d-inside

Informations professionnelles et spécialisées
de l'Association suisse des droguistes

Décembre 2013/janvier 2014

Economiser l'énergie en droguerie

Les brèves

4 L'actualité de la branche

Zoom sur…

10 La durabilité en entreprise

Branche

6 Assemblée des délégués 2013

9 L'association argovienne des droguistes fête ses 85 ans

15 Galderma Spirig célèbre son entrée sur le marché suisse

20 Forum de la droguerie: évolution et tendances en cosmétique

22 Enseignement du lobbying au Palais fédéral

Interview

16 Marc Wannhoff: directeur général de Galderma Spirig Switzerland

Rubriques

25 Le droit au travail: série «burn-out», 4e partie

27 Le calendrier de la branche

29 Le marché de l'emploi

31 De fil en aiguille

Travailler avec plaisir et enthousiasme

Bientôt Noël! Tout brille et scintille! Les décorations illuminent vitrines et zones piétonnes. Quitte à frôler l'excès. Les drogueries, considérées comme des entreprises conscientes de leurs responsabilités environnementales par l'opinion publique, auraient ainsi tout avantage à réfléchir à leur éclairage en période de fête. Choisir les bons luminaires et les utiliser à bon escient peut souligner l'approche durable choisie par le magasin tout en permettant d'économiser de l'énergie et de ménager le porte-monnaie. D'ailleurs, contrôler les appareils électriques, le chauffage et l'aération peut aussi faire des miracles. Rendez-vous en page 10 pour en savoir plus.

Pour la branche de la droguerie, l'hiver a commencé sur les chapeaux de roues. Au forum de la droguerie, des experts se sont penchés sur le potentiel des produits cosmétiques de marque pour la droguerie. Et un nouveau «global player» dans le domaine de la dermatologie a vu le jour sous le nom de Galderma Spirig, lequel mise à 100 % sur le commerce spécialisé. Enfin, la relève de la droguerie a pu rencontrer le conseiller fédéral Alain Berset au Palais fédéral: le ministre de la santé a pris le temps de discuter avec les étudiants de l'ESD.

Puissent les jours de fête à venir nous inciter à nous réjouir, pour une fois, de tout ce que nous avons réalisé. Pour vous présenter mes vœux, je me réfère à une jeune droguiste qui a pris la parole lors de l'assemblée des délégués et souhaite donc à tous les droguistes de toujours exercer leur métier avec plaisir et enthousiasme.

Lukas Fuhrer, *l.fuhrer@drogistenverband.*

Vos clients trouveront également des informations passionnantes sur des thèmes en lien avec la santé sur: **www.vitagate.ch**

Impressum d-inside
Organe officiel de l'Association suisse des droguistes, case postale 3516, 2500 Bienne 3; *info@drogistenverband.ch*, *www.droguerie.ch*

direction: Martin Bangerter; *rédacteur en chef:* Heinrich Gasser (hrg); *rédacteur en chef adjoint:* Lukas Fuhrer (lf); *traduction:* Claudia Spätig, Daphné Grekos, Marie-Noëlle Hofmann; *annonces:* Josef Nietlispach (jn), *inserate@drogistenverband.ch*; *conseils spécialisés:* Julia Burgener (service scientifique), Andrea Ullius (droguiste ES); *mise en page:* Odette Montandon; *Couverture:* Corinne Futterlieb

Abonnements: Antonella Schilirò, téléphone 032 328 50 30, *a.schiliro@drogistenverband.ch*;
ISSN 1662-338X; Fr. 75.–/an, 2e abonnement Fr. 56.–, plus 2,5 % TVA.

ANGESTELLTE DROGISTEN SUISSE d-inside est le média d'«Employés Droguistes Suisse» Bureau et conseil juridique

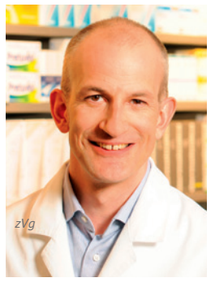
Regula Steinemann, Gerbergasse 26, case postale 644, 4001 Bâle, téléphone 061 261 45 45; caissier et administration des membres: Reto Karich; www.drogisten.org, info@drogisten.org

Vifor Pharma
Nous sommes donateurs de l'ASD et de l'ESD

L'ASD publie pour la septième fois la brochure «La droguerie»: une source d'informations abondante pour tous ceux qui ont un lien avec la droguerie.

La nouvelle brochure de l'ASD «La droguerie» donne un aperçu complet et aisément compréhensible du marché de l'automédication et de la beauté en Suisse. La publication présente également les résultats d'une enquête représentative sur l'image. Cette enquête montre que la droguerie est connue auprès de la population comme lieu de vente des produits de santé et de beauté et est particulièrement attractive pour les personnes âgées. Un tiers des personnes interrogées a indiqué acheter «souvent» ou «très souvent» des produits de santé en droguerie. «La droguerie» présente également l'organisation et les buts de l'Association suisse des droguistes et donne des informations sur l'évolution de la branche. Les membres de l'association recevront la brochure d'informations par poste en décembre. *réd.*

Fabian Vaucher président de la Société suisse des pharmaciens



La Société suisse des pharmaciens aura dès 2015 un nouveau président. L'Assemblée des délégués des 12 et 13 novembre a élu le pharmacien argovien **Fabian Vaucher.** Il succédera le 1er janvier 2015 à Dominique Jordan. **Martin Bangerter,** président central de l'ASD, félicite Fabian Vaucher pour son élection: «Mais pour le moment, nous nous réjouissons de poursuivre notre bonne collaboration et nos excellents échanges avec le président en poste Dominique Jordan.» *réd.*

Hygiène buccale pour prévenir le cancer

Jusqu'à 80 % des maladies cancéreuses de la cavité buccopharyngée peuvent être imputées aux papillomavirus (HPV). Il semble que de petites blessures, par exemple dues à des inflammations persistantes des gencives servent aux virus de porte d'entrée dans les tissus, rapporte le «Apotheken Umschau» en se fondant sur des recherches américaines. Une bonne hygiène buccale pourrait réduire de moitié le risque de cancer de la bouche et de la gorge. *cdp*

Conseils pour mobiles et internet

Organiser son quotidien de manière durable

Vivre de manière responsable et acheter de manière durable: plus d'une application vise à nous aider à y parvenir en cette ère digitale. L'application guide du WWF permet de calculer sa propre empreinte carbone, elle donne des conseils pratiques en matière d'environnement et offre un contrôle de l'efficacité des appareils. L'application aide aussi à choisir les bons luminaires. Pour iPhone et Android. *réd.*

Comprendre le système cardiovasculaire

Le site internet www.swissheart-coach.ch créé par la Fondation suisse de cardiologie offre un programme d'apprentissage et de coaching concernant les maladies cardiovasculaires. Le programme doit apporter un soutien aux patients mais il veut aussi être une aide pour le personnel spécialisé dans l'accompagnement des personnes touchées. *réd.*

30 ans d'Alpinamed

Alpinamed SA fête cette année son 30e anniversaire. Lors de la cérémonie à laquelle étaient conviés des invités du commerce, de l'industrie et des sciences, ainsi que des représentants des autorités et d'offices cantonaux, le conseiller d'Etat **Kaspar Schläpfer** a mis l'accent sur l'importance des entreprises familiales novatrices pour la place économique thurgovienne. A l'occasion du jubilé, les nouveaux locaux de production et de stockage agrandis de Romanshorn ont pu être présentés pour la première fois à un public intéressé, en particulier la zone de produits secs, ainsi que le nouveau réservoir avec une capacité accrue de 350 000 litres. *réd.*

Nouveaux membres

Demandes d'adhésion à une section de l'ASD:

Section: AG/BS/BL

Simon Eberhart, Park Drogerie, Lindenstrasse 3, 4310 Rheinfelden

Section: SG/TG/AR/AI

Lukas Hilfiker, Manor Sanovit, Neue Jonastr. 20, 8640 Rapperswil SG

Section: SR

Christian Croset, Droguerie de Villeneuve, Rue du Collège 2, 1844 Villeneuve VD

Les oppositions doivent être adressées dans les 14 jours au comité central de l'ASD, case postale 3516, 2500 Bienne 3.

Herbier réussi

Le personnel enseignant de la section droguistes de l'école professionnelle générale de Zurich (ABZ) a évalué en septembre les herbiers soigneusement préparés et diversement présentés de l'année scolaire 2011/ 2012. Grâce à la générosité des sponsors Dixa SA, Hänseler SA, Schwabe Pharma SA et Alpinamed SA, 14 apprentis ont pu recevoir un petit présent. Le personnel enseignant a félicité chaleureusement les gagnants. *réd.*

Essais de médicaments stoppés en Inde

Entre 2005 et 2012, le gouvernement indien a recensé 89 décès chez des étudiants participant à des études cliniques autorisées pour de nouveaux médicaments. La Haute Cour a ordonné l'arrêt de 162 études cliniques en cours d'entreprises pharmaceutiques étrangères. *cdp*

2e mandat pour Martin Bangerter

L'assemblée des délégués a confirmé Martin Bangerter dans sa fonction de président central. Les délégués ont aussi bien approuvé les comptes que le budget pour l'année à venir. Les requêtes concernant la situation financière de l'ASD et la plate-forme internet vitagate.ch ont animé les discussions.

Le vendredi 15 novembre, les délégués de l'ASD se sont retrouvés au Landhaus de Soleure à l'occasion de l'assemblée annuelle des délégués. Le comité central a demandé à l'assemblée de traiter les points à l'ordre du jour dans un ordre légèrement différent de celui qui était prévu. Motif: les deux requêtes de la section de Suisse centrale, sur lesquelles le comité central a longuement planché. Pour éviter les doublons, les deux requêtes ont donc été traitées après les informations données par les départements concernés. Dans la partie statutaire, les 29 délégués ont approuvé le procès-verbal de l'assemblée des délégués de l'année dernière ainsi que le rapport annuel et les comptes 2012 de l'ASD.

Comptes et bilan

L'ASD termine l'exercice 2012 avec un déficit de 74 080 francs. **Jürg Rolli**, responsable ressources et services au comité central de l'ASD, a rappelé que la situation est toujours tendue dans le marché des annonces, ce qui a des répercussions négatives sur les recettes des médias de l'ASD. L'Union suisse des arts et métiers (usam) a ainsi calculé que le marché suisse des médias a fondu de quelque 540 millions de francs ces cinq dernières années. «Cette évolution se voit aussi dans le résultat de notre compte profits et pertes», a souligné Jürg Rolli. Malgré tout, l'ASD n'a pas eu à toucher à ses provisions durant l'exercice 2012. Dans le bilan, l'association affiche des actifs d'environ 4,8 millions de francs, dont 51 % de fonds propres, ce que le chef des finances qualifie de base solide. Sur recommandation de **Heinz Rothenberger**, président de la commission de vérification des comptes, les délégués ont approuvé les comptes 2012.

