d-inside

Informations professionnelles et spécialisées de l'Association suisse des droguistes

DÉCEMBRE 2018 / JANVIER 2019

550 PRÉPARATIONS DE LA LISTE C EN DROGUERIE

UTILISATION SIMPLE ET CORRECTE DES AUTOTESTS

AD: OUI AU NOUVEAU MODÈLE DE COTISATIONS

GALENICA: MARQUES FAÎTIÈRE VERFORA ET PROPRES FELAN

ESD ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE

HÖHERE FACHSCHULE FÜR DROGISTINNEN UND DROGISTEN

ESD-Cycle de formation 2019–21
Des perspectives pour l'avenir

Délai d'inscription pour le cycle 2019–21
Le délai d'inscription pour tous les candidat(e)s est fixé au **28 février 2019.**

Journée de discussion
Nous répondrons à toutes vos questions relatives à la matière de l'examen d'admission le jeudi 7 mars 2019.

Examen d'admission
Mercredi 20 mars 2019

Branches soumises à l'examen
Connaissance des médicaments, biologie, chimie, connaissance des plantes médicinales, gestion et vente y compris calcul commercial. Vous recevez un fichier numérique avec les exercices et les solutions pour la préparation des examens.

Les titulaires d'une maturité professionnelle, spécialisée ou gymnasiale sont dispensé(e) de l'examen d'amission.

Début du cycle 2019–21
Lundi 19 août 2019

ESD Ausbildungszyklus 2019–21
Eine Zukunft mit Perspektiven

Einschreibefrist für den Zyklus 2019–21
Die Einschreibefrist für sämtliche Kandidatinnen und Kandidaten ist der **28. Februar 2019.**

Besprechungstag Aufnahmeprüfung
Wir beantworten Ihre Fragen zum Prüfungsstoff am Donnerstag, 7. März 2019.

Aufnahmeprüfung
Mittwoch, 20. März 2019

Prüfungsfächer
Arzneimittelkunde, Biologie, Chemie, Heilpflanzenkunde, Betriebs- und Verkaufskunde inkl. kaufmännisches Rechnen. Sie erhalten in einer digitalen Datei Übungsaufgaben mit Lösungen zur Prüfungsvorbereitung.

Kandidatinnen und Kandidaten mit Berufsmaturitätszeugnis, Fachmaturität oder gymnasialem Maturitätsezeugnis sind von der Aufnahmeprüfung dispensiert.

Beginn des Ausbildungszyklus 2019–21
Montag, 19. August 2019

Visitez notre site **www.esd.ch** et découvrez dans le court-métrage «ESD life» tout ce qu'il faut savoir sur la formation de droguiste ES!

Besuchen Sie uns auf **www.esd.ch** und erfahren Sie im Kurzfilm «ESD life» alles über die Ausbildung zur Drogistin und zum Drogisten HF!

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

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

550 nouvelles préparations de la liste C entrent en droguerie. Tous les médicaments non soumis à ordonnance seront désormais disponibles en droguerie

La catégorie de remise C sera supprimée au 1.1.2019. Nous marquons avec ce logo les informations que nous vous donnerons régulièrement sur la «liste unique d'automédication».

6 **Assemblée des délégués 2018**
Les délégués approuvent le nouveau modèle de cotisations, en vigueur dès 2019

8 **Forum de formation**
Retour en mots et en images sur la plus grande manifestation de formation continue de la branche de la droguerie

12 **Autotests en droguerie**
Les tests pour usage personnel sont de plus en plus demandés dans la branche

17 **Employés Droguistes Suisse**
Congé paternité: une initiative demande quatre semaines

18 **Interview du Dr Claudia Zieres-Nauth**
La CEO de Medropharm SA a un objectif ambitieux: faire enregistrer des extraits de cannabis comme produits thérapeutiques et les introduire en droguerie et pharmacie

22 **Galenica I**
L'entreprise et la marque faîtière Verfora

24 **Galenica II**
Les marques propres OTC de Felan

26 **Cosmétique végane**
Les modes de vie axés sur la durabilité sont tendance – y compris la cosmétique végane?

28 **Agenda 2019**
Les rendez-vous de la branche de l'ASD

31 **Marché de l'emploi**

IMPRESSUM D-INSIDE
Organe officiel de l'Association suisse des droguistes, Rue de Nidau 15, 2502 Bienne; info@drogistenverband.ch, www.droguerie.ch
Direction: Frank Storrer; rédacteur en chef: Heinrich Gasser (hrg); rédacteur en chef adjoint: Lukas Fuhrer (lf); traduction: Claudia Spätig (cs), Marie-Noëlle Hofmann (mh); annonces: Heinrich Gasser (ad interim), inserate@drogistenverband.ch; conseils spécialisés: Elisabeth Huber (service scientifique), Andrea Ullius (responsable du développement de la branche); mise en page: Claudia Luginbühl; couverture: fotolia.com

Abonnements: Antonella Schilirò, téléphone 032 328 50 30, a.schiliro@drogistenverband.ch; ISSN 2297-1688; 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

550 PRÉPARATIONS DE L'ANCIENNE LISTE C EN DROGUERIE

Ce sera réalité en 2019: tous les médicaments non soumis à ordonnance seront disponibles en droguerie. Une étape capitale pour les drogueries. Pour les fabricants OTC, la nouvelle répartition des principes actifs de la catégorie de remise C est une nouvelle plus ou moins réjouissante, en fonction des produits.

Avec la suppression de la catégorie de remise C, tous les médicaments non soumis à ordonnance seront désormais disponibles en droguerie.

C'est sûr depuis l'information préliminaire de l'Institut suisse des produits thérapeutiques Swissmedic le 16 novembre: les drogueries pourront remettre près de 550 préparations de l'ancienne liste C. Swissmedic a annoncé que le transfert des médicaments se fera durant le premier trimestre 2019. Les titulaires d'une autorisation de mise sur le marché recevront un préavis, communiquant la décision de réaffectation envisagée. Ils pourront prendre position dans les 30 jours. Sans réponse de leur part à expiration du délai, Swissmedic entamera la procédure de transfert des médicaments. Les produits seront donc légalement reclassés, pour autant que les titulaires ne s'y opposent pas. Et c'est à partir de ce moment que les médicaments concernés pourront effectivement être vendus en droguerie.

Pour les drogueries qui se sont vivement engagées durant toute la révision de la loi sur les produits thérapeutiques en faveur d'une liste unique de l'automédication, c'est une étape capitale. «Nous sommes fiers que soit ainsi rendu honneur aux grandes compétences spécialisées des droguistes dans toute la Suisse et que cette étape permette de renforcer une automédication avantageuse», déclare **Jürg Stahl,** président central de l'Association suisse des droguistes.

Augmentation de la diversité des médicaments en droguerie

Dans le cadre de la suppression de la liste C, Swissmedic a examiné près de 650 médicaments: à peine 100, soumis à ordonnance, ont été transférés dans la catégorie de remise B et 550 ont été autorisés à la vente dans tout le commerce spécialisé des produits thérapeutiques. «Nous pouvons maintenant faire passer ce message: tous les médicaments non soumis à ordonnance sont disponibles en droguerie», se réjouit *Elisabeth von Grünigen-Huber,* responsable Politique et branche de l'ASD. L'Association veut communiquer cet élargissement des compétences de remise des drogueries aussi bien au sein de la branche de la santé qu'auprès de la population, souligne Elisabeth von Grünigen-Huber.

JÜRG STAHL, PRÉSIDENT CENTRAL DE L'ASSOCIATION SUISSE DES DROGUISTES

«Nous sommes fiers que soit ainsi rendu honneur aux grandes compétences spécialisées des droguistes dans toute la Suisse et que cette étape permette de renforcer une automédication avantageuse.»

550 préparations de plus: qu'est-ce que cela signifie pour une droguerie au quotidien? «L'augmentation de la diversité des médicaments disponibles en droguerie. Pour certaines indications, nous disposerons de nouvelles possibilités de traitement, je pense par exemple aux préparations contre les allergies ou le mal des transports», poursuit Elisabeth von Grünigen-Huber. L'assortiment des drogueries ne s'enrichit pas seulement de marques connues de la médecine académique mais également de préparations propres à l'homéopathie et à l'anthroposophie. Dans la liste des médicaments transférés dans la liste C de Swissmedic figurent en outre certaines préparations qui étaient déjà disponibles en droguerie, mais désormais en dosages plus élevés ou en emballages plus grands. «Cela nous offre aussi plus de possibilités au niveau des traitements», souligne la responsable Politique et branche de l'ASD.

ELISABETH VON GRÜNIGEN-HUBER,
RESPONSABLE POLITIQUE ET BRANCHE DE L'ASD

«Nous pouvons maintenant faire passer ce message: tous les médicaments non soumis à ordonnance sont disponibles en droguerie».»

L'industrie salue la définition de la liste

Pour les fabricants OTC, le communiqué du 16 novembre a clarifié la situation: depuis l'annonce de la suppression de la liste C, ils tâtonnaient ans le noir, ne sachant dans quelle catégorie leurs différentes préparations seraient finalement transférées. «L'industrie pharmaceutique se réjouit que soit enfin clairement défini ce qui passera dans la catégorie D. Ces 550 préparations constituent une ouverture et renforcent l'automédication», remarque *Martin Bangerter,* directeur de l'Association suisse des spécialités pharmaceutiques grand public (ASSGP). Scepticisme en revanche en ce qui concerne les quelque 100 transferts dans la liste B: ces produits thérapeutiques pourront toujours être remis en pharmacie, mais désormais sans ordonnance – pour autant que la remise soit personnellement faite par le pharmacien ou la pharmacienne, avec un entretien de conseil et des informations complètes sur le produit, comme cela est exigé pour une prescription médicale. Par ailleurs, les fabricants ne pourront plus faire de publicité pour les médicaments de la catégorie B.

Deux tiers des quelque 100 préparations qui sont désormais classées dans la catégorie de remise B contiennent des dérivés d'opiacés (codéine ou dextrométhorphane), donc des principes actifs qui présentent un risque important d'utilisation abusive. Les médicaments à base de codéine ne peuvent être remis que par des personnes titulaires d'autorisation de maniement des substances soumises à contrôle, ce qui n'est pas le cas des droguistes en vertu de la législation suisse sur les stupéfiants. Bon nombre de ces médicaments présentent en effet un risque majeur d'interactions avec d'autres médicaments soumis à ordonnance (voir encadré «Concept de formation»).

