le naissance

## A la pointe de l'hygiène

Lancé en 1946, dans les hôpitaux, le premier biberon hygiénique l'est sous le nom Rémond "probablement parce qu'un autre biberon s'appelait Robert", suppose Colette Amos. Durant les années 1950, Rémond travaille en étroite collaboration avec le corps médical en inventant des tétines spécifiques pour prématurés (tétine Préma) et pour enfants atteints de division

palatine ou voûte du palais non soudée avec bec de lièvre (tétine Sanpal). La marque devient fournisseur des hôpitaux de l'Assistance Publique, de l'Institut de Puériculture de Paris et de nombreux hôpitaux de province. Ses innovations la singularisent comme le biberon de 110 ml pour la maternité, la tétine anti-hoquet, la tétine Régul'Air avec 15 régulateurs d'air qui offre le premier biberon antiaérophagique, la tétine Varitétine à débit variable, la tétine en silicone. Toujours à la pointe de l'hygiène, Rémond n'oublie pas la nécessité de stériliser le biberon et les tétines, et propose le stérilisateur Rémond automatique sous-pression en duralinox et le chauffe-biberon électrique, qui, avec le biberon hygiénique, forment "la triade hygiénique". Eaux alors conseillées pour les biberons ? Evian et Volvic. Au fil des ans la gamme des produits Rémond s'étend à tous les moments de la vie du bébé, le repas, la toilette, le sommeil ou l'éveil. C'est pour faciliter la promenade ou le voyage que Rémond crée Conservcho et Thermocho, biberon spécial isotherme qui garde le biberon au chaud. La marque propose également des articles pour la prévention tel le Remondphone destiné à surveiller le bébé à distance. Elle propose également des couches Remondouce, des culottes et des assiettes chauffantes Tout-o-cho ! La marque communique essentiellement dans la presse, parfois de manière involontaire comme en mai 1975, quand Sheila donnant le biberon Rémond à son nouveau-né Ludovic fait la une de *Jours de France* ! Simone Garnier prêterait quelque temps son visage à des campagnes. Au cours des années 1990, Rémond propose deux cents articles pour l'hygiène, le confort et la prévention des risques d'accidents. Elle obtient



1950 - 2010





l'hygiène alimentaire de bébé  
c'est toujours  
**Remond**

en 1994 le premier trophée de la normalisation. La marque franchit l'Hexagone au début des années 1960 pour l'Afrique du nord et l'Afrique noire et réalise au cours des années 1970, 20 % de ses ventes à l'international. Dans les années 1990, des dizaines de millions de biberons Remond sont vendus dans le monde entier, jusqu'aux Etats-Unis, Venezuela, Japon, Taiwan. Preuve que la marque est inscrite dans l'imaginaire : le restaurant parisien *Au refuge des fondus* propose aux nostalgiques de boire des cocktails et le vin dans des biberons Remond ! Les cinéphiles, spécialistes du placement de produit, sauront trouver le biberon Remond dans *Gazon maudit* et *3 hommes et un couffin* !

### Remond devient dBb

Parallèlement au développement de Remond, le marché a accueilli de nouveaux acteurs et compte aujourd'hui une dizaine de marques, certaines comme Dodie, Bébisol, marques de laboratoires vendues en pharmacie, et d'autres comme Bébé Confort vendues dans les magasins de puériculture Bébé 9 (ex France maternité), Natalys, Aubert, New Baby, Autour de bébé et dans les GMS. Pour sa part, Remond est principalement vendu dans des magasins de puériculture et ponctuellement dans les GMS et, depuis peu dans le e-commerce. Marché pour le moins singulier : "le client final n'est pas, comme on pourrait le penser, la mère, mais l'acheteur de l'enseigne qui décide ou

non de référencer le produit", précise Colette Amos. Aujourd'hui, la marque, dont la cible va de 0 à cinq ans, est présente dans neuf territoires<sup>1</sup> mais "son nom, Remond, n'est pas moderne, ce n'est pas un prénom à la mode et il ne traduit pas la diversité de l'offre", analyse Nicolas Schulmeister, agence Spub. La réflexion engagée en 2007 avec l'agence pour repositionner la marque débouche en 2009 sur une modernisation qui touche aussi bien le nom, le logo, le packaging et les produits. Si le nouveau nom dBb entend illustrer le territoire du bébé, oralement (des bébés) et visuellement avec la forme ronde du "B" qui rappelle la femme enceinte, la caution Remond figure sous les trois lettres dBb "pour rassurer particulièrement les clients d'Afrique du nord, d'Afrique noire et d'Outre-mer qui sont très attachés à cette marque et qui authentifient le produit", explique Colette Amos<sup>2</sup>. Autre signe du rajeunissement de la marque, le nouveau logo, de couleur turquoise, rappelle le bleu layette et le milieu hospitalier, tout en donnant un ton plus dynamique. Le graphisme, épuré, réaffirme l'attribut toujours paramédical de la marque. Des produits dotés d'un nouveau design plus moderne et coloré viennent également enrichir l'offre mise en scène dans un nouveau site internet, [www.lesitedbb.fr](http://www.lesitedbb.fr).



L'innovation au service de l'hygiène est toujours au cœur de la marque comme cette nouvelle sucette Libellule & Coccinelle qui se referme automatiquement quand bébé la lâche. Hygiène toujours quand les tétines dBb sont en caoutchouc pur sans allergisant et non en latex. Une fois par an, un catalogue conçu sous la forme d'un journal *dBb news*, présente la collection dans les magasins. Seule marque à fabriquer des biberons également en verre, dBb Remond

est bien placé pour répondre à la demande puisque, depuis 2009, à la suite de plaintes venant des Etats-Unis et du Canada, le bisphénol A<sup>3</sup> est mis en cause dans la fabrication des biberons plastiques en polycarbonate. Hygiène, toujours... ■

1 - Allaitement, biberonnerie, large ouverture, éveil, hygiène, sourire, repas, prévention, sucette.

2 - Le nom Remond figure également dans le nom de la société : la Sebir ou Société d'exploitation du Biberon Remond.

3 - Pour durcir le polycarbonate, on ajoute du bisphénol qui se libérerait dans le micro-ondes et qui serait cancérigène.