Elections et réélections

Au terme de son premier mandat, le président central de l'ASD, **Martin Bangerter**, s'est représenté pour une nouvelle période de quatre ans le 15 novembre. Dans un bref rappel des faits, le vice-président **Bernhard Kunz** a évoqué les réserves qui avaient été émises lors de sa première élection et de son accession au double mandat de président central et de directeur. «Les craintes concernant un risque de cumul des tâches ou un manque de séparation des pouvoirs ne se sont pas concrétisées. Au contraire, le comité central et l'ensemble de l'association ont profité des bons réseaux que Martin Bangerter a su construire durant les 14 années passées à la direction de l'ASD.» C'est donc avec des applaudissements que les délégués ont suivi les recommandations du comité central et réélu à l'unanimité Martin Bangerter à son poste de président. Martin Bangerter a remercié les délégués de leur confiance et les a assurés qu'il continuerait de mettre tout en œuvre ces prochaines années pour consolider le positionnement de la droguerie dans le marché de la santé et de la beauté.
Les délégués ont également réélu **Severin Frei** à son poste à la commission d'examen de l'ESD. Ils ont ensuite élu **Beat Renfer**, délégué de la section bernoise de l'association des droguistes depuis huit ans, à la commission de vérification des comptes. Beat Renfer remplace ainsi **Philipp Dietschi**, qui se retire de la commission au terme de son premier mandat et officie actuellement à Bâle en tant que chef d'experts aux examens. **Urs Nussbaumer** a également été réélu pour une nouvelle période au sein de la commission de vérification des comptes. Enfin, les délégués ont confirmé le mandat de l'organe *«Die Wirtschaftsprüfer.ch AG»*, représenté par le réviseur responsable Beat Schönmann.

Membres d'honneur

L'assemblée des délégués a nommé Maja Fabich-Stutz et Erich Müller membres d'honneur de l'ASD. Maja Fabich-Stutz est propriétaire de la droguerie Stutz à Sarmenstorf et préside la ›

1 *Les délégués ont réitéré leur confiance en Martin Bangerter et l'ont réélu pour une nouvelle période de quatre ans.*

2 *Erich Müller a remercié les délégués de l'avoir nommé membre d'honneur de l'ASD. Evoquant l'avenir, il a tenu à encourager les jeunes droguistes: «Il y a toujours de la place au sommet.»*

3 *Elle aime sa profession et l'exerce avec passion depuis 35 ans: Maja Fabich-Stutz, élue membre d'honneur de l'ASD. «Il est donc évident pour moi de m'engager pour le statut de notre profession.»*

4 *Gros plan sur la délégation de Suisse romande.*

5+6 *Cette année, pas d'activité particulière au programme de l'après-midi suivant l'assemblée des délégués. Réunis autour du copieux buffet de midi, les délégués ont donc eu tout loisir de discuter et d'échanger des idées.*

7 *Les requêtes portant sur la stratégie financière de l'ASD et la plate-forme internet vitagate.ch ont suscité de vives discussions.*

Martin Bangerter a présenté les arguments concernant les deux requêtes. Les délégués ont finalement suivi les recommandations du comité central et rejeté ces deux objets.

section argovienne de l'ASD. «Une femme avec du cœur et de l'intelligence qui s'engage pleinement pour les drogueries», a souligné Martin Bangerter, ajoutant qu'elle est «active dans le networking et cheffe d'entreprise par conviction.» **Erich Müller**, propriétaire des drogueries Brunaupark SA et Naturathek Sihlcity à Zurich, a reçu les honneurs de Martin Bangerter pour son engagement dans le domaine de la politique des médicaments. Erich Müller avait siégé de 1993 à 2003 au comité central de l'ASD, qu'il avait aussi présidé à la fin. Il a également été membre fondateur du groupe Dromenta.

Modifications dans le règlement scolaire de l'ESD

Depuis trois ans, les étudiants de l'ESD réalisent de plus en plus de travaux de projets, notamment dans les domaines du laboratoire galénique et du marketing. Ces travaux devraient donc être soumis aux même règles que celles des travaux de diplôme. Cela implique, entre autres, que les élèves qui refont une année ne doivent refaire ces travaux que s'ils ont obtenu une note insuffisante. Les délégués ont approuvé les modifications proposées.

Suppression des activités de marketing

Le comité central a décidé de ne pas poursuivre les activités de promotion de l'image «atout santé», «Acné, stress et peines de cœur» et «Plaies et bobos». **Heinrich Gasser**, responsable de la communication à l'ASD, l'a expliqué à l'assemblée des délégués. Malgré de nombreux feedback positifs de certaines drogueries mais surtout d'organisations de santé et de représentants des autorités, ces activités n'ont globalement pas suscité l'enthousiasme des drogueries. «Une difficulté de ces activités de promotion de l'image était de communiquer une image uniforme des drogueries car elles ont des positionnements très différents», a relevé Heinrich Gasser. En renonçant à ces activités de marketing, l'association réalise des économies en coûts et en personnel.
Bonne nouvelle pour les émissions de radio «Deux minutes pour votre santé»: diffusées sur les ondes de 15 radios locales, les émissions de l'ASD atteignent désormais 322 500 auditeurs par semaine. Selon un sondage externe, l'image de la droguerie s'est considérablement améliorée auprès des auditeurs depuis le début de la diffusion des émissions.

Deux requêtes rejetées

La section de Suisse centrale a déposé deux requêtes à l'intention de l'assemblée des délégués. La première concernait l'élaboration d'une stratégie permettant de rééquilibrer à moyen terme le compte profits et pertes de l'ASD sans toutefois augmenter le montant des cotisations. Le comité central s'est donné la peine d'expliquer à l'assemblée que la stratégie actuelle réalise déjà largement les propositions en question. Il a présenté sa stratégie de manière détaillée ainsi que toutes les mesures d'ores et déjà prises pour parvenir à un rendement plus favorable, et ceci malgré les difficultés que connaît actuellement le marché des annonces et pour continuer de garantir les excellentes prestations de l'ASD dans le domaine de la communication, ainsi que la portée actuelle de ses médias. Le premier trimestre 2014 sera décisif, comme l'a souligné le président central, Martin Bangerter. Suivant la manière dont les affaires évolueront jusque-là, le comité central présentera à l'assemblée générale ou à l'assemblée des délégués 2014 des propositions d'adaptations. Les délégués ont finalement rejeté la requête.
La deuxième requête portait sur le changement de nom de la plate-forme de santé *vitagate.ch* au profit de *droguerie.ch*. Le comité central a expliqué que la plate-forme de santé *vitagate.ch* attire davantage l'attention des internautes et offre plus de possibilités de collaboration avec d'autres partenaires qu'une simple plate-forme de la droguerie.
Actuellement, 80 000 internautes visitent les pages du site dans les périodes de pointe et y passent en moyenne six minutes (il y a environ 65 000 visiteurs par mois en moyenne). Un changement de nom ferait en outre perdre à l'ASD sa cote auprès de google, cote construite année après année et qui permet aux contenus de *vitagate.ch* d'apparaître parmi les premiers résultats de recherche. A noter que la requête avait un caractère consultatif car seul le conseil d'administration de vitagate SA est compétent pour tout ce qui concerne la plate-forme de santé. Les délégués ont également rejeté cette requête.

Budget 2014

Le budget pour l'année à venir prévoit un déficit de l'ordre de 84 000 francs. Selon Jürg Rolli, responsable ressources et services, cela ne constitue certes pas un résultat réjouissant, mais un objectif réaliste et raisonnable vu la situation actuelle des marchés. Suivant les recommandations du comité central, l'assemblée des délégués a approuvé le budget.

Texte: Lukas Fuhrer /trad: cs

Un réseau de 85 ans

Les droguistes argoviens ont fondé leur section cantonale de l'Association suisse des droguistes le 22 février 1928. Les différents successeurs des fondateurs ont célébré le 85e anniversaire de leur association le 10 novembre.

Dimanche 10 novembre, un matin pluvieux et froid. Une journée idéale pour rester sous la couette. Mais non, pas pour les droguistes de la section argovienne de l'ASD. Invités par leur présidente Maja Fabich-Stutz à la salle polyvalente de Fischbach-Göslikon, ils ont bien l'intention de fêter tous ensemble les 85 années d'existence de leur association. «C'est pour Maja que tout le monde est venu», confie une droguiste, et elle ne parle pas seulement de ses collègues, mais aussi des invités de marque issus des milieux politiques. Effectivement, la présidente de l'Association argovienne des droguistes (AAD) semble bien gérer son réseau: à sa table, la présidente du Grand Conseil argovien, une conseillère d'Etat, deux conseillères nationales et une conseillère aux Etats.

«La droguerie, un partenaire indispensable»

«Grâce à Maja Fabich-Stutz, vous avez une présidente pragmatique et clairvoyante à la tête de votre association. Moi-même, je la présente volontiers comme ma droguiste personnelle», a déclaré Susanne Hochuli, conseillère d'Etat, dans son allocution. La directrice du département de la santé et des affaires sociales entretient des échanges réguliers avec l'association de droguistes, en accord avec la stratégie cantonale en matière de santé, qui vise des «soins intégrés». «En d'autres termes, tous les prestataires doivent être associés au dialogue, y compris les drogueries, même si leurs prestations ne sont pas remboursées», explique Susanne Hochuli. «L'être humain est toujours au centre. Nous voulons l'aider à se responsabiliser en matière de santé, et pour ce faire, la droguerie est un partenaire accessible à tous, et donc indispensable.» Au nom du gouvernement argovien, Susanne Hochuli remercie l'assemblée pour l'excellente collaboration.

«Franchir le pas de sa porte pour trouver chaussure à son pied»

La conseillère nationale Sylvia Flückiger entretient elle aussi des contacts actifs avec les droguistes argoviens. Membre de la Commission de l'économie et des redevances, elle défend les intérêts des droguistes au Parlement. La conseillère nationale associe la présidente de l'AAD Maja Fabich-Stutz à son engagement dans l'Union argovienne des arts et métiers, dont elle est vice-présidente. «Les droguistes jouent un rôle important dans la vie locale, grâce à leurs produits de qualité et à leur savoir pour tout ce qui touche à la santé», a déclaré Sylvia Flückiger lors du brunch d'anniversaire. Elle souhaite d'ailleurs qu'en cette période de Noël, la population profite de cette offre à disposition et n'aille pas faire ses courses de l'autre côté de la frontière: «Grâce aux drogueries, il suffit de franchir le pas de sa porte pour trouver chaussure à son pied! On peut y échanger quelques mots aimables et en ressortir avec un paquet cadeau emballé avec soin», a ajouté Silvia Flückiger, retraçant ainsi sa propre expérience.

Une photo de groupe des éminents invités célébrant l'anniversaire de l'Association argovienne des droguistes. De gauche à droite: à l'arrière, Fabian Vaucher, la conseillère nationale Ruth Humbel, la conseillère d'Etat Susanne Hochuli, Martin Bangerter. A l'avant, la conseillère aux Etats Christine Egerszegi, la présidente du Grand Conseil Vreni Friker-Kaspar, l'organisatrice et hôtesse Maja Fabich-Stutz et la conseillère nationale Sylvia Flückiger.