Et les transferts dans la liste E

Après avoir procédé à l'évaluation des médicaments de la catégorie de remise D en vue d'une possible reclassification dans la catégorie E, Swissmedic a publié début décembre une information préliminaire. Parmi les médicaments de la catégorie de remise D qui ont été analysés, à peine 17 % se prêtaient en définitive à une reclassification dans la catégorie de remise E. Cette catégorie de remise enregistre dès lors une augmentation d'environ 60 % puisqu'au lieu de 146 médicaments actuellement (sans les médicaments vétérinaires), elle comptera désormais quelque 240 préparations, communique Swissmedic sur son site.

L'Association suisse des droguistes publie régulièrement des informations sur l'actualité concernant la liste unique de l'automédication – ces informations portent le logo «Actu LPTh.»

| Lukas Fuhrer / trad: cs

CONCEPT DE FORMATION POUR LES NOUVELLES CATÉGORIES DE REMISE

En raison de la suppression de la catégorie de remise C et de la nouvelle répartition des principes actifs, l'ASD a élaboré un nouveau concept de formation, avec les éléments suivants:

a) Développement du cours pour les suppléances avec formation sur les principes actifs de l'ancienne liste C pour les futurs suppléants
b) Cours sous forme d'e-learning avec examen présentiel pour la formation des suppléants actuels
c) Formation de remise à niveau compacte sous forme électronique et présentielle pour tous les droguistes

> **EN SAVOIR PLUS**

Liste alphabétique des médicaments reclassés dans les catégories de remise B et D.

> **EN SAVOIR PLUS**

Liste alphabétique des médicaments transférés dans la liste E.

LES DÉLÉGUÉS APPROUVENT LE NOUVEAU MODÈLE DE COTISATIONS

L'assemblée des délégués de l'Association suisse des droguistes a été marquée par deux points forts: l'adoption du nouveau modèle de cotisations et l'élection de trois membres d'honneur.

Les vice-présidents de l'ASD. Bernhard Kunz (à g.) et Raphael Wyss (à dr.) se réjouissent de la nomination des trois nouveaux membres d'honneur (de g. à dr.): Peter Hadorn, Dr. Karl Krienbühl et Martin Bangerter.

A l'ordre du jour de l'assemblée des délégués du 23 novembre à Bienne figuraient non seulement la votation sur le nouveau modèle de cotisations et l'élection de trois membres d'honneur mais également deux requêtes, émanant l'une de la section de Suisse orientale et l'autre de la section Zurich/Schaffhouse. Le président central *Jürg Stahl* étant absent pour des raisons de santé, l'assemblée a été dirigée par le vice-président, *Raphael Wyss*.

Nouveau modèle de cotisations

Le comité central et la direction de l'ASD se sont réjouis de voir les délégués accepter si nettement le nouveau modèle de cotisations. Le directeur, *Frank Storrer:* «Au lieu d'un seul critère, comme c'était le cas jusqu'à présent avec les achats aux grossistes, nous allons désormais tenir compte de trois critères objectifs qui seront utilisés de la même manière pour toutes les entreprises.» Le modèle pourra entrer en vigueur début 2019. Ce changement était nécessaire car pharmalog, l'association des grossistes pharmaceutiques, avait considéré que l'encaissement des cotisations indirectes par les grossistes n'était plus une méthode opportune et avait résilié ses contrats avec l'ASD pour début 2019. Dans un premier temps, le nouveau modèle avait fait l'objet de différentes critiques, en particulier lors des deux conférences de la branche. Mais son avantage, par rapport aux alternatives possibles, était d'être beaucoup moins cher à réaliser.

Outre une cotisation fixe, les drogueries membres de l'ASD versaient depuis 2006 une cotisation indirecte, calculée en fonction des achats aux grossistes. Celles qui achetaient plus, versaient une contribution plus importante à l'ASD. Le nouveau modèle de cotisations fixe le montant de la cotisation indirecte de manière individuelle pour chaque droguerie sur la base de trois critères, à savoir le chiffre d'affaires, le nombre d'équivalents plein temps et la surface de vente. A l'aide d'un outil en ligne, chaque entreprise évalue elle-même sa position sur une échelle de un à six. «Pas besoin de donner des chiffres, il suffit de cocher une case», a expliqué Frank Storrer, directeur de l'ASD, aux délégués.

La première autodéclaration des drogueries aura lieu en avril 2019 – l'ASD donnera des informations sur la procédure à suivre en temps voulu, a précisé Frank Storrer. Les factures selon le nouveau modèle de cotisations indirectes seront envoyées en août 2019. Par la suite, les entreprises procèderont tous les trois ans à une nouvelle autodéclaration. La compétence d'adapter le montant des cotisations indirectes appartient aux délégués: via le budget, c'est eux qui peuvent déterminer le volume cible. Le directeur de l'ASD a souligné que l'objectif concernant la somme totale des cotisations reste de

1 865 000 francs, comme dans le budget 2018. Cela signifie-t-il que chaque droguerie paiera le même montant de cotisation indirecte que par le passé? «Les critères d'évaluation ont changé. Avec ces trois nouveaux critères objectifs, valables pour tous, le modèle est plus juste. Mais il peut arriver qu'une droguerie, qui n'achetait pas de marchandise ou très peu auprès des grossistes, doive payer plus à partir de 2019, alors qu'une droguerie qui achetait tout via les grossistes paiera moins», a précisé Frank Storrer. Ce qui changera certainement, c'est la facturation. Jusqu'à présent, les drogueries payaient une petite part de leur cotisation indirecte lors de chaque achat à un grossiste. Désormais, il n'y aura plus qu'une facture annuelle pour la cotisation indirecte.

Election de trois membres d'honneur

Entourés par les membres du comité central, trois hommes étaient à l'honneur, trois hommes qui ont beaucoup œuvré pour la droguerie. Et c'est sous les applaudissements que les délégués ont élu le *Dr Karl Krienbühl, Peter Hadorn* et *Martin Bangerter* membres d'honneur de l'Association. Raphael Wyss, vice-président de l'ASD, a souligné l'engagement de ces membres d'honneur en faveur des drogueries suisses. «Kari Krienbühl, qui a longtemps été vice-recteur et professeur de chimie à l'ESD, était déjà à mon époque un professeur qui aimait la matière qu'il enseignait et un puits de sciences qui savait mettre de bonne humeur. Outre sa passion pour l'enseignement, Karl Krienbühl a aussi amplement contribué à façonner l'ESD en tant que vice-recteur.»

Raphael Wyss s'est ensuite adressé à Peter Hadorn: «Peter, je crois qu'il n'existe pas de liste qui puisse recenser toutes tes activités, actions et mérites en faveur des drogueries. Tu as agi au sein de l'ASD, tu as produit des choses pour les drogueries, tu as dirigé le forum de la droguerie, le séminaire sur les successions et bien d'autres activités. Et tu as toujours utilisé ton expérience et ton réseau pour soutenir de manière ciblée les professionnels au sein de la branche.» Et concernant Martin Bangerter, actuel directeur de l'Association suisse des spécialités pharmaceutiques grand public et ancien président central de l'ASD, Raphael Wyss a eu ces paroles: «Nous avons pris congé de toi l'année dernière, ici même, lors de l'assemblée des délégués. Mais ton engagement est toujours omniprésent, en particulier en ce qui concerne le transfert des médicaments de la liste C dans la catégorie de remise D. Nous aurons bientôt accès à tout ce pour quoi il vaut la peine de se battre, pas seulement pour le chiffre d'affaires, mais aussi pour la réputation des drogueries.»

Les délégués ont célébré les trois nouveaux membres d'honneur en leur remettant un document, un présent et avec une nouvelle salve d'applaudissements.

Une requête qui enfonce des portes ouvertes

Outre l'approbation du rapport annuel et des comptes 2017 ainsi que du budget 2019, les délégués ont dû se prononcer sur deux requêtes. La section de Suisse orientale a demandé que seuls les droguistes avec au moins deux ans d'expérience professionnelle dans le domaine de la formation puissent former des apprentis – et donc que soit supprimé l'alinéa c de l'art. 12 de l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de droguiste CFC. Cet alinéa prévoit que les personnes de professions apparentées titulaires d'un CFC et justifiant d'au moins 3 ans d'expérience professionnelle dans le domaine de la formation puissent aussi former des droguistes. «Après d'intenses discussions, le comité central a décidé de se prononcer contre la suppression de cet article», a expliqué Raphael Wyss. En revanche, il propose un durcissement de l'article, demandant une expérience professionnelle d'au moins cinq ans dans le domaine de la formation – dans les professions où la fluctuation est importante, comme chez les assistants en pharmacie, ce durcissement correspond pratiquement à une suppression, a souligné Raphael Wyss. Lors de la votation, la requête de la section de Suisse orientale a essuyé un net refus alors que celle du comité central a été largement acceptée.

La deuxième requête émanait de la section Zurich/Schaffhouse et demandait à l'ASD d'examiner la possibilité de faire une campagne de promotion de l'image en lien avec l'introduction de la liste unique OTC dans le cadre de sa stratégie de communication. Les auteurs de la requête mentionnaient plusieurs mesures concrètes, comme la formation d'un groupe de travail ou la production d'un spot télévisé et assuraient de leur disposition à participer au financement de la campagne. «Pour nous, les auteurs de la requête enfoncent des portes ouvertes», a déclaré Raphael Wyss. «Nous avons tenu compte de la requête et l'avons concrétisée. Nous soumettons donc cette version complétée à la votation, comme requête de l'ASD.» La section ZH/SH a alors retiré sa requête et les délégués ont clairement approuvé celle de l'ASD. Le projet de l'ASD prévoit un workshop consacré à la communication de l'élargissement des compétences de remise et intégrant les sections et les groupements en février 2019. Cet atelier de travail devrait permettre de discuter sans a priori des idées suggérées par la section ZH/SH. Enfin, la branche devrait profiter de la conférence de la branche du printemps 2019 pour se forger une opinion.

| Lukas Fuhrer / trad: cs

EN SAVOIR PLUS

Galerie d'images de l'assemblée des délégués 2018

EN SAVOIR PLUS

Vous pouvez consulter le rapport annuel 2017 de l'ASD

NOMBREUSES INTERACTIONS AU FORUM DE FORMATION

Le forum de formation 2018 était consacré au groupe de clients de 50 ans et plus et a montré la diversité des offres que la droguerie peut leur proposer. L'accent a aussi été mis sur la sécurité des médicaments – en vue de la suppression de la catégorie de remise C.

