

Le client pubère

Malgré la taille réduite de leur porte-monnaie, les adolescents sont des clients intéressants pour les drogueries. Un bon conseil peut être à l'origine d'une relation longue et fidèle entre client et droguiste.



Adolescent: être qui, sans prévenir, se prend d'un intérêt soudain pour son apparence et veut tester de toutes les manières possibles l'effet qu'il produit.

Les ados s'efforcent d'avoir l'air «cool», mais les questions et les incertitudes se bousculent dans leur tête. Si un jour une fille ou un garçon se retrouvent dans votre droguerie sans leur mère, ils seront à coup sûr ouverts à toutes les nouveautés, reconnaissants si vous vous montrez discret et intéressés par quelques bons conseils. Les spécialistes considèrent la période de la puberté comme la phase la plus marquante de toute une vie, voire comme une deuxième naissance. En effet, le corps n'est pas le seul à subir des «restructurations»: pour le cerveau, c'est l'heure du grand chambardement.

Du nouveau dans la recherche

Comment et pourquoi la puberté se déclenche-t-elle? Les chercheurs n'ont pas encore de réponse, bien qu'ils aient ré-

cemment découvert le «gène de la puberté». Situé sur le chromosome 19, le gène GPR54 est à l'origine de nombreux changements. Une seule chose est sûre: la puberté – et donc la maturité sexuelle – a tendance à intervenir de plus en plus tôt. Dans les années 50, les filles avaient leurs premières règles à 13,1 ans en moyenne; quarante ans plus tard, elles les ont déjà un an plus tôt. Quant aux jeunes garçons, ils connaissent leur première éjaculation à 14,2 ans en 1980; dix ans plus tard, ce moment était avancé en moyenne d'une année et demi.

De récentes recherches montrent par ailleurs que, chez les filles, le début de la puberté est lié au poids. De jeunes filles en léger surpoids entrent dans la puberté avant des filles accusant un poids insuffisant ou pratiquant un sport de compétition. Un dernier détail assez intéressant: en vigueur depuis des années, la «règle» qui voulait que les garçons aient beaucoup de retard sur les filles en matière de développement n'a plus lieu d'être, du moins en ce qui concerne l'entrée dans la puberté. En effet, la maturité sexuelle féminine ne débute chez les filles que quelques mois avant celle des garçons – un an au maximum. Alors évitez de vous montrer trop surpris si vos clients ont l'air d'être à peine secs derrière les oreilles...

Du soin capillaire au préservatif

S'il est vrai que les adolescents ont toujours le cœur à faire de nouvelles expériences, ils restent en principe peu aptes à apprécier leur prise de risques. Les neurobiologistes décrivent le comportement à risques des jeunes gens par une image très parlante: un adolescent ressemble à un avion qui cherche à prendre son envol sur la piste de décollage pendant que les techniciens construisent encore le système de navigation du cockpit. Autrement dit, si des cheveux blonds doivent brusquement passer au bleu, pourquoi pas? Mais pour que cette expérience ne se transforme pas en atterrissage en catastrophe (et en larmes!),

un adolescent sera reconnaissant à qui voudra bien lui prodiguer quelques recommandations avisées. Les bons conseils concernant la lutte contre les boutons d'acné sont tout aussi appréciés, de même que tout ce qui concerne les premières règles ou l'achat de préservatifs. Si vous les prenez au sérieux, que vous les traitez comme des adultes et que vous abordez les sujets pénibles en faisant preuve de discrétion, vous aurez tous les ados dans votre poche!

Un dernier conseil: ne prenez pas trop à cœur le ton maladroit – éventuellement malpoli – des adolescents. Pendant cette phase de leur développement, il y a une

période où les jeunes gens perdent le sens du comportement en société. Les chercheurs affirment que, chez les ados entre 12 et 18 ans, la sensibilité vis-à-vis d'autrui peut diminuer jusqu'à 20% par rapport à la normale. «Ils ne savent pas ce qu'ils font»: une «sentence» qui correspond à merveille à la période de l'adolescence. Pourquoi ne pas demander à vos apprentis de se charger des conseils à vos clients ados? Rien ne vaut quelqu'un qui parle la même langue que soi pour se sentir en confiance.

Katharina Rederer/trad: dg