Recevoir quelque chose en retour

Maja Fabich-Stutz a reçu d'autres félicitations encore: Jean-Claude Clémençon a transmis les vœux du Forum de la droguerie et du grossiste Galenica; le président de l'ASD Martin Bangerter ainsi qu'Elisabeth Huber, membre de la direction, l'ont félicitée au nom de l'Association suisse des droguistes; et enfin, en sa qualité de président de la Société argovienne des pharmaciens, Fabian Vaucher a transmis ses meilleurs vœux à l'AAD.
«Toutes les personnes qui travaillent avec nous doivent recevoir quelque chose en retour», a déclaré Maja Fabich-Stutz. La présidente de l'AAD a remercié tout particulièrement les droguistes de sa section, «plongés tous les jours dans le feu de l'action». Ces derniers ne sont pas en reste et ont chaleureusement applaudi leur présidente, avant de lui offrir un cadeau pour célébrer ce 85e anniversaire.

Lukas Fuhrer /trad: dg

Option verte en magasin

Cosmétiques naturels, produits nettoyants biodégradables, aliments bio: la droguerie est bien considérée comme un magasin clairement conscient de l'importance d'une approche respectueuse de l'environnement. Mais comment intégrer ces considérations écologiques dans la gestion de l'entreprise?

Les drogueries ont la réputation de proposer un vaste assortiment de produits cosmétiques naturels, d'aliments bio et d'autres produits écologiques. Ce qui constitue un argument de vente important de nos jours. Car les scandales liés aux additifs nocifs dans les aliments, aux substances allergisantes dans les cosmétiques ou encore aux matières chimiques toxiques dans les produits de nettoyage n'en finissent pas de faire les gros titres des médias. Dans ce contexte, les clients apprécient beaucoup les produits sans risque, surtout s'ils reçoivent, en plus, des conseils compétents lors de leurs achats. Lorsque non seulement les produits expriment une approche durable et écologique, mais que le magasin entier respire le respect de l'environnement, alors cela vaut de l'or en termes de marketing. Les clients remarquent immédiatement que la durabilité n'est pas seulement un argument de vente, mais qu'elle est véritablement vécue. Ainsi, un éclairage réussi du local de vente peut inspirer la clientèle et avoir des effets positifs sur le chiffre d'affaires. En tenant compte de quelques principes de base, on peut augmenter l'efficacité énergétique et contribuer positivement à l'évolution écologique de l'économie. Et ce n'est pas tout: économiser du courant électrique, c'est aussi économiser de l'argent.

Efficacité maximale avec la technologie LED

Dans le commerce de détail, en particulier, l'éclairage est souvent très énergivore. **Oliver Grasser**, responsable du conseil énergétique pour les entreprises d'ewz, le service électrique de la ville de Zurich, conseille d'utiliser des éclairages plus efficients: «Il s'agit notamment des lampes LED, des tubes fluorescents, des lampes fluorescentes compactes ou encore des lampes à décharge à vapeur de métal.» En raison de leur mauvais bilan énergétique, les ampoules classiques, les spots halogènes et les ampoules à tête miroir devraient être remplacés. Globalement, Oliver Grasser recommande aux propriétaires de magasin de choisir leurs luminaires en fonction de trois critères:
le type d'éclairage, l'intensité de l'éclairage et le système de commande. Concrètement:

1. Renoncer si possible à la lumière artificielle et profiter au maximum de la lumière naturelle.
2. Si le recours à la lumière artificielle est nécessaire, il vaut la peine d'investir dans la meilleure technologie, soit par exemple les lampes LED ou les tubes fluorescents.
3. Veiller à une utilisation correcte des lampes et utiliser toutes les possibilités d'économie, comme la minuterie électrique, le gradateur de lumière ou le détecteur de présence.
4. Une partie, au moins, de l'électricité devrait être du courant écologique.

Mix de courant individualisé

En Suisse, la plupart des compagnies d'électricité proposent à leurs clients des énergies produites dans le respect de l'environnement. L'électricité écologique produite par les centrales hydrauliques, les éoliennes, les centrales solaires, la biomasse ou la géothermie permet de réduire le recours aux énergies fossiles. «Chaque client peut choisir lui-même la qualité de l'électricité qu'il consomme et donc la part d'énergie renouvelable qui circule dans ses installations électriques», rappelle Oliver Grasser. Il n'existe pas de mix optimal, tout dépend des priorités individuelles et des possibilités financières. Car l'électricité écologique est généralement un peu plus chère. «La production porte en effet une grande attention à différents ›

De nos jours, l'éclairage des magasins n'est plus énergivore. En choisissant les bons luminaires et en modulant intelligemment les sources de lumière, on peut sensiblement améliorer l'efficacité énergétique des lieux – et ménager son porte-monnaie.

Corinne Futterlieb

critères écologiques pour respecter la nature, le paysage et les animaux des environs», précise le conseiller en énergie de la ville de Zurich pour expliquer ce surcoût. Si un directeur veut positionner sa droguerie comme un commerce respectueux de l'environnement, il devra donc mettre la main au porte-monnaie. Mais cet investissement peut être amplement compensé par des économies au niveau de la consommation d'énergie.

Adapter l'éclairage à la lumière ambiante

Dans certains magasins, la lumière est allumée même en dehors des heures d'ouverture. Tout l'espace de vente et les vitrines sont éclairés pour que les produits restent bien visibles et joliment exposés. Mais dès que le magasin est fermé, un éclairage ciblé de la vitrine et de l'élément principal suffit amplement à attirer l'attention des passants, estime Oliver Grasser. L'expert en énergie conseille donc d'intégrer un variateur électrique pour adapter l'éclairage la nuit. «Plus l'éclairage nocturne est réduit, moins les coûts énergétiques sont élevés.» Les installations les plus modernes modulent même la lumière pendant la journée. Le jour, en effet, contrairement à la nuit, où un faible éclairage suffit en raison de l'obscurité ambiante, il est parfois nécessaire de recourir à un éclairage artificiel pour compenser la luminosité.
Pour présenter de manière optimale la marchandise en vitrine de jour comme de nuit, on peut utiliser un interrupteur crépusculaire et une horloge programmable. Enfin, le spécialiste conseille de n'enclencher les panneaux lumineux que lorsqu'il fait nuit: «En général, ils consomment vraiment beaucoup d'énergie.»

Entretien régulier des installations d'aération et de climatisation

Oliver Grasser remarque que beaucoup d'installations d'aération sont vieilles et ne satisfont plus aux exigences actuelles. Il peut donc valoir la peine de contrôler le volume d'air, les heures d'exploitation et la température des locaux. «Le réglage des installations d'aération devrait se faire au moyen d'une ou de plusieurs sondes de température», explique Oliver Grasser. Ce qui permet de limiter la consommation d'énergie au minimum. L'aération comme la climatisation nécessitent un entretien régulier, pour éviter que les filtres et grilles d'aération ne se bouchent. Mention spéciale pour les installations de climatisation: «Très énergivores, elles consomment beaucoup d'électricité et d'argent. La climatisation ne devrait donc être utilisée qu'avec la plus grande modération – quand c'est vraiment nécessaire – et devrait être installée par un professionnel.»
Si le magasin est un local en location, les possibilités d'améliorer l'efficacité écologique du bâtiment sont relativement réduites, par exemple en ce qui concerne le système de chauffage. «Mais on a la possibilité d'utiliser les appareils à disposition d'une manière qui ménage mieux les ressources, par exemple en réglant correctement les thermostats.» A l'achat de petits appareils électroménagers, Oliver Grasser conseille de regarder attentivement leur étiquette-énergie. Depuis 2002, tous les appareils sont classés dans des catégories d'efficacité énergétique allant de A à G. Le spécialiste recommande évidemment les appareils des catégories A à A+++.

Conseils essentiels pour économiser de l'énergie

Conseiller en énergie, Oliver Grasser vous recommande d'utiliser le moins d'électricité possible, ne serait-ce que pour ménager votre porte-monnaie et l'environnement. Et cela n'a rien de sorcier.

1. **Consommation électrique:** contrôlez toutes les prises et identifiez tous les appareils consommateurs. Vous pouvez vérifier les heures de fonctionnement (nuit, mode veille) et éventuellement les reprogrammer. On peut mesurer la consommation énergétique de pratiquement tous les appareils avec des instruments de mesure (wattmètre) disponibles auprès des communes ou des compagnies d'électricité.
2. **Eclairage:** si le magasin est transformé ou repris d'un précédent locataire avec tout le système d'éclairage, les solutions d'éclairage peuvent se révéler fort peu efficientes. Adressez-vous donc à un professionnel de votre compagnie d'électricité ou de votre prestataire de service, vous pouvez également demander conseil à un planificateur.
3. **Température:** réglez correctement la température dans tous les locaux, du local de vente à l'entrepôt en passant par le bureau. Abaisser la température d'un petit degré permet d'économiser jusqu'à 6 % d'énergie.
4. **Rideau d'air:** une soufflerie au-dessus de la porte crée un rideau d'air qui évite les pertes de chaleur quand la porte est ouverte. Pour les portes coulissantes: veillez à bien régler les options hiver et été. Renoncez en principe aux rideaux d'air chaud électriques.

Incontournable: le vitrage multiple

Peter Nützi, directeur de l'entreprise Nützi SA spécialisée dans l'agencement de magasins, conseille à tous les propriétaires de droguerie de soigner l'isolation de leur commerce. «Les déperditions de chaleur peuvent être importantes, surtout dans les vitrines. Je vois régulièrement des magasins qui n'ont pas encore opté pour le vitrage multiple.» Pour Peter Nützi, un tel vitrage est un must du point de vue énergétique. Beaucoup de chaleur – ou de fraîcheur en été – s'échappe aussi par les portes coulissantes. Là encore, Peter Nützi conseille d'installer une bonne isolation. Pour les droguistes qui reprennent un commerce, il est important de vérifier que les portes sont parfaitement étanches. «Les drogueries situées au centre-ville ou dans un centre commercial accordent de plus en plus d'importance à la modernité de leur aménagement», constate Peter Nützi. Conséquence logique: les installations en verre et en métal ont la cote. Mais si le propriétaire veut quand même exprimer une philosophie d'entreprise écologique, le spécialiste de l'agencement lui recommande d'utiliser des meubles en bois massif ou en panneau d'aggloméré ainsi que des pierres naturelles de la région et de limiter au maximum le recours au plastique et au métal. Pour apporter un peu de couleur dans le magasin, l'entreprise Nützi recourt volontiers aux laques à base d'eau au lieu des laques à base de nitrocellulose habituelles. «Les laques à base d'eau contiennent nettement moins de substances toxiques et sont toutes aussi bonnes, tant au niveau de la conservation que de la qualité.» Enfin, Peter Nützi conseille de privilégier les matériaux clairs dans le magasin, une astuce qui permet de réaliser des économies sur l'éclairage.