Au forum de formation de l'Association suisse des droguistes, les interactions sont souhaitées: entre les intervenants et les auditeurs, entre les étudiants de l'ESD et leurs collègues professionnels, entre les entreprises qui soutiennent cette importante manifestation de formation continue et le public. Les interactions au forum de formation, ce sont les connaissances acquises ensemble, les échanges d'expériences, le travail sur le réseautage. Quelque 420 professionnels, 62 étudiants et les représentants de 11 entreprises ont profité des trois jours de formation continue et de rencontres, du 4 au 6 novembre dans les locaux de l'ESD à Neuchâtel, pour tirer parti de toutes ces interactions.

En revanche, ce qui n'est pas souhaité, ce sont les interactions entre les médicaments. C'est d'ailleurs ce thème qui a été choisi pour le cours obligatoire, intitulé «Les baby-boomers aussi vieillissent» et que tous les participants ont dû suivre. «Les interactions médicamenteuses sont souvent la plaque tournante sinon le point central des discussions concernant la sécurité des traitements. Pour les droguistes, il est absolument nécessaire de connaître les principaux mécanismes qui peuvent causer des interactions. Non seulement pour évaluer les risques, mais aussi les synergies, liés à la combinaison de médicaments», a souligné l'intervenant *Bernhard Kunz,* droguiste dipl. et enseignant dipl. en école professionnelle. Dans son cours, Bernhard Kunz a expliqué les fondements pharmacocinétiques et pharmacodynamiques des interactions en les illustrant toujours avec des exemples pratiques.

Interactions médicamenteuses: rafraîchir ses connaissances

En principe, il faut envisager des interactions médicamenteuses lors de chaque entretien de conseil, a rappelé Bernhard Kunz. «Le plus simple est d'aborder le thème directement avec le client, pour savoir s'il prend déjà d'autres médicaments et, si oui, lesquels. Le ou la droguiste doit ensuite s'informer pour savoir si la préparation demandée est compatible avec les principes actifs mentionnés.» Les informations nécessaires se trouvent par exemple dans le Compendium ou sur le site payant pharmavista.ch. Les systèmes électroniques de gestion des marchandises permettent aussi au personnel des drogueries d'accéder à des informations de fond sur les interactions entre les médicaments.

Les participants au forum de formation se sont aussi exprimés sur le cours obligatoire. «Etant assistante en pharmacie de profession, je connais bien le thème des interactions médicamenteuses, mais un petit rappel ne fait jamais de mal», a assuré *Wyona Roth,* étudiante de 1re année à l'ESD. Et *Manuela Zollinger,* directrice de la droguerie Sanovit Letzipark, à Zurich, d'ajouter: «Je trouve que c'est un important thème de remise à niveau, quelle que soit son ancienneté dans le métier et le poste occupé. En rafraîchissant ses connaissances, on peut rapporter des situations qu'on a vécues lors des entretiens de conseil». Bernhard Kunz a aussi souligné le côté «remise à niveau» du cours obligatoire: «La formation sur les principes actifs de la catégorie de remise C fait depuis longtemps partie de la formation des droguistes, aussi bien dans le cadre de la formation professionnelle initiale que de la formation supérieure. En vue de la suppression de la liste C début 2019, l'ASD a profité du forum de formation pour reprendre le thème de la sécurité des médicaments.»

Pour l'Institut suisse des produits thérapeutiques Swissmedic, les interactions médicamenteuses étaient un des principaux critères concernant la nouvelle répartition des principes actifs dans les catégories de remise B et D suite à la suppression de la catégorie C, a expliqué Bernhard Kunz. En tant que représentant des drogueries, il a participé à la commission d'experts ad hoc, laquelle a conseillé Swissmedic pour la reclassification des médicaments. L'ASD va profiter du transfert de près de 550 préparations de l'ancienne liste C dans la catégorie de remise D, communiqué par

Bilder: Miriam Kolmann

Swissmedic mi-novembre, pour organiser d'autres formations dans ce domaine (voir article pages 4 et 5).

Un bon thème et de bons échanges

Les trois jours du forum de formation constituent toujours un défi au niveau de la logistique et de l'organisation pour les équipes de l'ESD et de l'ASD. Les participants se sont déclarés satisfaits du déroulement de la manifestation, du contenu des cours et des repas – ce qui est aussi important durant ces journées intenses, tant en enseignements qu'en rencontres. Les participants interrogés ont aussi trouvé que le thème principal était important. «Les 50 et plus constituent un groupe de clients intéressant et je trouve super de pouvoir profiter ici d'exposés sur ce thème. Pour nous, étudiants, c'est la génération de nos parents et il y a bien des choses qui concernent grand-mère ou grand-père», a précisé Wyona Roth. Et *Patrizia Hug*, droguiste à la pharmacie Coop Vitality, à Biberist (SO), de compléter: «C'est un groupe de clients actuel qui permet de soulever de nombreux thèmes différents dans le but de les accompagner dans la seconde moitié de leur vie. L'usure des articulations, par exemple, est un thème important chez nous, de même que l'alimentation saine et consciente.»

Les participants au forum de formation 2018 ont pu composer leur programme personnel à partir de 18 exposés spécialisés en allemand et 5 en français. Les accents thématiques ont été mis aussi bien sur la prévention que sur le traitement des troubles liés à l'âge. Les responsables de la programmation de l'ASD veillent toujours à combiner les approches de la médecine académique et celles de la médecine complémentaire.

| Lukas Fuhrer / trad: cs

FORUM DE FORMATION 2019

Le prochain forum de formation se tiendra du 3 au 5 novembre 2019.

> **EN SAVOIR PLUS**

Découvrez la galerie de photos du forum de formation 2018.

CETTE ANNÉE, 11 ENTREPRISES ÉTAIENT PRÉSENTES AVEC UN STAND AU FORUM DE FORMATION DE L'ASD. D-INSIDE A DEMANDÉ À LEURS REPRÉSENTANTS COMMENT ILS VIVENT CES ÉCHANGES AVEC LES DROGUISTES ET LES ÉTUDIANTS DE L'ESD. QUELQUES RÉPONSES:

Aurora Pharma SA

Benjamin Maeles: C'est passionnant: nous ne pouvons évidemment pas visiter toutes les drogueries; or ici nous rencontrons beaucoup de personnes avec lesquelles nous n'avions jusqu'alors que des conversations téléphoniques. Et je trouve que le choix des thèmes est pertinent. Les exposés sont intéressants et représentent bien tous les thèmes liés à ce segment de clients. **Anastasia Lau:** Il y a toujours des gens qui viennent à notre stand qui ne nous connaissent pas encore et à qui nous pouvons montrer et expliquer des choses et avec qui nous pouvons nouer de nouveaux contacts.

ebi-pharm AG

Tanja Huwyler: C'est toujours «chouette», nous participons chaque année et avons toujours de bons contacts, tant avec des gens que nous connaissons depuis longtemps qu'avec ceux qui ne nous connaissent pas encore. La cosmétique est un thème qui concerne aussi les plus de 50 ans et qui donc nous convient bien. Je pense que les participants au forum de formation qui viennent à notre stand sont de toute façon intéressés, cela ne dépend pas vraiment du thème retenu.

Similasan AG

Tanja Gubler: Nous avons de bonnes discussions – et nous pouvons aussi aborder les étudiants de l'ESD qui sont toujours intéressés par les nouveautés. Nous venons justement de lancer un nouveau sirop contre la toux. Le forum de formation constitue toujours une occasion idéale pour présenter les nouveautés. Nous faisons de belles rencontres et nous connaissons naturellement beaucoup de monde, via le service extérieur ou de manière privée.

ESD ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE
HÖHERE FACHSCHULE FÜR DROGISTINNEN UND DROGISTEN

Sponsors d'or:

Sponsors d'argent:

Sponsor de bronze:

Nous remercions nos sponsors de leur généreux soutien au forum de formation 2018.

AUTOTESTS POUR LE DIAGNOSTIC MAISON

Le commerce des autotests n'explose pas encore, mais la branche enregistre une demande croissante. Et la vente libre des autotests pour le dépistage du VIH à usage personnel pourrait bien booster ce segment de produits dans les drogueries et les pharmacies.

Mesure de la pression, analyse minérale des cheveux ou analyse urinaire: les drogueries sont de vieux briscards dans le domaine des tests de santé. Mais outre ces tests qui ont fait leurs preuves, il en existe désormais certains que les clients peuvent faire eux-mêmes. Que ce soit pour dépister la présence de drogues, une carence en fer ou pour tester la fertilité. Quelle est la place des autotests en droguerie et comment le commerce spécialisé les traite-t-il?

Sentir et surtout voir les résultats d'un traitement

Les patients vont-ils se tester eux-mêmes à l'avenir et conserver la santé à l'aide de ces outils? «Comme c'est souvent le cas en matière de diagnostic, on ne peut apporter une réponse définitive et catégorique à cette question. Car tout dépend de la complexité du diagnostic établi par le test. Il faut aussi savoir si une méthode thérapeutique claire est définie une fois le résultat obtenu», explique *Sam Hasan,* membre suppléant du comité de l'Association suisse de l'industrie des équipements et produits diagnostiques (ASID). «Il est par exemple assez facile de mesurer la glycémie et les diabétiques le font eux-mêmes régulièrement. Idem pour le test de grossesse, dont l'usage est devenu courant. Mais il

ldd

NADINE RUSSI,
PROPRIÉTAIRE DE LA DROGUERIE RUSSI À WÜRENLOS

«Les clients sont visiblement surpris de la diversité de l'offre, ce qui nous donne une excellente opportunité d'entrer en dialogue avec eux.»

istock.com/YakobchukOlena

Les couples achètent déjà depuis longtemps des tests de grossesse en droguerie ou pharmacie. Les autotests doivent être d'une fiabilité absolue – et représentent donc un potentiel intéressant pour le commerce spécialisé, considéré comme digne de confiance et compétent.

y a aussi des tests qui nécessitent des conseils professionnels en cas de résultat positif, voire un deuxième avis, respectivement une confirmation du résultat, comme les tests de dépistage des anticorps du VIH.»