Une bonne image de la branche

En droguerie, certains standards écologiques sont garantis grâce à DrogoThèque, le système d'assurance qualité de l'ASD pour la branche. Ainsi, pour l'éclairage, DrogoThèque incite les drogueries à utiliser les lampes LED, les lampes à basse consommation, les prises économiques et les rails électrifiés. DrogoThèque encourage également les drogueries à proposer à leur clientèle un système de recharge pour les produits de soins corporels, techniques et de nettoyage. Cette prestation contribue justement à ce que la population considère depuis des années déjà la droguerie comme une entreprise qui assume parfaitement sa responsabilité écologique.

Anania Hostettler / trad: cs

Quatre domaines écologiques en droguerie

- **Efficacité énergétique:** le concept d'éclairage correspond-il aux standards les plus récents? Les lumières sont-elles installées de manière à économiser de l'énergie tout en satisfaisant aux besoins de l'entreprise? Qu'en est-il du chauffage et de l'aération?
- **Durabilité:** les lampes et les étagères doivent-elles souvent être remplacées ou a-t-on d'emblée opté pour des matériaux durables?
- **Nature:** a-t-on utilisé des matériaux naturels, comme de la pierre naturelle ou du bois, pour aménager le magasin?
- **Proximité:** le courant électrique et les matériaux de construction proviennent-ils de la région?

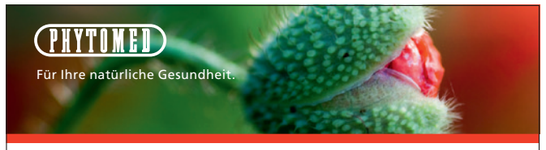
Le respect de la durabilité est aussi un argument de vente. Les investissements consentis dans la protection de l'environnement peuvent donc se révéler payants.

Accédez à des informations complémentaires!
La technologie LED permet de créer des éclairages créatifs et d'améliorer tant l'efficacité énergétique que la rentabilité. Démonstration dans l'article de *d-inside* «Apparaître sous un nouveau jour»

Avez-vous besoin de soutien?

Voici quelques adresses pour obtenir des conseils personnalisés et d'autres informations relatives à l'écologie en droguerie.

- Agence de l'énergie pour l'économie: *www.aenec.ch*
- Plate-forme d'information des services de l'énergie et de l'environnement des cantons romands: *www.energie-environnement.ch*
- Service à la clientèle de votre compagnie d'électricité
- Efficience énergétique des appareils et autres conseils *www.topten.ch*
- Calculateur de subvention: *www.leprogrammebatiments.ch, www.energiefranken.ch*
- Pour en savoir plus sur les énergies respectueuses de l'environnement *www.naturemade.ch*



2014 – aktuelle neue Weiterbildungsangebote

Sammeln Sie Ihre Drogistenstern-punkte, zum Beispiel in folgenden Themenbereichen:

– Asiatische Medizin
– Homöopathie
– Paracelsusmedizin
– Pflanzenwelten – Menschenwelten
– Psychologie
– Psychosomatik
– Schröpfen
u.v.m.

PHYTOMED

PHYTOMED AG, Tschamerie, CH-3415 Hasle bei Burgdorf
Telefon +41 34 460 22 11, Fax +41 34 461 41 63
www.phytomed.ch, info@phytomed.ch

Der NEUE UNGUATOR® Q

Geeignet für Dosen 20–500 g.

Skalierbare Qualität

- Automatische Skalierung eines validierten Rührprogramms auf andere Krukengrössen
- Zeitersparnis- keine umständliche Berechnungen
- Konstante Qualität

Reproduzierbare Qualität

- Herstellungsparameter können durch ID-Nummer einfach nachvollzogen werden
- ID-Nummer ermöglicht konstant qualitativ hochwertige Ergebnisse
- Steigerung der Kundenzufriedenheit

QMS-Zertifizierung

- Geeignet durch hygienisch einwandfreie Qualität
- Vereinfachte Dokumentation durch ID-Nummer
- Höchste Ansprüche konsequent umgesetzt

E. ANWANDER & CIE. AG
CH-4104 Oberwil

Tel. 061 338 33 33
Fax 061 338 33 11

info@anwa.ch
www.anwa.ch

Valverde® Sommeil forte

Un médicament phytothérapeutique en cas de troubles de l'endormissement et du sommeil

Le conseil idéal en cas de :

- troubles de l'endormissement et du sommeil
- sommeil agité
- purement végétal : contient une association de fortes doses de valériane et de houblon

Généralement 1 comprimé pelliculé par jour !

Valverde® Sommeil forte Comprimés pelliculés : Agents : extraits secs de racines de valériane et de cônes de houblon. **Posologie:** adultes et adolescents dès 12 ans : 1 fois par jour 1 comprimé pelliculé (si nécessaire 1 ½ comprimés pelliculés), enfants dès 6 ans: 1 fois par jour ½ comprimé pelliculé. **Limitations d'emploi :** hypersensibilité connue à des constituants. **Effets indésirables :** très rares réactions cutanées dues aux excipients. Catégorie de vente : D. **Informations plus détaillées :** www.swissmedicinfo.ch. Mise à jour de l'information : mars 2010.

Sidroga AG
4310 Rheinfelden

VALVERDE®
Médicaments phytothérapeutiques.

Nouvelles opportunités sur le marché mondial

Avec Galderma Spirig, c'est un nouveau «global player» qui apparaît sur la scène pharmaceutique suisse. La fusion de Spirig Pharma SA et de Galderma SA a donné naissance à un groupe figurant parmi les leaders mondiaux des produits dermatologiques.

La bourgade soleuroise d'Egerkingen accueille depuis peu le site de distribution suisse d'un nouveau leader mondial des produits dermatologiques. C'est là en effet que le 31 octobre, Spirig Pharma SA et la société lausannoise Galderma SA ont célébré leur fusion et leur entrée sur le marché suisse sous le nom de Galderma Spirig. Dans le site occupé depuis 1969 par Spirig SA, Humberto C. Antunes, président du conseil d'administration et CEO de Galderma, **Marc Wannhoff**, directeur général de Galderma Spirig Switzerland, et la conseillère d'Etat soleuroise **Esther Gassler** ont révélé le nouveau logo de l'entreprise.

Extension prévue du site d'Egerkingen

Le CEO de Galderma, **Humberto C. Antunes**, s'est réjoui de pouvoir célébrer une si merveilleuse union, de réunir une telle énergie motivante. «Galderma profite du savoir exceptionnel de Spirig dans le domaine du commerce de détail et OTC. Parallèlement, les marques de Spirig, comme Daylong et Excipial, bénéficient de nouvelles opportunités sur le marché mondial grâce à la présence globale de Galderma.» Les deux partenaires ont préparé leur entrée sur le marché suisse depuis le printemps dernier. Le site accueille désormais le siège principal de Galderma Spirig, responsable des produits OTC non seulement en Suisse mais aussi dans le monde entier. Quant au siège du groupe, à Lausanne, il gère le marché mondial sous le nom de Galderma. Ainsi, le site soleurois n'est pas seulement maintenu, il sera même étendu, comme l'a souligné le directeur de la division helvétique Marc Wannhoff. 42 postes ont d'ailleurs été créés à Egerkingen cette année. L'attachement de Galderma à ce site réjouit le gouvernement soleurois, a assuré la conseillère d'Etat Esther Gassler lors de la cérémonie. La fusion de Galderma et Spirig a engendré la naissance du 3e plus grand groupe pharmaceutique suisse. Les produits de Galderma sont distribués dans plus de 70 pays. Autre point positif: le nom de Spirig reste présent sur le marché suisse avec l'appellation «Galderma Spirig».

Marc Wannhoff, directeur général de Galderma Spirig Suisse (de g. à dr.), Esther Gassler, conseillère d'Etat soleuroise, et Humberto C. Artunes, CEO de Galderma, présentent le nouveau logo de l'entreprise et se réjouissent pour le site de Soleure.

20 % du chiffre d'affaires pour la recherche

Galderma Spirig affiche des objectifs ambitieux. Ces trois prochaines années, l'entreprise entend plus que doubler son chiffre d'affaires, qui s'élève actuellement à 40 millions, comme l'a expliqué Marc Wannhoff. Pour cela, il faut de la croissance dans les trois domaines d'activités: les médicaments soumis à ordonnance, l'automédication et la médecine esthétique et correctrice. Galderma Spirig collabore étroitement avec la recherche pour développer des nouveautés dans ces trois secteurs. La maison-mère Galderma investit d'ailleurs près de 20 % de son chiffre d'affaires dans la recherche et le développement. Cela se fait en partie «in-house» mais aussi dans des universités. «Spirig et Galderma, entreprises leaders dans le marché consacré au traitement des maladies cutanées, contribuent depuis longtemps à l'innovation», a assuré le professeur Lars E. French, directeur de la clinique dermatologique de l'Hôpital universitaire de Zurich à l'occasion de la fête du 31 octobre. On connaît aujourd'hui près de 2000 pathologies cutanées, et grâce à la recherche, il existe déjà des traitements ciblés et efficaces pour bon nombre d'entre elles.

Une union qui a beaucoup d'«enfants»

L'«union» de ces entreprises suisses spécialisées dans la dermatologie promet d'avoir beaucoup d'«enfants». Aujourd'hui, le portefeuille de Galderma Spirig comprend déjà 30 produits et d'autres sont sur le point d'être commercialisés. La palette va des médicaments pour le traitement de l'acné, des mycoses, des problèmes de pigmentation et du cancer de la peau (non mélanome) jusqu'aux solutions médicales contre le vieillissement cutané en passant par la protection solaire et les soins corporels.

Lukas Fuhrer /trad: cs

› Interview de Marc Wannhoff page 16.

«Nos produits doivent être vendus avec des conseils»

Galderma Spirig, tel est le nom du nouveau numéro 1 suisse des produits dermatologiques. Lors de son lancement sur le marché, le directeur général Marc Wannhoff s'est exprimé sur les conséquences de cette fusion et les plans d'avenir du nouveau leader du marché.

Marc Wannhoff, vous vous êtes fixé des objectifs ambitieux avec Galderma Spirig. Vous envisagez de plus que doubler votre chiffre d'affaires ces trois prochaines années. Comment voyez-vous les choses?
Marc Wannhoff: Cela n'est possible que si notre croissance ne se limite pas à différents produits isolés mais qu'elle concerne bien nos trois domaines d'activité. Nous occupons certes une position exclusive dans le domaine de la dermatologie, mais sommes aussi bien placés avec les médicaments soumis à ordonnance, les médicaments OTC et les cosmétiques sans oublier la dermatologie esthétique. Dans ce dernier domaine, la croissance est exceptionnellement importante, car ce marché est encore relativement petit. Mais pour nous, les trois marchés sont aussi importants. Les nouveaux produits, que nous avons déjà lancés ou que nous commercialiserons dans les prochains mois, vont aussi contribuer en bonne partie à la croissance.

Sur le papier, la fusion de Spirig Pharma SA et Galderma SA date déjà de l'hiver dernier. Que s'est-il passé depuis à Egerkingen?
Nous avons construit à Egerkingen une organisation de marché suisse pour Galderma Spirig ainsi qu'une organisation globale pour le domaine OTC. Cela signifie que nous dirigeons le marketing global à partir d'ici. Et, troisièmement, nous avons développé la production car nous voulons fabriquer encore plus de produits ici à l'avenir. A la fin de l'année, nous aurons ainsi créé 42 nouveaux postes sur le site soleurois.

Ces capacités suffisent-elles pour atteindre la croissance prévue?
Au niveau de la production, nous sommes effectivement aux limites de nos capacités, idem en ce qui concerne les sites de stockage des matières premières. Nous réfléchissons actuellement à la manière de relever ces défis.

Envisagez-vous aussi de délocaliser une partie de la production?
Non, nous avons sciemment décidé de ne pas produire en Inde ou en Chine, mais bien de fabriquer des produits suisses en Suisse. La production de Daylong reste donc ici, à Egerkingen, et nous allons prochainement la développer pour les marchés internationaux.

Vous êtes, depuis septembre, le directeur général pour la Suisse, fonction que vous occupiez auparavant pour l'Allemagne. Avez-vous déjà eu l'occasion de vous familiariser avec le commerce spécialisé suisse?
Oui, ce matin, justement, avant la fête, j'ai visité cinq drogueries et pharmacies à Berne car je tiens à mieux connaître à nouveau le marché suisse. Il faut dire qu'avant mon entrée chez Galderma Spirig, j'avais déjà dirigé une autre entreprise pharmaceutique en Suisse. Mais les choses ont naturellement évolué entre-temps et je prends maintenant le temps d'observer ce qu'il en est.

La droguerie, comme on la connaît ici, n'existe pas en Allemagne. C'est un peu une spécialité suisse. Comment, en tant que partenaire, voyez-vous la droguerie?
Pour nous, la droguerie est un canal de distribution très important, ne serait-ce que pour les marques de Spirig, Daylong et Excipial. Nous sommes d'ailleurs en train de voir si notre portefeuille ne contient pas des produits que nous pourrions faire passer dans la liste D et donc rendre accessibles aux drogueries.

A quelles catégories de produits pensez-vous?
Au domaine des mycoses des ongles, par exemple, qui est encore très sous-représenté d'après notre expérience. Et cela, alors qu'une personne sur dix en souffre – et même une personne sur deux après 65 ans. Jusqu'à présent, le traitement se base principalement sur des dispositifs médicaux mais nous aimerions aussi utiliser des médicaments efficaces pour cette indication médicalement très sérieuse. Ce serait un beau succès de réussir à proposer ce traitement médical aussi dans le canal de la droguerie.

Corinne Futterlieb

Marc Wannhoff, directeur général depuis septembre 2013, est responsable des affaires de Galderma Spirig en Suisse et en Autriche. Auparavant, cet Allemand de souche a dirigé pendant cinq ans une entreprise du groupe Galderma en Allemagne et en Autriche. Avec Galderma Spirig, Marc Wannhoff vise trois objectifs: l'entreprise doit représenter les valeurs suisses, à savoir la qualité, la fiabilité et la constance. Elle doit être un employeur attractif et socialement actif pour ses collaborateurs. Et elle doit développer sa position sur le marché. «De sorte que chaque client potentiel, qu'il soit médecin, pharmacien, droguiste, patient ou consommateur, pense en premier à Galderma Spirig pour le traitement des maladies cutanées ou pour les soins médicaux de sa peau.»

C’est l’impact qui fait la différence.

Les échantillons de produits dans la boîte aux lettres sont toujours bien accueillis. Un envoi en nombre est idéal pour faire connaître rapidement les nouveautés ou pour promouvoir les ventes. Le destinataire découvrira votre produit directement chez lui.

Faits, exemples de réussite et inspiration: **poste.ch/impact**

LA POSTE

Galderma est une filiale de Nestlé, donc aussi une entreprise suisse. Le «swissness» est-il important dans le commerce?
Absolument. Dans ce cas, la fusion concerne deux entreprises suisses qui s’engagent pour des valeurs suisses comme la qualité, la fiabilité et la constance. Le fait que nous nous sentions aussi tenus de respecter la tradition de Spirig se reflète dans notre reconnaissance du site d’Egerkingen. Nous le communiquerons d’ailleurs aussi dans notre stratégie de ventes et nous partons du principe que nos clients apprécieront cela. D’ailleurs, toute notre campagne d’affichage mise aussi sur le «swissness»; sur l’affiche derrière moi, vous pouvez justement voir la nature suisse et la croix suisse.

Pour tous ses produits, Galderma Spirig continue de miser exclusivement sur le commerce spécialisé. Pour quelle raison restez-vous fidèle au canal spécialisé?
En tant qu’entreprise pharmaceutique éthique, nous tenons à ce que les consommateurs et les patients reçoivent des conseils à l’achat de nos produits. Or, selon nous, cela n’est possible que dans le canal de distribution du commerce spécialisé.

La ligne de protection solaire Daylong est en quelque sorte la locomotive de Spirig. Or la marque a connu un véritable «relaunch» ce printemps – comment l’a-t-elle supporté?
C’était effectivement une grande étape pour la marque. Nous avons reçu de nombreux feed-back et, après la première phase de changement et d’adaptation, il semble maintenant que la présentation plus moderne de Daylong soit perçue de manière positive. Ce matin, j’ai d’ailleurs pu constater par moi-même que le nouveau design donne vraiment une image positive, moderne et fraîche en droguerie et en pharmacie. Nous sommes donc très contents d’avoir procédé à ce changement. D’ailleurs, les ventes de Daylong sont même à la hausse en ce moment.

Des produits sont apparus dans certaines filiales d’Otto, au grand dam du commerce spécialisé. Spirig a tenté d’identifier les commerçants qui ont fait ça. L’essai a-t-il été concluant?
Comme j’ai été directement confronté à ce cas en tant que directeur pour l’Allemagne, je peux vous donner des informations de première main. Nous avons bien étudié la situation, car il n’est pas du tout dans notre intérêt que nos produits soient distribués par ce canal. Mais on ne peut malheureusement pas voir aussi en détail comment les produits arrivent sur le marché. Comme la marchandise a vraisemblablement fait un détour par l’UE, nous sommes tenus de respecter les directives européennes contre l’entrave à la concurrence. Ce qui ne nous laisse qu’une très mince marge de manœuvre. Mais nous l’exploitons au maximum pour continuer de distribuer nos produits exclusivement via le commerce spécialisé. Considérant le volume de marchandises concerné, l’ordre de grandeur n’est cependant pas aussi important que les réactions pourraient le laisser supposer.

En Europe, le marché des cosmétiques est en régression ces dernières années, alors que les marchés explosent en Chine, en Inde et au Brésil. Qu’est-ce cela signifie pour Galderma Spirig?
En 2014, nous mettrons l’accent sur les marchés d’Amérique du Sud. Galderma SA connaît déjà une belle croissance sur ces marchés et nous voulons maintenant proposer les produits Spirig via les structures organisationnelles de Galderma en Amérique du Sud. C’est d’ailleurs aussi une des raisons qui ont incité Galderma à acquérir Spirig: les produits Spirig ne sont pratiquement pas représentés en dehors de l’Europe, alors qu’ils sont d’excellente qualité. Nous croyons donc pouvoir réussir avec eux dans le monde entier.

Et que souhaitez-vous pour les affaires au niveau suisse?
Je pense qu’avec notre palette de produits, qui s’est encore élargie avec cette fusion, nous disposons d’un potentiel exceptionnel. Lorsque je vais en droguerie ou en pharmacie, je ne vois encore aucun commerce qui couvre entièrement le domaine de la dermatologie médicale et thérapeutique. En Suisse, Galderma Spirig propose plus de 30 produits exclusivement consacrés à la dermatologie et ceux-ci ne sont pas encore aussi présents dans le commerce spécialisé qu’ils devraient l’être, selon moi, au vu de leurs performances.

Interview: Lukas Fuhrer /trad: cs

Galderma Spirig

L’entreprise Galderma Spirig, dont le siège est à Egerkingen (SO), est officiellement entrée sur le marché suisse le 31 octobre 2013. L’entreprise est née de la fusion de Spirig Pharma SA et Galderma SA et emploie 240 collaborateurs.

Facts Spirig Pharma SA
- 1948: fondation de l’entreprise individuelle baptisée Pharmacie zum Kreuz à Olten
- 1974: passage au statut de société anonyme (SA)
- Devient une des principales entreprises dermatologiques de Suisse
- Distribue ses produits exclusivement dans le commerce spécialisé

Facts Galderma SA
- 1981: naît d’une joint-venture entre Nestlé et l’Oréal
- Siège principal à Lausanne
- Plus de 4500 collaborateurs
- Distribue ses produits dans plus de 70 pays

Potentiel pour les parfums et les couleurs

Les produits cosmétiques se vendent moins bien qu'auparavant. Le Forum de la droguerie, laboratoire d'idées de la branche, a examiné, le 22 octobre, ce que ça impliquait pour les drogueries.

Selon le ténor du Forum de la droguerie, chaque droguerie peut s'octroyer une part du gâteau de la cosmétique en développant une stratégie individuelle unique.

Pourquoi les fabricants de produits cosmétiques devraient-ils se décider à distribuer leurs crèmes, parfums et maquillages plutôt en droguerie? La droguerie a-t-elle quelque chose à offrir comme canal de distribution que les grands magasins et les grands distributeurs n'ont pas? C'est par cette introduction que Peter Hadorn a ouvert, le mardi 22 octobre, le deuxième Forum de la droguerie 2013. Cette rencontre d'une journée a clairement permis de vérifier que la droguerie a un important potentiel dans le secteur cosmétique en tant que commerce spécialisé en santé et en beauté – potentiel pas encore pleinement utilisé. Dans leurs interventions, des spécialistes ont évoqué l'évolution générale du marché, la position des drogueries et des chaînes de drogueries, ainsi que le point de vue des prestataires cosmétiques.

«Il n'existe rien de comparable à la droguerie à l'étranger»

La tendance est actuellement à la baisse sur le marché suisse des produits cosmétiques. Le recul se monte à 8,6 % par rapport à 2011 pour les cosmétiques de masse. Pour les cosmétiques de prestige, il s'élève à 4 %. Kay-Lütje Deter-Lüken, ancien Brand Manager chez Estée Lauder SàRL, voit différentes raisons à ce recul. D'une part, les marchés en croissance ne se situent pas en Europe aujourd'hui mais plutôt en Chine, en Inde et au Brésil. D'autre part, le franc fort continue de freiner la conjoncture, et, finalement, environ huit milliards de francs échappent à l'économie suisse, chaque année, en raison des achats à l'étranger, sur internet ou dans les zones duty free. Kya-Lütje Deter-Lüken ne s'attend pas à un changement des conditions cadre ces prochains temps. En revanche, le spécialiste en cosmétiques croit aux forces de la droguerie, en particulier la compétence et la motivation du personnel. «Ces compétences spécialisées dans le domaine de la santé et des soins corporels, c'est un phénomène exclusivement suisse, il n'y a rien de comparable à l'étranger», estime cet Allemand d'origine. «Et vous devez aussi en être conscient, en tant que droguiste.» Pour les drogueries, il s'agit donc d'utiliser le conseil et le service comme un avantage concurrentiel. Et cela peut se facturer, estime l'expert car, aujourd'hui, ce n'est pas le prix qui dicte le choix de la plupart des consommateurs mais plutôt la commodité: le client veut le produit qui lui convient ici et maintenant.