Nadine Russi, propriétaire de la droguerie Russi à Würenlos (AG), a aussi de l'expérience avec les tests pour usage personnel. «La nouvelle génération de tests est intéressante, en particulier parce qu'elle présente pour la première fois un rapport prix/prestation raisonnable», remarque la droguiste. Selon elle, les tests de contrôle, comme ceux mesurant le fer ou le cholestérol, ou les tests de dépistage de la cystite ont un grand potentiel: «C'est toujours intéressant, tant pour la droguerie que pour le client, de disposer d'un outil qui permet de vérifier l'efficacité d'un traitement. Le plus beau, c'est quand le client non seulement sent mais voit aussi clairement une amélioration sur la base de ses résultats personnels.» Reste qu'à l'exception des tests de grossesse, les autotests sont encore peu connus et ne représentent qu'un faible volume de marché. Sam Hasan, qui travaille depuis plus de dix ans dans le domaine du diagnostic médical, constate aussi que le marché est encore réduit. «Mais le volume du marché va augmenter à terme. Surtout en raison des évolutions techniques, comme les systèmes de mesure de la glycémie utilisant un capteur collé sur la peau. Globalement, le besoin de pouvoir se tester soi-même pour disposer immédiatement d'un résultat augmente. L'évolution numérique joue naturellement un rôle moteur dans ce domaine.»

Fotolia.com

Hyperacidité? Les kits de mesure du pH de la droguerie permettent de répondre à cette question. Mais le commerce spécialisé fait bien plus, en donnant des conseils sur la bonne utilisation des kits, l'interprétation des résultats et en assurant le suivi d'un éventuel traitement.

REMISE D'AUTOTESTS: LES POINTS ESSENTIELS

Les autotests de diagnostic sont des dispositifs médicaux et sont donc soumis à la surveillance de l'autorité suisse de contrôle des produits thérapeutiques Swissmedic (voir «En savoir plus»).

Check-list: le test peut-il être remis en droguerie?

- Marquage CE suivi de quatre chiffres
- Emballage et notice d'emballage en trois langues
- Données sur le fabricant et/ou le partenaire de distribution
- Remarque indiquant que le produit est prévu pour un usage personnel

Les exigences auxquelles doivent répondre les tests à usage personnel figurent dans la loi sur les produits thérapeutiques (LPTh, RS 812.21) et l'ordonnance sur les dispositifs médicaux (ODim, RS 812.213).

Les conditions auxquelles le point de remise doit satisfaire

Le client doit avoir la possibilité de recevoir des conseils spécialisés s'il le souhaite. Pour assurer ces conseils professionnels, le personnel doit être formé (par ex. par des formations pour le personnel de vente et le service-client). Les formations doivent être documentées (contenu des cours, participants, lieu, date et durée de la formation).

Le conseil spécialisé doit répondre aux exigences suivantes. Il

- s'étend aux aspects médicaux,
- répond aux questions et permet un dialogue concernant les indications du produit,
- donne des informations sur les contre-indications,
- répond aux questions du client concernant les informations sur le produit,
- répond à d'autres questions sur le produit, par ex. concernant son application et son utilisation.

Cas spéciaux: shop en ligne/vente par correspondance

- Les clients doivent comprendre facilement comment ils peuvent recourir à un conseil spécialisé.
- Le conseil spécialisé doit être garanti durant les heures d'ouverture habituelles des magasins.
- Le point de vente doit faire en sorte de répondre dans un délai maximal prédéfini aux questions du client auxquelles aucune réponse n'a pu être apportée durant l'entretien de conseil.
- Si le conseil spécialisé est organisé de manière centralisée (par ex. sous forme d'une hotline), il doit être proposé dans les trois langues nationales.
- Le conseil spécialisé ne doit pas impliquer des coûts supplémentaires, dépassant ceux des tarifs du réseau fixe en Suisse, pour le client.

Qualité, prix et conseil sur place

Ceux qui veulent acheter un test VIH réfléchissent par deux fois pour déterminer s'ils veulent le faire sur place en droguerie ou de manière anonyme par internet. Sachant que contrairement à internet, la droguerie est à l'écoute des clients et peut les aider à tomber, littéralement, sur le test dont ils ont besoin. Ce que Nadine Russi réussit parfaitement: «Nous plaçons des tests en évidence, les proposons dans notre shop en ligne et faisons des mailings et des flyers pour attirer l'attention sur eux. Ce qui les rend plus connus chez nous. Les clients sont visiblement surpris de la diversité de l'offre, ce qui nous donne une excellente opportunité d'entrer en dialogue avec eux.»

Sam Hasan estime que les ventes en ligne des tests plus simples et nécessitant moins de conseils vont augmenter. Mais la droguerie pourrait aussi très bien s'imposer dans ce domaine. Car la confiance dans le commerce spécialisé et l'authenticité des produits est certainement plus grande que lors de la chasse aux occases sur internet. Selon lui, trois éléments sont essentiels pour connaître le succès: la qualité des tests ainsi que le prix et le conseil sur place. Il ne recommanderait jamais un autotest complexe à un client inexpérimenté quand les mesures à prendre une fois le résultat connu ne sont pas claires. «Le client doit savoir comment réagir si le résultat est positif et l'interpréter correctement. Mieux vaut donc l'accompagner si cela lui inspire trop de respect», estime le biologiste moléculaire. Il est aussi important que les collaborateurs disposent

LES AUTOTESTS DISPONIBLES

Ces autotests servent uniquement à avoir une première évaluation de la situation ou pour contrôler les effets d'un traitement. Les résultats positifs devraient toujours être confirmés par un médecin. Cette liste n'est pas exhaustive.

Indications

- Alcool
- Allergies
- Cystite
- Glycémie
- Cholestérol
- Dépistage cancer colorectal
- Drogues
- Carence en fer
- Gluten
- Autotest VIH
- Estomac (Helicobacter)
- Ménopause
- Infections vaginales
- Equilibre acido-basique
- Grossesse
- Fertilité masculine

d'une bonne formation. Car ils doivent pouvoir expliquer aux clients comment prélever leurs fluides corporels et procéder aux tests.

Un marché de niche avec un bon potentiel

En plus des explications personnelles, Nadine Russi trouve que la présentation du produit est aussi importante. Car le client risque fort d'avoir déjà oublié bien des choses jusqu'au moment où il utilisera le produit pour la première fois. «L'idéal, c'est de pouvoir le renvoyer à des médias, comme des vidéos, où trouver des informations complémentaires à la simple notice d'emballage. C'est très simple et compréhensible pour le client.» Elle estime également que ces tests peuvent parfaitement constituer des ventes supplémentaires. «Si le client présente par exemple un taux trop élevé de cholestérol, je lui donnerai volontiers un test pour contrôler ses valeurs à la maison en plus du traitement.» Elle considère qu'il s'agit là d'une niche où la droguerie pourrait s'imposer. «Il serait intéressant d'étendre les limites afin que le client ne doive plus se rendre chez le médecin au moindre symptôme. Il suffit de se référer à l'exemple des tests de grossesse pour voir que cela fonctionne très bien. Si une cliente pense être enceinte, elle peut le vérifier elle-même et, en cas de résultat négatif, éviter une consultation médicale.» Autre public cible intéressant: les hommes, qui veulent toujours éviter d'aller chez le médecin. La droguiste estime aussi que les tests simples permettant par exemple de mesurer le taux des vitamines B ou D dans le sang sont très prometteurs. Ils ne sont toutefois pas encore disponibles en Suisse.

Mais comment promouvoir ce segment de produits qui est encore un peu négligé en droguerie? Nos deux interlocuteurs sont unanimes: un test présentant une réelle valeur ajoutée pour les clients n'a pas besoin d'autres mesures que celles de marketing habituelles pour voir ses ventes s'envoler. Il s'imposera de lui-même avec le temps. Mais seul l'avenir dira qui réussira à occuper cette niche à long terme.

| Flavia Aeberhard / trad: cs

ldd

DR SAM HASAN, MEMBRE SUPPLÉANT DU COMITÉ DE L'ASID

«Globalement, le besoin de pouvoir se tester soi-même pour disposer immédiatement d'un résultat augmente.»

> **EN SAVOIR PLUS**

Swissmedic, AW-Aide-mémoire concernant la remise de dispositifs médicaux destinés au public.

LE TEST VHI POUR USAGE PERSONNEL

Les tests VHI pour usage personnel sont autorisés à la vente en droguerie et pharmacie depuis l'été 2018. Ils sont désormais aussi disponibles auprès des grossistes. Voici des éléments particulièrement importants lors de l'entretien de conseil.

- Signaler l'existence d'une fenêtre thérapeutique durant l'entretien de conseil.
- Spécifier que ce n'est que trois mois après une prise de risque que le résultat de l'autotest est fiable.
- Durant cette période, il faut absolument n'avoir que des rapports protégés, car c'est justement au début de l'infection que la charge virale est très importante et donc le risque d'infection particulièrement élevé.
- Les autotests peuvent donner des résultats faux positifs (ou faux négatifs). Il faudrait donc toujours faire sans tarder un test de confirmation chez le médecin.
- Ne conseiller de recourir à un autotest qu'après une réelle prise de risque, car la faible prévalence du VIH augmente les cas de résultats faux positifs.

Source: www.deutsche-apotheker-zeitung.de/daz-az/2018/daz-32-2018/schnelle-gewissheit

CONGÉ PATERNITÉ POUR TOUS

Travail.Suisse demande un congé paternité de quatre semaines. Est-ce réaliste? Oui!

Dans les années 70, un père qui poussait une poussette, amenait ses enfants à l'école ou à la crèche (existaient-elles même à l'époque) semblait incongru. Aujourd'hui, on peut voir des pères faire leurs courses avec leurs enfants, les accompagner dans leurs activités scolaires et extrascolaires, etc. Les pères veulent participer activement à la vie de famille et réduire leur temps de travail. Mais le congé paternité est à la traîne.