Importance des collaborateurs motivés

Dans sa droguerie-parfumerie de Sursee, Raphael Wyss travaille seulement avec des marques en qui il a confiance. La composition individualisée, cohérente de l'assortiment est un important facteur de succès pour le droguiste. Sans compter la passion. «Il faut une équipe de personnes qui disent ‹je vis la parfumerie›», explique Raphael Wyss au Forum de la droguerie. Pour garder intacte la passion pour les parfums et les couleurs, l'équipe doit pouvoir se perfectionner régulièrement. Les collaboratrices de Raphael Wyss suivent ainsi chaque année plusieurs formations de partenaires, des cours de tendance en matière de maquillage, de vente et de motivation. Kay-Lütje Deter-Lüken confirme que des collaborateurs bien formés et motivés sont vitaux pour la droguerie. Le spécialiste en cosmétiques mentionne un test dans lequel des «ambassadrices de marques», très bien formées pour un certain produit, ont obtenu les ventes les plus élevées par tête non pas dans les discounts ou les chaînes de drogueries mais dans les drogueries indépendantes.

«Pour connaître le succès dans la parfumerie, il faut une équipe de gens qui disent ‹je vis la parfumerie›.»
Raphael Wyss, propriétaire de la droguerie-parfumerie Wyss à Sursee

Acheter, une aventure

Stratégie: voilà un terme qui revient toujours dans les discours des spécialistes. «Je vois beaucoup de commerces qui n'ont pas de concept, aussi bien des drogueries indépendantes que des chaînes», dit ainsi Andreas Amann, directeur de Beauty Alliance Schweiz SA. Et c'est ici que commence son travail: Beauty Alliance soutient et conseille les drogueries dans l'élaboration de leurs concepts individuels pour le commerce des cosmétiques. A partir d'une certaine taille d'assortiment, on doit vraiment considérer le secteur cosmétique comme un «commerce dans le commerce», estime Andreas Amann. C'est pourquoi il considère indispensable le soutien par des professionnels pour un positionnement correct.

«Les opportunités de vente active sont actuellement plus grandes que jamais.»
Andreas Amann, Beauty Alliance

Hanspeter Weber, spécialiste en commerce de détail, voit un facteur de succès central dans le positionnement sur le marché. Se positionner signifie pour cet expert s'adresser à un groupe cible. «Etre là pour tout le monde est certes une pensée louable mais ça ne marche pas.» Une droguerie devrait plutôt se concentrer sur une marque, un contenu identifiable qui correspond à un certain segment du marché. Comme exemple de ce concept, Hanspeter Weber cite les points de vente Nespresso dans lesquels les clients se retrouvent, une fois le seuil du magasin franchi, dans un monde de capsules de café. L'achat est donc vécu comme une aventure, ce que Hanspeter Weber souhaite absolument pour les drogueries.

«L'assortiment est le sang du commerçant de détail.»
Hanspeter Weber, spécialiste du commerce de détail

Maquillage et soins des cheveux très tendance

Les chances de la droguerie dans le secteur des cosmétiques ont encore été évoquées lors de la partie consacrée à la discussion qui clôt à chaque fois le Forum de la droguerie: de solides connaissances, l'expérience dans le conseil, un service compétent, une offre bien organisée. Avec ces forces, les drogueries ont réalisé l'an dernier quelque 320 millions de francs de chiffre d'affaires dans le secteur des cosmétiques. Cela représente un bon tiers du total du chiffre d'affaires dans ce secteur au niveau suisse qui s'élève à 920 millions de francs. Si les signaux du marché ne sont pas à la croissance, les innovations ne manqueront pourtant pas, selon les experts. Ils voient des produits intéressants pour les droguistes, en particulier dans les branches maquillage, soins des cheveux et soins du corps fonctionnels.

Lukas Fuhrer / trad: mh

Le Forum de la droguerie

Le Forum de la droguerie est né en 1996 quand l'ancien grossiste pour les drogueries Amidro a rejoint le groupe Galenica. Jusqu'en 2008, le but du Forum de la droguerie était un échange d'informations approfondi avec des ateliers sur le développement de la branche. En 2009, l'ASD et Galenica ont convenu d'une responsabilité partagée et ont transformé le Forum de droguerie en laboratoire d'idées de la branche de la droguerie. Les membres sont 50 entrepreneurs leaders, ainsi que des créateurs d'opinions du secteur de la droguerie. Lors des deux rencontres annuelles, le think tank se penche sur des thèmes actuels pour lesquels il fait appel à des spécialistes et des experts. Le Forum permet aux membres de se forger une opinion solide sur des questions stratégiques. Les connaissances acquises se transmettent sous différentes formes grâce aux membres du Forum et influencent positivement le développement de la branche de la droguerie, estime **Peter Hadorn**, qui dirige depuis 2002 le Forum de la droguerie. **Martin Bangerter**, président central de l'ASD, et **Jean-Claude Clémençon**, responsable du secteur Logistics chez Galenica, en sont actuellement les co-présidents.

Branche

Droguistes et lobbyistes sous la Coupole fédérale

Des lobbyistes représentent les intérêts des droguistes au Parlement. Des étudiants de l'ESD ont pu avoir un aperçu des processus parlementaires – et rencontrer un conseiller fédéral.

Le lobbying est souvent utilisé et compris dans un sens négatif. Comme synonyme d'une influence néfaste, de copinage ou même de corruption. Par définition, le lobbying signifie de manière tout à fait objective «représentation des intérêts» et c'est donc une composante indispensable du système politique démocratique. Des représentants d'intérêts des secteurs les plus variés de la société transmettent leurs préoccupations aux parlementaires pour les faire parvenir aux commissions et finalement aux deux Chambres. Les étudiants des classes 1A et 1B de l'ESD ont pu découvrir le fonctionnement en détail sur place le mardi 29 octobre: au Palais fédéral, **Martin Bangerter,** président central de l'ASD, et Elisabeth Huber, responsable politique et branche, ont donné un cours de gestion générale d'entreprise sur le thème du lobbying. Les étudiants ont été accueillis au Parlement par le conseiller national et membre d'honneur de l'ASD, Jürg Stahl, qui siège à la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique et est un interlocuteur important de l'Association suisse des droguistes.

Du lobbying au bon moment

Jürg Stahl a conduit les étudiants dans la salle de réunion du groupe parlementaire UDC dont le toit de verre s'ouvre sur l'imposante coupole fédérale. Ce droguiste dipl. féd. qui possède un diplôme de management général pour les PME siège depuis 14 ans au Conseil national. Sa principale préoccupation concernant la droguerie est actuellement la révision de la Loi sur les produits thérapeutiques. Jürg Stahl avait apporté une masse impressionnante de documents pour montrer à quel point le projet de loi est détaillé. La révision est traitée dans sa commission et au Conseil national depuis 2005 déjà. En tant que représentant officiel des intérêts de l'ASD, Jürg Stahl soigne particulièrement un échange vif avec le président central Martin Bangerter, a-t-il expliqué: «Nous avons un but commun: transmettre au Parlement les préoccupations de l'Association des droguistes.»

Dans le cours de gestion générale d'entreprise, Martin Bangerter a enseigné quelques principes permettant de réussir le travail de lobbying. Le moment auquel on fait part des préoccupations est ainsi décisif. Cela doit se faire dans une phase où le Parlement ou la commission traite réellement le thème, explique Martin Bangerter. Sans cela, on ne suscite aucun intérêt chez les parlementaires. Voici la recette d'un lobbying réussi: «Aussi tôt que possible, partout où c'est nécessaire et surtout au bon moment.»

Visite du conseiller fédéral Berset

Certes, le lobbying vise à introduire les intérêts d'un groupe sur la scène législative. Toutefois, penser uniquement à soi-même est une vue à court terme, estime Martin Bangerter. Il s'agit bien davantage d'inclure d'autres cercles concernés. Finalement, le Parlement représente tout le peuple et ne s'occupe pas que des intérêts particuliers. C'est pourquoi les discussions avec d'autres groupes d'intérêts et – pour autant qu'on trouve un dénominateur commun – l'harmonisation des préoccupations et des argumentations sont très importantes, par exemple dans le cadre de la révision de la Loi sur les produits thérapeutiques. «Ainsi l'idée de la nécessité d'un conseil par du personnel spécialisé et médical est considérablement renforcée par le fait qu'aussi bien pharmasuisse que l'Association des droguistes la trouve indispensable dans le cadre de la révision de la LPTh», poursuit Martin Bangerter.

Le point fort de la journée au Palais fédéral était une brève visite du conseiller fédéral **Alain Berset.** Le ministre de la santé s'est montré ouvert à la discussion et a répondu aux questions des étudiants. En guise de remerciement pour le stimulant échange d'idées, les étudiants ont remis au conseiller fédéral un paquet contenant des produits de la droguerie. Le ministre de la santé de son côté a souhaité beaucoup de bonheur et de succès aux étudiants dans leur formation – et beaucoup de réussite aussi pour leurs prochains examens en janvier.

Lukas Fuhrer / trad: mh

Lukas Fuhrer

Les étudiants de l'ESD ont apprécié de pouvoir échanger des idées avec le ministre de la santé.

Lukas Fuhrer

Le conseiller fédéral Alain Berset s'est pris le temps de répondre en détail aux questions des étudiants portant sur la santé.

Melisana AG
La crème labiale au beurre de mangue de dermophil nourrit les lèvres intensément. Grâce à l'effet relipidant des huiles de macadamia et de canola (colza), c'est le soin des lèvres idéal pour l'hiver. De plus, le palmitate de vitamine A régénère les lèvres abîmées. La texture soyeuse assouplit les lèvres en douceur. Disponible en petit tube pratique muni d'un applicateur, pour une utilisation simple au quotidien.

Cet article clôt la série sur le tableau clinique du burn-out et ses conséquences sur la vie professionnelle.

Eviter le recours à l'aide sociale

Un burn-out a souvent pour conséquence une incapacité de travail de plusieurs mois. A l'expiration de l'obligation légale du maintien du versement du salaire, l'employé se retrouve sans revenu. Seule une assurance indemnités journalières en cas de maladie peut alors aider.