Le changement prend du temps – beaucoup de temps

La Suisse est encore toujours une nation conservatrice. C'est difficile à croire, mais le droit de vote des femmes n'a été introduit qu'en 1971 et vivre en concubinage, donc sans être marié, était punissable dans certains cantons jusque dans les années 90. Il y a plus de 70 ans, l'idée d'un congé maternité a émergé et une commission d'experts a été créée dans cette optique. Mais ce n'est qu'en 2005 que l'assurance maternité a enfin été introduite, permettant aux mères de toucher 80 % de leur dernier salaire pendant 14 semaines après la naissance de leur enfant. Ces exemples montrent qu'il faut souvent des décennies pour qu'un usage bien établi cède la place à quelque chose de nouveau. A titre de comparaison: en Allemagne, le congé parental (pour les mères et les pères) peut durer une année et en Suède, jusqu'à 480 jours. Si nous réussissons à voler jusqu'à la Lune, nous devrions aussi pouvoir adapter notre comportement dans un délai raisonnable aux évolutions et besoins actuels, sociétaux et économiques, comme d'autres pays ont réussi à le faire. Ces dernières décennies, la persévérance des syndicats a permis l'introduction du système d'assurances sociales et, en 2006, une allocation pour enfant a été adoptée, notamment grâce à Travail.Suisse, l'organisation faîtière des travailleurs. Autant de «nouveautés» que nul ne saurait remettre en question aujourd'hui. Après l'introduction de l'assurance maternité, l'initiative populaire fédérale «Pour un congé paternité raisonnable – en faveur de toute la famille» demande maintenant un congé paternité payé de 20 jours.

Le nouveau rôle des pères

Comme des sondages le montrent, c'est un fait avéré que les pères ne veulent plus seulement assister à la naissance de leurs enfants, mais veulent aussi plus de temps et de flexibilité afin d'être disponibles pour eux. L'économie doit donc se remettre en question. Pour les jeunes générations, avoir une vie épanouie passe par un bon équilibre entre famille et travail. Gravir simplement les échelons d'une carrière professionnelle n'est plus un objectif souhaité. Mais l'ancienne génération de travailleurs peine à le comprendre. Pourtant, le congé paternité n'est pas pour elle, mais doit justement être introduite pour la nouvelle génération. Assurance maternité, allocations familiales et congé paternité découlent des changements des rôles dans la société.

La branche de la droguerie: exemplaire

Beaucoup de drogueries permettent à leurs collaboratrices et collaborateurs de travailler à temps partiel et de manière flexible. Un élément positif qu'il convient de souligner. La convention collective de travail, révisée en 2017, prévoit pour les bas salaires une solution qui va bien au-delà du minimum légal. Et le congé paternité s'élève aujourd'hui à trois jours – il reste donc encore une bonne marge de manœuvre vers le haut.

Le débat politique est ouvert

La commission de sécurité sociale du Conseil des Etats a décidé de proposer un contre-projet à l'initiative populaire, qui prévoit un congé paternité payé de deux semaines. Celui-ci serait à prendre dans les six mois qui suivent la naissance et pourrait être pris en bloc ou sous forme de journées isolées. C'est une étape importante et juste que d'adapter les règles aux besoins de la société – même si le contre-projet ne va sans doute pas assez loin aux yeux des auteurs de l'initiative. On est curieux de voir la suite.

| Regula Steinemann / trad: cs

ANGESTELLTE DROGISTEN SUISSE
WWW.DROGISTEN.ORG
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.

Anita Vozza

«NOUS VOULONS ACCÉDER AU DOMAINE MÉDICAL»

L'entreprise Medropharm Sàrl produit du Cannabis sativa L à grande échelle. Les fleurs sont commercialisées sous forme de matière première ou de produits de substitution du tabac et peuvent être transformées en teintures, poudres ou pommades. Son CEO, le Dr Claudia Zieres-Nauth, a un objectif prioritaire pour son entreprise: ramener le cannabis dans le domaine médical.

Dr Claudia Zieres-Nauth, qu'est-ce qui vous fascine dans le cannabis?
Dr Claudia Zieres-Nauth: La plante de cannabis contient des principes actifs très intéressants qui sont notamment, outre les cannabinoïdes, les terpènes. Il ne s'agit donc pas seulement du THC et du CBD. Notre ambition est de ramener cette plante dans les pharmacies et les drogueries. Nos trois fondateurs agissent purement et simplement par amour de la plante. L'un est fasciné par les possibilités de culture; je ne sais pas combien de types de gènes de cannabis il a déjà cultivé dans sa vie. La branche aimerait de belles grandes fleurs au parfum et à la saveur agréables. C'est un défi pour le cultivateur, en plus des différentes teneurs en CBD. Un autre fondateur est chimiste agro-alimentaire par passion et rêve de transformer les fleurs en un produit facile à consommer, sous forme de compléments alimentaires bons pour la santé. Notre intention principale est de faire de cette firme une entreprise pharmaceutique et de produire des médicaments – et donc de ramener dans le domaine médical une plante, connue depuis la nuit des temps mais bannie depuis des années. Et ceci avec des médicaments sur ordonnance aussi bien qu'avec des remèdes non soumis à ordonnance.

Docteur en biologie humaine, **Claudia Zieres-Nauth** est CEO de Medropharm Sàrl depuis mi-2017. Outre la culture et la vente de cannabis avec la teneur maximale en THC de 1 %, l'entreprise, créée en 2014 à Kradolf (TG), produit chez des sous-traitants des teintures, des crèmes, des compléments alimentaires et des API (Active Pharmaceutical Ingredients). La récolte du cannabis a eu lieu en octobre. Durant cette période, les 30 collaborateurs ont pu compter sur le soutien d'auxiliaires. La culture se fait dans des champs, des serres et des locaux sous toit, avec de la lumière artificielle.

Comment définiriez-vous le potentiel de Cannabis sativa?
Il y a différentes indications pour lesquelles on peut utiliser Cannabis sativa. Nous ne sommes certes pas autorisés à faire des allégations de santé pour nos produits, mais des études montrent que le cannabis a réellement différents effets. Il a en tout cas des effets décontractants, antispasmodiques, calmants, antioxydants et anti-inflammatoires et favorise le sommeil. Ce sont des propriétés qui peuvent être utilisées dans des domaines d'application très différents. La plante peut aussi atténuer les douleurs, mais elle doit pour cela avoir une certaine teneur en THC. C'est d'ailleurs utilisé dans des formules médicamenteuses en Allemagne et en Amérique du Sud, où ces préparations peuvent être prescrites. Pour d'autres utilisations, le type CBD suffit.

Vous n'osez pas faire d'allégations de santé bien que la recherche ait démontré certains effets du cannabis?
Beaucoup de choses ont été démontrées, pas seulement en lien avec un seul produit. Si nous produisons une teinture, nous osons seulement dire qu'elle atténue les douleurs si nous disposons d'une étude clinique à ce propos.

Ces études sont coûteuses, mais elles sont une condition pour obtenir l'autorisation de mise sur le marché d'un médicament – cherchez-vous à obtenir de telles autorisations?
Nous avons débuté plusieurs études cliniques, avec un partenaire en Amérique du Sud, via notre propre système de distribution en Australie, et nous allons aussi faire une étude combinée en Suisse et en Allemagne. Mais je ne peux pas encore dire sur quel thème.

Allez-vous faire une étude pour chaque préparation?

Nous les faisons par rapport aux types de gènes. Nous avons quelques types génétiques essentiels dont nous connaissons de probables effets. La plante est toujours Cannabis sativa L, mais les différentes sélections que nous avons faites produisent des effets différents. Les plantes ont un aspect différent, des effets différents et un rendement différent lors de l'extraction. Nous pensons que c'est la composition globale de la plante qui a un effet sur la santé, et pas un composant isolé. Nous faisons donc des extraits complets, autrement dit nous extrayons intégralement toutes les substances qui se forment durant la croissance de la plante. Ces substances sont ainsi toujours présentes dans les mêmes proportions que dans la plante. Quelques études démontrent que l'effet d'un extrait intégral est jusqu'à dix fois plus élevé que celui d'une substance pure. Les avis sont certes partagés sur la question, et nous sommes aussi curieux de savoir quelles découvertes l'avenir nous réserve. C'est en tout cas plus simple, en tant qu'entreprise, de développer ou de découvrir une substance pure qui peut ensuite être produite chimiquement. Nous, au contraire, nous devons cultiver, récolter pour finalement avoir un extrait intégral de la plante.

DR CLAUDIA ZIERES-NAUTH,
CEO MEDROPHARM SÀRL

«Nous pensons que c'est la composition globale de la plante qui a un effet sur la santé, et pas un composant isolé.»

Considérant l'importance du mélange des substances, comment jugez-vous l'engouement pour le cannabinoïde CBD?
Le CBD est surtout connu en Suisse car sa culture est autorisée ici. Cela commence lentement dans d'autres pays. En Allemagne, par exemple, personne ou presque ne savait ce qu'est le CBD il y a une année. Aujourd'hui, nous sommes déjà contents que les pharmacies puissent en faire quelque chose. Nous sommes fiers d'avoir pu entamer une collaboration avec l'Université de Tübingen. L'Université forme des pharmaciens et utilise nos fleurs en pratique, pour montrer aux étudiants ce qu'ils pourront faire plus tard avec le cannabis en pharmacie. Tübingen est la première université à faire cela.

Vous engagez-vous aussi, ici en Suisse, pour la formation du personnel de droguerie et de pharmacie?
En Suisse, nous avons un partenaire de distribution dont les collaborateurs du service extérieur vont spécialement dans les pharmacies et les drogueries pour former le personnel. Nous remarquons que le fait de passer dans les magasins spécialisés éveille l'intérêt des collaborateurs pour plus de formation. C'est aussi le cas en Allemagne, où certaines pharmacies se sont déjà spécialisées sur le cannabis.