Sans revenu après six mois au plus tard

L'obligation du maintien du versement du salaire par l'employeur n'est réglementée que de manière lacunaire dans la loi. Les tribunaux du travail ont développé différentes échelles (par ex. les échelles de Bâle ou de Berne) pour les cas où le contrat de travail ou la convention collective applicable ne contient pas de réglementations sur le sujet. La convention collective de travail pour les droguistes prévoit une durée maximale de maintien du paiement du salaire de cinq mois dès la 10e année de service et l'échelle de Bâle de six mois de salaire dès la 21e année de service. Cela signifie qu'en cas d'absence de plusieurs mois à cause d'une maladie, plus aucun salaire n'est versé au plus tard après six mois. De grosses difficultés financières et de l'angoisse peuvent alors venir s'ajouter aux problèmes de santé.

Une situation hautement insatisfaisante pour toutes les personnes concernées. De nombreux employés droguistes ne disposent que d'un revenu modeste (que ce soit parce qu'ils travaillent à temps partiel ou parce que les salaires sont en général plutôt bas) et ils ne disposent pas de réserves pour vivre quelque temps sans revenu ce qui aggrave généralement encore les choses. Il ne reste alors souvent pas d'autre choix que de recourir à l'aide sociale, ce qui est vécu comme une humiliation – tout sauf favorable en cas de burn-out.

Assurance indemnités journalières recommandée pour les employeurs

Employés Droguistes Suisse recommande instamment aux employeurs de conclure une assurance d'indemnités journalières en cas de maladie pour tous les employés. Une telle assurance paie en général 80 % du salaire actuel pendant deux ans en cas de maladie. Comme le prévoit l'art. 34 de la convention collective de travail pour la branche de la droguerie, les primes pour une telle assurance sont prises en charge au moins pour moitié par l'employeur mais l'employé participe aussi aux primes.

Les employés peuvent limiter les pouvoirs

Il est tout à fait envisageable que l'assurance indemnités journalières souhaite prendre connaissance des dossiers médicaux des médecins traitants ou des assurances et exige pour cela de l'employé de présenter une procuration. L'employé est soumis à un devoir de collaboration. Mais il garde la possibilité de limiter la procuration si celle-ci va trop loin, par exemple en autorisant uniquement le médecin-conseil de l'assurance à s'informer auprès du médecin traitant. Afin d'éviter une cessation des prestations en raison d'une violation du devoir de collaboration, il est conseillé de prendre contact avec l'assureur et de trouver une solution satisfaisante pour toutes les parties.

Indemnités journalières en cas de maladie malgré la rupture du contrat de travail

Si une rupture du contrat de travail intervient (dans le respect des délais), la poursuite du paiement de l'assurance en cas de maladie ou pas dépendra du contrat d'assurance. Si la couverture se termine, il est important de se renseigner auprès de l'assurance indemnités journalières en cas de maladie de l'employeur actuel et de conclure un contrat individuel.

Appel d'Employés Droguistes Suisse

La conclusion d'une assurance indemnités journalières en cas de maladie peut permettre une amélioration conséquente de la vie des collaborateurs sans effort démesuré et à moindre coût. C'est pourquoi Employés Droguistes Suisse lance un appel aux employeurs: assurez vos employés auprès d'une assurance indemnités journalières en cas de maladie.

Regula Steinemann /trad: mh

Regula Steinemann,
avocate et directrice de
«Employés Droguistes Suisse»

Cette page est ouverte à «Employés Droguistes Suisse». L'avis de l'auteur ne doit pas coïncider avec celui de la rédaction.

ANGESTELLTE DROGISTEN SUISSE
www.drogisten.org

Vos rendez-vous de la branche 2014

Les principales manifestations de l'année prochaine spécifiques à la branche de la droguerie.

ASSOCIATION SUISSE DES DROGUISTES (ASD)

15. – 19.1.	45. journées de ski des droguistes «DrogoBrain- & Snow-Days» au Waldhotel National à Arosa, *www.drogistenskitage.ch*
16. 4.	Conférence des présidents séance de printemps à Berne
10. 9.	Conférence des présidents séance d'automne à Berne
14. – 17.9.	Forum de formation à Neuchâtel
14. 11.	Assemblée des délégués (matin) et assemblée générale (après-midi)

ECOLE SUPERIEURE DE DROGUERIE (ESD)

13.3.	Journée de discussion pour répondre aux questions relatives aux matières de l'examen d'admission à l'ESD
26.3.	Examen d'admission pour le cycle 2014 – 2016
3.7.	Cérémonie de remise des diplômes au château de Neuchâtel
18.8.	Début du cycle 2014 – 2015
3.11.	Journée d'information sur l'examen d'admission pour le cycle 2015 – 2017

MANIFESTATIONS POUR LES PROS

19. – 21.1.	Ornaris, Salon tendances et nouveautés, Foire de Zurich, *www.ornaris.ch*
30.1.	Conférence nationale sur la promotion de la santé, Beaulieu Lausanne
1. – 2.3.	Beauty Forum Swiss, Foire de Zurich, *www.beauty-forum.ch*
27. – 30.3.	Mednat, Salon des médecines naturelles et de l'agriculture biologique, Beaulieu Lausanne, *www.mednatexpo.ch*
8. – 9.4.	Corporate Health Convention, Congrès spécialisé dans la promotion de la santé en entreprise et la démographie, Foire de Zurich, *www.corporate-health-convention.ch*
6. – 8.5.	Vitafoods Europe, Exposition et congrès sur les ingrédients pour nutraceutiques et prestations annexes, Palexpo Genève, *www.vitafoods.eu.com*
17. - 20. 8.	Ornaris, Salon tendances et nouveautés, BernExpo, *www.ornaris.ch*
17. – 21.9.	SwissSkills Berne 2014, Championnat suisse des métiers, BernExpo, *www.swissskillsbern2014.ch*
17. – 20.9.	Expopharm, plus grande foire professionnelle pour les produits pharmaceutiques d'Europe, Munich, *www.expopharm.de*
21. – 24.10.	IFAS, Salon spécialisé du marché de la santé, Foire de Zurich, *www.ifas-messe.ch*

ESD ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE
HÖHERE FACHSCHULE FÜR DROGISTINNEN UND DROGISTEN

ESD-Cycle de formation 2014–16
Des perspectives pour l'avenir

Branches soumises à l'examen
Connaissance des médicaments, biologie, chimie, connaissance des plantes médicinales, gestion et vente y compris calcul commercial. Pour vous préparer à l'examen d'admission, vous recevrez des exercices sur CD-ROM.
Les titulaires d'une maturité professionnelle ou gymnasiale sont dispensé(e)s de l'examen d'admission.

Journée de discussion
Nous répondrons à toutes vos questions relatives à la matière de l'examen d'admission le jeudi 13 mars 2014.

Examen d'admission
Mercredi 26 mars 2014

Début du prochain cycle
Lundi 18 août 2014

Délai d'inscription
Le délai d'inscription pour tous les candidat(e)s est fixé au **28 février 2014**.

ESD-Ausbildungszyklus 2014–16
Eine Zukunft mit Perspektiven

Prüfungsfächer
Arzneimittelkunde, Biologie, Chemie, Heilpflanzenkunde, Betriebs- und Verkaufskunde inkl. kaufmännisches Rechnen.
Sie erhalten eine CD-ROM mit Übungsaufgaben zur Prüfungsvorbereitung.
Kandidatinnen und Kandidaten mit Berufmaturitätszeugnis oder gymnasialem Maturitätszeugnis sind von der Aufnahmeprüfung dispensiert.

Besprechungstag
Wir beantworten Ihre Fragen zum Prüfungsstoff am Donnerstag, 13. März 2014.

Aufnahmeprüfung
Mittwoch, 26. März 2014

Beginn des nächsten Ausbildungszyklus
Montag, 18. August 2014

Einschreibefrist
Die Einschreibefrist für sämtliche Kandidatinnen und Kandidaten ist der **28. Februar 2014**.

Weitere Information + Anmeldung an /
Informations complémentaires et inscription à:

École supérieure de droguerie
Rue de l'Évole 41 2000 Neuchâtel Téléphone 032 717 46 00 Fax 032 717 46 09 cpln-esd@rpn.ch www.esd.ch

Gesund einkaufen, gesund leben!

Für unsere **Reform-Drogerie in Locarno**, suchen wir per **sofort oder nach Vereinbarung** eine/einen

Filialleiterin / Filialleiter
Drogistin/Drogisten HF(80-100%)

...die/der mit Freude und Kompetenz unsere Kunden begeistert.

Ihr Herz schlägt für eine gesunde natürliche Ernährung und Naturheilmittel! Sie sind eine engagierte, offene und kontaktfreudige Persönlichkeit, die gerne Verantwortung übernimmt. Zudem verfügen Sie über hohe Sozial- und Fachkompetenz sowie Eigeninitiative. Ihre Stärke ist Ihre Mitarbeiter zu motivieren und zu führen.

Wenn Sie in einem positiven Umfeld Ihre Qualitäten und Ihr Engagement einbringen möchten, dann freut sich Stefan Rot auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Herzlich willkommen!

MÜLLER REFORMHAUS VITAL DROGERIE
FÜR MEHR LEBENSQUALITÄT

MÜLLER Reformhaus Vital AG
Industriestrasse 30
8604 Volketswil
Tel.: 044 947 50 40
stellen@reformhaus.ch

welldro DROGERIE

Für unsere Drogerie im Pizolcenter in Mels/Sargans suchen wir per 1. Januar 2014 oder nach Vereinbarung:

Drogistin EFZ (80-100%)

Sie sind eine gut organisierte, flexible und belastbare Persönlichkeit, Ihre Stärken liegen in der aktiven und umfassenden Kundenberatung. Sie zeigen Eigeninitiative und übernehmen gerne Verantwortung. Zu Ihrem Aufgabenbereich gehören auch das Flair für einen umfangreichen Wareneinkauf und Kontakt zu unseren Lieferanten.
Wir bieten Ihnen einen interessanten und abwechslungsreichen Arbeitsplatz in einer modernen Center-Drogerie, ein aufgestelltes junges Team und eine angenehme Kundschaft.

Für unsere Drogerie im Calandapark in Chur suchen wir per 1. März 2014 oder nach Vereinbarung:

Dipl. DrogistIn HF (80-100%)

Sie sind motiviert und haben Freude die Verantwortung für ein kleines Team in einer Center-Drogerie zu übernehmen. Sie denken team-orientiert und sind bereit, Ihre Fachkenntnisse in einer kleinen Drogeriegruppe einzubringen.
Es erwarten Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit und ein motiviertes Team.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder Mail an:

Welldro AG
Wilfried Hugentobler
Grossfeldstrasse 63
CH-8887 Mels
Mail: w.hugentobler@welldro.ch

DAMIT ES **IHNEN** GUT GEHT

Marché de l'emploi

Délai d'insertion pour la prochaine édition: 3 janvier 2014
Envoyer les annonces électroniques à:
inserate@drogistenverband.ch

www.d-flash.ch › annonces

Vous recherchez un emploi ou avez un poste à repourvoir? Consultez notre marché de l'emploi! Offres actuelles quotidiennes sur: www.d-flash.ch

Drogistin EFZ gesucht

Ballenbergstiftung der Schweizer Drogisten

Die Ballenbergstiftung der Schweizer Drogisten betreibt auf dem Ballenberg eine historische Drogerie. Diese hat während den Öffnungszeiten des Museums jeweils 7 Tage die Woche offen. Für die neue Saison – April bis Oktober 2014 – suchen wir eine aufgestellte Drogistin für eine ganz besondere Aufgabe: **Betreuung der Besucher in der historischen Drogerie auf dem Ballenberg.**
Fixes Pensum von 3 bis 5 Tagen pro Woche möglich.
Auch für Wiedereinsteigerinnen geeignet.