En Allemagne, le cannabis contenant du THC peut être remis sur ordonnance à des fins médicales. C'est aussi possible dans certains cas en Suisse. Le marché du cannabis THC vous intéresse-t-il aussi?
Pour compléter notre assortiment, il pourrait être intéressant d'avoir un produit contenant du THC. Avec 1 % de THC, on peut déjà inclure l'indication douleur. Mais pour les personnes gravement malades qui ont de fortes douleurs, la teneur en THC doit être plus élevée. En Suisse, nous n'osons pas cultiver du cannabis contenant plus de 1 % de THC, mais nous sommes sur le point d'en faire la demande. Selon moi, la Suisse devrait être un peu plus active et permettre aux entreprises actives dans ce secteur la culture à des fins médicales.

Combien y a-t-il à ce jour d'entreprises qui cultivent du cannabis en Suisse? Peut-on déjà parler de consolidation après l'énorme succès initial du chanvre CBD?
Il y a bien eu consolidation, l'année dernière. Dans un premier temps, le nombre des entreprises qui cultivaient le cannabis a explosé: jusqu'à 500 vers la mi-2017. Le marché était saturé de fleurs de cannabis. C'est alors qu'a eu lieu la phase de consolidation. Beaucoup ont arrêté et, maintenant, l'évolution fait que les entreprises restantes misent sur la qualité. Soit comme fabricants de matière première ou de compléments alimentaires soit à des fins médicales, comme nous le faisons. C'est le début d'une croissance stable et contrôlée.

Bon nombre d'entreprises, comme vous, produisent principalement des fleurs pour les pro-

duits de substitution du tabac. Pouvez-vous estimer combien d'entreprises vont miser sur le potentiel médicamenteux du cannabis?
A mon avis, les entreprises suisses qui évoluent dans le même sens que nous, à savoir dans la direction des médicaments, se comptent sur les doigts d'une main. Il y a cependant beaucoup de très grandes entreprises au Canada, idem aux Etats-Unis, en Afrique du Sud, en Hollande et en Israël. Il y a toujours plus d'endroits où la production est permise, y compris dans les pays européens.

Le chanvre a longtemps été utilisé comme plante médicinale, aussi bien dans la médecine populaire que par les drogueries et les pharmacies. Mais le cannabis a été considéré comme une drogue illégale à partir des Etats-Unis après la Seconde Guerre mondiale. La variante pauvre en THC s'est-elle affranchie de cette image négative ou est-elle encore victime de préjugés?
Je pense que cela n'est pas encore terminé. D'un côté, les jeunes générations n'ont pas de parti pris; pour elles, le cannabis n'est pas une plante dangereuse, mais quelque chose de tout à fait normal. Mais il y a toujours des restrictions pour les entreprises qui travaillent avec le cannabis. On est particulièrement contrôlé, on doit surmonter quantité d'obstacles pour le transport, le dédouanement. C'est donc tout à fait différent de travailler avec la plante médicinale Cannabis sativa qu'avec la sauge – on le remarque clairement.

Pourtant, vous ne cultivez que du chanvre avec moins de 1 % de THC, comme la loi le permet…
Oui, tout à fait sans danger. Mais il est naturellement important de faire constamment des analyses. Nous analysons déjà les cannabinoïdes présents dans la plante en plein champ, nous mesurons aussi les métaux lourds, les pesticides et procédons à des examens microbiologiques. Grâce à notre management de la qualité, la traçabilité est garantie jusqu'au jeune plant. Lors de la fabrication de la teinture, il y a contrôle en cours de procédure et le produit final est à nouveau analysé. Finalement, c'est un laboratoire accrédité qui confirme que nos produits sont propres à la consommation conformément à la loi sur les produits alimentaires.

| Interview: Lukas Fuhrer / trad: cs

KOSTENLOSE BRANCHEN-NEWS

Die Fachzeitschrift *d-inside* erscheint für das Drogerie-Team zehnmal jährlich – jetzt ein Gratisabonnement* bestellen.

d-inside

☐ **Ich bestelle ein Gratisabonnement der Fachzeitschrift *d-inside*.**

Name Vorname

Adresse PLZ/Ort

Geburtstag E-Mail

☐ Drogistin/Drogist ausgelernt ☐ Apotheke*

☐ Drogistin/Drogist in Ausbildung, aktuelles Lehrjahr _____

Arbeitgeber

DI12/18-1/19

* *d-inside* ist für alle Drogistinnen und Drogisten sowie SDV-Mitglieder gratis. Für alle anderen kostet *d-inside* im Abonnement Fr. 75.–/Jahr und als Zweitabonnement Fr. 56.–/Jahr.

Senden Sie den Talon an: SDV, Abonnement Fachmedien, Nidaugasse 15, 2502 Biel
oder eine E-Mail mit Name, Adresse und Arbeitsort an: *info@drogistenverband.ch*

VERFORA: NOUVELLE STRATÉGIE POUR RENFORCER LE COMMERCE SPÉCIALISÉ

Après l'entrée en bourse de Galenica Santé et la scission de Vifor Pharma, l'ancienne société Vifor Consumer Health SA a saisi la chance de développer une nouvelle stratégie de marque sous le nom de Verfora. Ce qui profite aussi au commerce spécialisé.

Images: VERFORA®

L'entreprise qui s'appelle aujourd'hui Verfora remonte à 1994, année où le pharmacien *René Grosclaude* créa Vifor SA, entreprise produisant des médicaments en vente libre. Les années suivantes furent passionnantes, reprises d'entreprises et lancements de nouveaux produits se succédant à intervalles réguliers. En 2015, l'entreprise a été rebaptisée Vifor Consumer Health. Pour éviter toute méprise sur le marché, les responsables ont cherché un nouveau nom pour Vifor Consumer Health suite à l'entrée en bourse de Galenica Santé et à la scission de Vifor Pharma. Le résultat s'appelle depuis 2018 Verfora. «Nous voulons positionner la marque faîtière Verfora comme un label de qualité dans le commerce spécialisé», explique *Chantal Weibel*, responsable marketing de Verfora Product Brands. Pour y parvenir, la stratégie de la marque a été redéfinie.

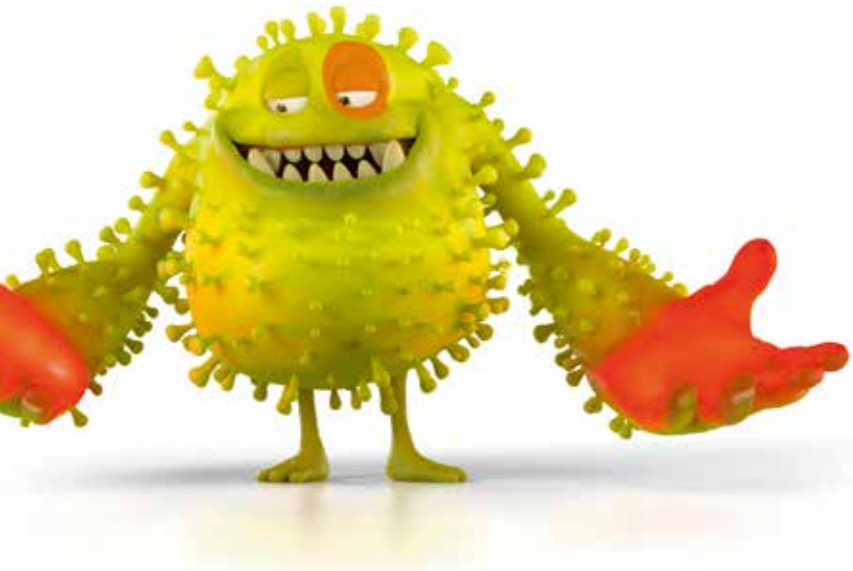
La «maison Verfora» repose sur quatre piliers (voir illustration page 23). Les bases principales sont les marques propres, comme Algifor et Triofan. Les 36 marques actuellement propres à l'entreprise sont désormais exclusivement disponibles en drogueries et pharmacies sous le label Verfora.

Campagne de pub avec effet de reconnaissance

La présentation de ces différentes marques devient ainsi plus uniforme et la marque Verfora plus visible. Avec cette stratégie bien définie, Verfora veut marquer des points auprès du commerce spécialisé. «Avec nos marques, nous renforçons les drogueries et les pharmacies et promouvons le commerce spécialisé comme la première adresse de référence en cas de problèmes de santé», précise Chantal Weibel. Et d'ajouter: «Naturellement, nous voulons aussi être le premier choix dans les commerces spécialisés avec nos produits de qualité.»
Pour atteindre ces objectifs, Verfora ne se contente pas de relooker ses emballages depuis novembre 2018 mais mise aussi sur une campagne publicitaire originale avec une forte valeur de reconnaissance: des petits trouble-fêtes comme «Rhumus Maximus»

CHANTAL WEIBEL,
RESPONSABLE MARKETING DE VERFORA PRODUCT BRANDS

«Avec nos marques, nous renforçons les drogueries et les pharmacies et promouvons le commerce spécialisé comme l'adresse de référence en cas de problèmes de santé.»



ou «Malus Cranius» incarnent des maladies et leurs symptômes. Ces personnages attirent particulièrement l'attention dans les spots TV. Chantal Weibel est persuadée que la nouvelle campagne sera bien reçue par les consommatrices et les consommateurs. «Nous voulons nous différencier avec cette campagne surprenante. Le public test est en tout cas enthousiaste et nous a confortés dans notre intention.» Pour souligner que les drogueries et les pharmacies sont la première adresse en cas de problèmes de santé, les reminders des spots TV mentionnent explicitement ces deux canaux de vente. Pour assurer un effet de reconnaissance dans les magasins, du matériel de vitrine et de POS correspondant est à disposition des points de vente.

Nouveaux produits contre la fièvre et les refroidissements

En plus du nouveau look de ses produits et de la campagne publicitaire télévisée, Verfora commercialise différents nouveaux produits depuis novembre 2018. Pour le semestre d'hiver, les nouveautés concernent le traitement de la fièvre et des refroidissements. En complément de ses propres marques, l'entreprise distribue également des marques partenaires, activité qui constitue le deuxième pilier de la «maison Verfora». Les marques internationales, qui sont donc aussi disponibles hors de Suisse, constituent le troisième important pilier et le quatrième, qui parachève l'offre, est le «Beauty Brands», autrement dit la distribution de marques de cosmétiques.

| Andrea Ullius / trad: cs

Les symptômes des refroidissements prennent la forme de petits trouble-fête colorés dans les spots TV de la nouvelle campagne de Verfora.