Bei Interesse und für Fragen melden Sie sich bei:
Beni Haslebacher, DROPA Drogerie Haslebacher GmbH, Brienz, Tel. 033 951 09 77, E-Mail: dropa.haslebacher@dropa.ch

Unsere Drogistin geht in den wohlverdienten Ruhestand – unsere treue Stammkundschaft möchte aber auch weiterhin eine Topberatung.
Daher suchen wir per Anfang Januar oder nach Übereinkunft eine

Drogistin 100 %.

Sind Sie begeistert von Naturheilmitteln, arbeiten gerne im kleinen Team und sind ein Beratungstalent?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

drogerie steinhölzli kirchstrasse 4 3097 liebefeld
+ www.drogeriesteinhoelzli.ch

horizont Drogerie Marketing GmbH

Infolge Schwangerschaft suchen wir per 1.März 2014 oder nach Vereinbarung

eine/n Drogist/in 100 %

in unserer Drogerie in Wollerau.

Sie haben Freude an der Beratung und Betreuung unserer Kundinnen und Kunden, und übernehmen gerne eine verantwortungsvolle Tätigkeit.

Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Drogerie Dobler
Hauptstrasse 24
8832 Wollerau
Telefon 043 844 43 88

drogerie p.dobler
8853 Lachen 055 / 442 13 60
8832 Wollerau 043 / 844 43 88

Drogistin/Drogist 60 – 100 %

Wir suchen per Januar 2014 oder nach Vereinbarung eine/n Drogistin/en zur Ergänzung unseres Teams.
Sie sind berufserfahren, aufgestellt, motiviert, flexibel und suchen eine neue, verantwortungsvolle Herausforderung? Dann sind Sie bei uns genau richtig!
Wir bieten Ihnen einen abwechslungsreichen Job in einer klassischen, gut funktionierenden Landdrogerie mit breitem Sortiment.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau B. von Gunten.

DROGERIE kasser
Tösstalstrasse 97 | 8488 Turbenthal
Telefon 052 385 11 15

Gut vernetzte Drogerien = spannende Arbeitsplätze!
Wir sind Partner der swidro
swidro zusammen erfolgreich

droma Drogerie Masiello

An der Luzerner Riviera in Weggis suchen wir per 1. Februar 2014 oder nach Vereinbarung ein/-e

Drogist/-in.

Mit Ihrer natürlichen Ausstrahlung und Sinn für Zusammenarbeit bereichern Sie unser Team und unsere anspruchsvolle Kundschaft. Ihre Stärken in der Beratung liegen insbesondere im Bereich der Spagyrik und der biochemischen Mineralstoffe nach Dr. Schüssler. Wir führen ein klassisches Drogeriesortiment mit den Schwerpunkten Naturheilmittel und Vitalstoffe.

Sind Sie fit für uns? Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie an:

Wellness-Drogerie Masiello, Marco Masiello
Luzernerstrasse 44, 6353 Weggis
weggis@droma.ch, Telefon 041 390 30 63

Wir sind ein wachsendes Unternehmen mit 30 Reformgeschäften und 6 Bioläden. Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt und werden von engagierten Mitarbeitenden mit Freude und Kompetenz betreut und beraten. Das Angebot sowie die Nachfrage an natürlichen Produkten nehmen laufend zu. Wir sind stolz auf unser umfangreiches Naturkost- und Naturkosmetiksortiment.

Für die Sicherstellung des zentralen Einkaufs, die Beschaffung von Warengruppen sowie für die Ver- marktung unserer Marken suchen wir am Hauptsitz in Volketswil auf **1. Januar 2014 oder nach Vereinbarung** eine flexible und belastbare Persönlichkeit als

Produktmanager Naturkost/Naturkosmetik 100 %

Sie verfügen idealerweise über einen Abschluss als Drogist HF mit Weiterbildungen in den Bereichen Marketing (zwingend), Betriebswirtschaft, Lebensmittel oder Reform/Biofach. Sie bringen bereits Retail-Erfahrung in ähnlicher Funktion mit und überzeugen mit fundierten Kenntnissen im Lebensmittel- und/oder Naturkosmetikbereich. Sie stellen die Beschaffung unserer Waren sicher, verhandeln mit Geschäftspartnern, erstellen Markt- und Sortimentsanalysen und sorgen für eine optimale Positionierung unserer Produkte und unserer Marken.

Ferner sind Sie in der Lage, Trends im Ernährungsbereich zu erkennen, Informationen über Produkte und Produzenten zu beschaffen sowie Marketingaktivitäten zu planen und zu koordinieren. Sie sind versiert im Umgang mit Warenwirtschaftssystemen und besitzen sehr gute MS-Office-Anwenderkenntnisse. Sie verfügen über eine schnelle Auffassungsgabe sowie analytische Fähigkeiten und können vernetzt denken. Ausserdem sind Sie selbständiges, exaktes, strukturiertes und lösungsorientiertes Arbeiten gewohnt.

Das Team und unsere internen und externen Kunden geniessen bei Ihnen einen hohen Stellenwert und Sie haben Spass im Umgang mit unterschiedlichen Menschen. Ihre Affinität zur Kulinarik und Naturkosmetik sowie Ihre ausgeprägte Kommunikations- und Begeisterungsfähigkeit helfen Ihnen, diese abwechslungs- und anforderungsreiche Aufgabe optimal zu erfüllen.

Bei uns erwartet Sie eine sehr selbständige, verantwortungsvolle und spannende Aufgabe sowie attraktive Anstellungsbedingungen. Besuchen Sie unsere Website, um mehr zu erfahren.

Suchen Sie eine Schlüsselposition in einem dynamischen Umfeld? Wenn ja, dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen, inklusive aktuellem Foto, freut sich Cornelia Barbirotta, HR Services. Diskretion ist für uns eine Selbstverständlichkeit.

MÜLLER Reformhaus Vital Shop AG
Cornelia Barbirotta
Industriestrasse 30
8604 Volketswil
cornelia.barbirotta@reformhaus.ch
www.reformhaus.ch

MÜLLER REFORMHAUS VITAL SHOP
FÜR MEHR LEBENSQUALITÄT

Recherche d'emploi

Motivierte Wiedereinsteigerin

sucht **10 – 20 % Stelle** im Raum Zürich.

Ich bin ab sofort bereit als Drogistin zu arbeiten.
Ich freue mich auf Ihren Anruf. Telefon 079 221 70 78
oder Mail: emerita.seiler@gmail.com

Droguerie/divers

Drogerie zu verkaufen

Unsere Drogerie, im südlichsten Zipfel des Kantons Solothurn, steht per Ende 2014 zum Verkauf.
Landdrogerie mit vielfältigem Sortiment, Drogothekstatus 2013, günstige Übernahmebedingungen und fairer Mietzins.

Haben Sie Interesse, dann kontaktieren Sie uns.
Drogerie H. Lenz, Hauptstrasse 32, 3254 Messen SO
031 765 54 70, h.lenz@bluewin.ch, www.drogerie-lenz.ch

horizont
Drogerie Marketing GmbH

Nouvelle adresse?

Informez-nous en cas de changement d'adresse ou d'employeur ou si vous souhaitez simplement recevoir votre magazine *d-inside* à une autre adresse.

Afin que nous puissions vous faire parvenir votre prochain exemplaire à l'adresse désirée, vous voudrez bien nous indiquer vos nouvelles coordonnées jusqu'au dix du mois en cours, par e-mail ou par téléphone:

info@drogistenverband.ch, Téléphone 032 328 50 30

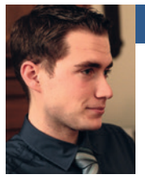
Avec *d-bulletin*, vous savez à l'avance ce que vos clients liront dans la prochaine *Tribune du droguiste*.

Vous recevez la *Tribune du droguiste* en format PDF, avec la liste des annonceurs, des bulletins de commande, des informations spécialisées des fournisseurs et un test de connaissances pour vous et toute votre équipe.

Pour s'abonner: inserate@drogistenverband.ch

De fil en aiguille

Ce que des membres de la branche de la droguerie ont toujours voulu demander à d'autres personnalités. La règle du jeu: la personne interrogée qui répond ouvertement peut poser une question à une autre personnalité.



A question précise …

« Comment, avec votre formation scientifique et médicale en pharmacie, vous êtes-vous ouverte aux méthodes thérapeutiques alternatives?»

Adrian Würgler, droguiste ES et responsable du cours pour les remplacements de l'ASD

… réponse directe

«Avec la médecine académique, j'ai appris que les maladies apparaissent en raison d'un manque ou d'un excès de médiateurs chimiques. Cela ne m'a pas suffi pour répondre à la question de ce qui permet une guérison. En pharmacie, les clients m'ont montré que l'on peut aussi guérir grâce l'homéopathie.
Je me suis par conséquent penchée sur les traitements alternatifs pour découvrir les forces de guérison qui agissent en plus des processus chimiques. L'étude de la médecine complémentaire a considérablement élargi ma compréhension des processus de guérison. Elle m'aide aujourd'hui à considérer une maladie d'un point de vue global, intégrant en plus du corps, l'esprit et l'âme. Selon la situation, je peux la recommander comme monothérapie ou en complément à la médecine académique. Ces procédures thérapeutiques alternatives me permettent de faire preuve de créativité lorsque je fais des recommandations de traitement. Elles prennent en compte l'individualité du client et sa maladie ne se réduit ainsi plus à des troubles des médiateurs chimiques.»
Christine Funke, pharmacienne dipl. féd. FPH en pharmacie d'officine et phytothérapie et enseignante à l'ESD

Et la suite

La question suivante s'adresse à Julia Burgener, docteur en sciences naturelles, qui dirige le département scientifique de l'ASD. Christine Funke lui demande: **«Ça m'intéresserait de savoir quels sont les critères pris en compte pour considérer les informations venant d'internet comme fiables?»**

La réponse de Julia Burgener paraîtra dans l'édition de février 2014 de *d-inside*.

Agit en continu jusqu'à 12 heures
à chaque stade de la poussée du bouton de fièvre[1]

COMPEED® Patchs boutons de fièvre

Phase virale: Agit comme un bouclier contre les virus et réduit le risque de transmission du bouton de fièvre

Phase de cicatrisation: Masque le bouton de fièvre, réduit la formation de croûte et accélère le processus naturel de cicatrisation de la peau

Compeed®

Rien ne vous arrête.

www.compeed.com

[1] Étude clinique portant sur 174 personnes, 2013