L'entreprise Verfora repose sur quatre piliers – avec son nouveau nom la marque fait aussi office de marque faîtière.

LES CLIENTS DE GALEXIS PEUVENT SE PROFILER AVEC LEURS MARQUES

Ventes en ligne, pression sur les prix et tourisme d'achat ne sont que trois paramètres qui compliquent la vie du commerce spécialisé. Avec Felan, Galexis lance un concept qui permet à chaque droguerie de positionner ses propres marques parmi les best-sellers OTC.

Selon les besoins, les produits Felan sont livrés avec le label correspondant ou des étiquettes à coller soi-même.

Rien n'est facile pour le commerce spécialisé de la santé. Les coûts augmentent, les marges fondent, de nouveaux concurrents se pressent sur le marché et la fréquence diminue. Conséquence, la croissance stagne et la rentabilité des drogueries et des pharmacies s'affaiblit. Si le commerce spécialisé ne veut pas faire des concessions sur la qualité du conseil, il doit investir dans la satisfaction et la fidélisation de la clientèle. Outre la présence en ligne et l'élargissement des prestations, les marques propres pourraient aussi constituer une des clés du succès. Différentes drogueries, mais aussi des groupements, distribuent des spécialités de comptoir. Tant Dr. Bähler Dropa (Dr. Bähler produits de santé) que swidro («Bäumli») ou Dromenta (Naturathek) ont positionné des marques propres dans les entreprises qui leur sont affiliées. Ces produits ont souvent beaucoup de succès en magasin.

Améliorer la rentabilité des drogueries et des pharmacies

Si l'on cherche des alternatives aux best-sellers que sont par exemple Panadol, Aspirine, Otrivin ou Mébucaïne, on trouve certes des génériques, mais pas de spécialités de comptoir. Seules les chaînes de pharmacies du groupe Galenica (Amavita, Sun Store, Coop Vitality) disposent déjà d'un assortiment dans ce domaine. Galexis, qui fait aussi partie du groupe Galenica, se lance donc à son tour et propose à tous ses clients de présenter les best-sellers OTC comme «marques maison». Cette offre s'appelle Felan, nom qui est aussi celui de la marque des produits. L'élément essentiel est l'emballage, qui permet aux drogueries de personnaliser leurs produits avec une étiquette pratiquement transparente. «Avec Felan, nous souhaitons renforcer le commerce spécialisé, car Galexis, en tant que grossiste, à tout

intérêt à ce que les drogueries et les pharmacies puissent améliorer leur rentabilité. Nous développons donc nos prestations dans les domaines où cela fait sens», explique *Christine Fuchs,* responsable Special Affairs pour Felan chez Galexis.
L'individualisation des articles Felan peut se faire de deux manières. Avec l'emballage «Felan Labeling Professional», les préparations sont livrées, prêtes à l'emploi, avec le lable correspondant. Avec la variante «Felan Labeling Light», le client reçoit

ldd

Avec le logo bien visible du point de vente, les médicaments OTC de Felan adoptent la forme de la marque propre du distributeur.

des étiquettes de deux grandeurs différentes qu'il peut coller lui-même sur ses produits.

Produit de marque, marque propre et générique

Au lancement de Felan, à la mi-novembre, Galexis s'est dit surpris de la demande. Lors du forum de la droguerie, en octobre, *Christoph Metzler,* responsable Marché chez Galexis, annonçait déjà que l'intérêt dépassait toutes les attentes. Il semble donc que Galexis ait touché la corde sensible de ses clients avec cette offre. Christine Fuchs explique ainsi ce succès initial: «Les marques propres sont bonnes pour l'image d'un commerce, elles offrent plus de marge et améliorent la fidélisation des clients.» Et alors que les discussions sur les prix des médicaments vont bon train dans tout le pays, Christine Fuchs voit encore un autre avantage aux marques propres: «Elles peuvent être proposées aux consommateurs à un prix très avantageux sans pour autant réduire la marge ni diminuer la valeur de marque de l'article. Nous pensons aussi que les marques propres permettent d'endiguer un peu la vague d'achats à l'étranger dont on parle tant.»

Si l'on observe ce qui se passe chez les grands distributeurs, on constate que les marques propres jouent déjà depuis longtemps un rôle important. Migros a été pionnier dans ce domaine, misant dès le début sur des «produits d'imitation». Depuis, le principe des trois catégories de prix a fait ses preuves. Migros Sélection (prix élevés), M Classic (marque propre classique, segment milieu de gamme) et M Budget (prix bas) se côtoient dans les rayons et couvrent les différents besoins des clients. Galexis envisage d'ailleurs de développer un système similaire. «Nous pensons qu'un assortiment idéalement composé comprend un produit de marque, une marque propre et un générique», explique Christine Fuchs. Cette stratégie permet de proposer aux clients aussi bien des produits phares que diverses alternatives. Avantage du produit de marque propre: le consommateur repense au commerce spécialisé où il l'a acheté à chaque fois qu'il l'utilise.

Disponible depuis mi-novembre

Des voix critiques au concept Felan pourraient arguer que les marques propres font concurrence aux marques connues et nuisent donc aux relations avec les fournisseurs. Une crainte que ne partage pas Christine Fuchs de Galexis: «Nous avons évidemment eu des discussions à ce sujet, surtout quand on voit que notre sœur Verfora (voir article page 22) distribue justement de tels best-sellers. Mais je suis sûre que nous n'allons pas concurrencer ces articles phares. Ce sont plutôt les génériques, parfois de type discount, qui risquent d'en faire les frais. Enfin, les drogueries et les pharmacies peuvent ainsi aussi s'adresser aux personnes sensibles aux prix et donc gagner de nouveaux clients.» Felan est à disposition de tous les clients de Galexis depuis la mi-novembre. Actuellement, l'assortiment comprend sept produits. Il est prévu de développer l'assortiment dans le courant de 2019. Tous les produits peuvent être commandés sous forme neutre, autrement dit sans étiquette.

| Andrea Ullius / trad: cs

ldd

CHRISTINE FUCHS, RESPONSABLE SPECIAL AFFAIRS, GALEXIS SA

«Les marques propres sont bonnes pour l'image, offrent plus de marge et améliorent la fidélisation des clients.»

COSMÉTIQUE VÉGANE – PRIORITÉ AU BIEN-ÊTRE ANIMAL

La cosmétique végane ne se veut pas seulement naturelle mais aussi exempte d'ingrédients d'origine animale – et sans recours à l'expérimentation animale. Il est important de savoir comment répondre aux attentes des clients.

De plus en plus de gens prennent conscience que la consommation de viande a des effets négatifs sur l'environnement, le climat et l'alimentation mondiale et peut même nuire à leur propre santé. Les scandales sur les produits carnés et les articles sur les déplorables conditions de vie dans les élevages intensifs ne font qu'alimenter le sentiment de malaise. Depuis que quelques stars hollywoodiennes se sont ouvertement déclarées véganes, chez nous, les gens, pour la plupart jeunes et citadins, optent aussi de plus en plus pour un tel style de vie. Il ne s'agit pas uniquement de faire l'impasse sur les produits d'origine animale dans l'alimentation, mais aussi dans les vêtements et les produits cosmétiques.

Selon un sondage de l'organisation Swissveg, 14 % de la population suisse mange végétarien ou végane, et 3 % se dit effectivement végane[1]. La recherche de produits équitables et d'aliments transparents est encore plus répandue. Dans le domaine de la beauté, c'est la tendance «be healthy – be happy – be beautiful»[2] qui prévaut. La beauté naturelle se retrouve aussi dans la publicité, où il est désormais permis de laisser apparaître quelques petites rides. Le mot d'ordre du nouvel idéal de beauté est: accepte ton apparence, même si elle n'est pas parfaite. Ce qui correspond bien au désir actuel d'individualité. Cette nouvelle forme de naturel s'accompagne aussi d'attentes en matière de durabilité, de conditions de production équitables et transparentes et d'une réduction de l'empreinte carbone. De plus en plus d'entreprises cosmétiques adoptent donc la promesse verte et l'utilisent à des fins de commercialisation. Par ailleurs, des tests démontrent que la cosmétique naturelle est bien efficace[2].

Essentiel: éthiquement défendable

La cosmétique végane ne semble pas encore être la tendance dominante en Suisse. De nombreuses drogueries indiquent que ces produits ne sont guère demandés. «La cosmétique végane est tendance dans la mesure où de nombreux jeunes s'inquiètent de ce qu'ils consomment – et adoptent souvent un mode de vie durable. Ce qui inclut de réfléchir à sa consommation de produits d'origine animale», remarque *Patrick Hefti,* propriétaire de la droguerie Albis Langnau SA (BE), spécialisée dans la cosmétique naturelle. Il observe que dans les régions rurales, les clients ne sont pas encore très sensibilisés aux produits véganes. «En général, il faut qu'il y ait une communauté végane locale pour qu'on puisse parler d'un marché réel. Ce qui n'existe généralement que dans les villes.» C'est souvent une évolution progressive, qui aboutit au véganisme après le passage à une alimentation végétalienne et à la cosmétique naturelle.

fotolia.com

Pas de composantes animales dans les produits cosmétiques – c'est le souhait exprimé par de nombreuses consommatrices intéressées par un mode de vie durable.

ldd

PROPRIÉTAIRE DE LA DROGUERIE ALBIS LONGEAU SA

«En général, il faut qu'il y ait une communauté végane locale pour qu'on puisse parler d'un marché réel.»

La cosmétique végane n'est pas forcément de la cosmétique naturelle car les produits véganes peuvent contenir des substances de synthèse qui sont interdites en cosmétique naturelle. A l'inverse, la cosmétique naturelle admet quelques substances animales en plus des matières premières végétales. La cosmétique végane renonce strictement à toutes les substances animales, y compris le miel, la lanoline, la soie, la gélatine et le lactosérum. «L'assortiment des soins du corps véganes comprend les produits cosmétiques qui ont été fabriqués sans ingrédients d'origine animale ni expérimentation animale», précise *Laura Lombardini,* directrice de la Société suisse végane. La motivation première à utiliser des produits véganes, c'est le bien-être animal. «Aucun animal ne doit souffrir pour la production d'un cosmétique végane – c'est important pour les consommateurs responsables.»
Les matières premières végétales de la cosmétique végane ne doivent pas impérativement provenir de cultures bio contrôlées. On ne peut donc pas mettre tous les cosmétiques naturels, bio et véganes dans le même panier.

Des labels pour s'y retrouver

Comme il n'existe ni définition légale ni contrôle étatique pour la cosmétique végane, on peut attirer l'attention des clients de la droguerie sur les certificats pour produits respectueux des animaux. Il existe aujourd'hui des labels développés par des organisations privées et des groupes d'intérêts non seulement pour les denrées alimentaires mais aussi pour les produits cosmétiques. Ces labels définissent quelles matières premières, quels additifs, adjuvants et étapes de production sont autorisés. Certes, ces critères se ressemblent souvent, mais ils aident quand même les consommateurs véganes à s'y retrouver. «Comme des ingrédients d'origine animale se cachent souvent derrière des appellations compliquées, ces labels sont très utiles. La ‹fleur végane› s'est imposée en Suisse pour les produits cosmétiques», constate Laura Lombardini. Le droguiste Patrick Hefti estime aussi qu'il faudrait faire attention aux labels. «Rechercher les composants d'origine animale dans la liste INCI (Nomenclature internationale des ingrédients cosmétiques, ndlr.) prendrait beaucoup trop de temps. Les marques réputées sont ainsi distinguées.» Une interdiction générale d'expérimentation animale est d'ailleurs en vigueur depuis 2013 dans l'UE ainsi qu'en Suisse. La cosmétique naturelle pratiquait déjà cette interdiction auparavant.
Voici les principaux sigles qui garantissent que les produits sont exempts de substances animales et fabriqués sans recours à l'expérimentation animale.

La **fleur végane**[3]**:** sous nos latitudes, c'est le principal label pour la cosmétique naturelle. Il a été introduit en 1990 par la société végane britannique. Ce label garantit que ni le fabricant ni un tiers n'a utilisé d'ingrédient d'origine animale ni recouru à l'expérimentation animale durant la production.

Le **Certified Vegan** est un autre label attribué par la fondation américaine Vegan Awareness Foundation. Il est utilisé pour tous les types de produits et ne tolère aucune expérimentation animale, ni de la part des entreprises ni des fabricants ni des fournisseurs. Ce label n'est attribué qu'aux entreprises établies aux Etats-Unis, au Canada, en Australie et en Nouvelle-Zélande, mais leurs produits peuvent être distribués dans le monde entier[4].

Crueltyfree and vegan est un label délivré par la plus grande organisation de défense des animaux PETA mais n'est pas très fréquent dans l'espace germanophone. Il est surtout utilisé pour la cosmétique végane et sans expérimentation animale. Une banque de données sur le site de PETA permet de rechercher les fabricants qui produisent des cosmétiques véganes labellisés[5,6].

Il y a en outre des labels spécifiques à la cosmétique naturelle, comme BDIH, Leaping Bunny (lapin bondissant) ou NaTrue et d'autres pour les produits développés sans expérimentation animale. Mais ils peuvent parfaitement contenir des produits d'origine animale, comme le lait ou le miel.

| Stephanie Weiss / trad: cs

ldd

LAURA LOMBARDINI, DIRECTRICE DE LA SOCIÉTÉ SUISSE VÉGANE

«Aucun animal ne doit souffrir pour la production d'un cosmétique végane – c'est important pour les consommateurs responsables.»

Sources:
1 www.swissveg.ch/veg-umfrage
2 FACHDOSSIER Naturkosmetik, Fachwissen für Fachpersonen der Selbstmedikation. Schweizerischer Drogistenverband, 2017, Biel
3 www.vegansociety.com/your-business
4 www.vegan.org/certify/
5 www.features.peta.org/cruelty-free-company-search/index.aspx
6 www.peta.org

Programme de formation continue et de perfectionnement de l'ASD 2019

Date	Cours/lieu	Contenu
D'autres cours sont prévus	**Cours pour les suppléances selon la LPTh révisée (f/d)**	Cette formation dispense des connaissances approfondies sur les principes actifs actuels de la liste unique de l'automédication afin d'améliorer la sécurité lors de la remise de médicaments.
En planification	**Liste unique d'automédication (d/f)**	Ce cours traite des nouveaux principes actifs transférés dans la liste unique d'automédication
22.2	**Séminaire sur les successions (f/d), ESD, Neuchâtel**	Ce cours aborde le thème du règlement de la succession et du rachat d'entreprises dans la branche de la droguerie
5.4	**Cours de base SAQ (d), ESD, Neuchâtel**	Dans ce cours de base, vous apprenez quels sont les points essentiels en matière d'assurance qualité et comment vous pouvez développer rapidement un système d'assurance qualité orienté vers la pratique et adapté à votre propre droguerie.
3. – 5.11	**Forum de formation (f/d), ESD, Neuchâtel**	Le programme et l'invitation seront publiés en temps voulu. Les cours en français auront lieu le dimanche 3 novembre.
Toujours actuel	***DrogoBrain:***	*DrogoBrain vous permet de suivre des formations de manière flexible et à votre rythme. Vous pouvez suivre les cours n'importe où et n'importe quand.*
	Connaissances techniques sur les produits chimiques dans le commerce spécialisé (f/d)	Le cours dispense les connaissances techniques nécessaires à la remise de produits chimiques en droguerie. Vous apprenez tout ce qu'il faut sur les nouvelles directives et le nouveau système d'étiquetage SGH.

Pour des informations plus précises concernant ces différents cours, vous pouvez nous contacter par téléphone au 032 328 50 36/37 ou par mail à *kurse_cours@drogistenverband.ch*. Nous répondrons volontiers à vos questions.

Les rendez-vous de la branche 2019

Les principales manifestations de l'année prochaine qui intéressent particulièrement la branche de la droguerie.

ASSOCIATION SUISSE DES DROGUISTES (ASD)

15 – 20.1	50es journées de ski des droguistes «drogobrain- & snowdays» au Waldhotel National à Arosa (GR), *www.drogistenskitage.ch*
17.4	Conférence de la branche de printemps
6.9	Conférence de la branche d'automne
3 – 5.11	Forum de formation à l'ESD à Neuchâtel
29.11	Assemblée des délégués

ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE (ESD)

28.2	Délai d'inscription pour le cycle 2019 – 2021
7.3	Journée de discussion pour l'examen d'admission
20.3	Examen d'admission pour le cycle 2019 – 2021
4.7	Clôture cycle 2017 – 2019 au château de Neuchâtel
19.8	Début de l'année scolaire 2019 – 2021

JOURNÉES, EVENTS ET FOIRES

13 – 15.1	Ornaris, salon du commerce de détail, BernExpo, *www.ornaris.ch/fr/orn-fr.aspx*
17.1	20e Conférence nationale sur la promotion de la santé, Stade de Suisse, Berne, *www.conference.promotionsante.ch/fr/home*
13 – 16.2	Vivaness, salon mondial pour les cosmétiques naturels, et Biofach, salon mondial pour l'alimentation bio, Nuremberg (D), *www.vivaness.de, www.biofach.de*
2 – 3.3	Beauty Forum Swiss, salon professionnel suisse de la beauté. 25e anniversaire. Messe Zurich, *www.beauty-forum.ch*
27 – 28.3	Trendtage Gesundheit Luzern, congrès autour de la santé sur le thème «Génétique: chances et dilemnes». Avec une grande expo santé, KKL Lucerne, *www.trendtage-gesundheit.ch*
4 – 7.4	Mednat & Agrobio Expo, le salon des médecines complémentaires, du bien-être et de la nutrition, Expo Beaulieu Lausanne, *www.mednatexpo.ch*
7 – 9.4	5e congrès de spagyrie de Heidak AG avec pour thème «Spagyrie – autour de la tête», Lucerne, *www.spagyrik-kongress.ch*
7 – 9.5	Vitafoods Europe, salon mondial de l'alimentation et des ingrédients nutraceutiques, Palexpo Genève, *www.vitafoods.eu.com*
18 – 20.8	Ornaris, salon du commerce de détail, BernExpo, *www.ornaris.ch/fr/orn-fr.aspx*
14 – 17.9	Planète santé, Salon valaisan de la santé, CERM Martigny
25 – 28.9	Expopharm, plus grand salon pharmaceutique d'Europe, Düsseldorf (D), *www.expopharm.de*
24 – 25.9	Congrès international de la branche de la cosmétique naturelle, Berlin (D), *www.naturkosmetik-branchenkongress.de*

Inscrivez-vous et recevez gratuitement des contenus de vitagate.ch jusqu'au 31.12.2018.

Profitez maintenant!

Célébrez avec nous les 10 ans de vitagate.ch

Mettez les articles de vitagate.ch en ligne sur le site de votre drogueria:

- Le site internet de votre drogueria gagnera ainsi en actualité et en diversité, cet atout que j'ai
- Les visiteurs de votre site internet profitent d'informations scientifiquement contrôlées, actuelles et de saison, sur des thèmes de santé
- Avec la création de ces liens, votre site internet et celui de vitagate.ch sont mieux référencés et ont donc plus de chance d'apparaître dans les résultats de recherche

Plus d'info:

https://tinyurl.com/[illegible]

vitagate.ch

Inscrivez-vous maintenant:

https://tinyurl.com/[illegible]

NOUVEAUTÉS

HOLLE BABY FOOD SÀRL

Snack Time! Bio à grignoter, idéal pour les tout-petits, dès 8, 10 et 12 mois. Sans arôme artificiel ni additif[1] – et sans sucre cristallisé[2].
Idéal comme en-cas ou à emporter
Convient aux mains des tout-petits

[1] Conformément à la réglementation
[2] Contient des sucres naturellement présents

www.holle.ch

EBI-PHARM SA – SÉMINAIRES 2019

ebi-pharm propose un vaste programme de séminaires et de formations en ligne portant sur les micronutriments (Burgerstein), les teintures-mères (Ceres) ainsi que sur bien d'autres thèmes en rapport avec la médecine naturelle. Les séminaires sont validés de 2 à 4 points ASD. Consultez le site www.ebi-pharm.ch (rubrique Formation continue) et laissez-vous convaincre par notre offre 2019. Réservez dès maintenant votre place.

www.ebi-pharm.ch

CONCOURS DE DESSINS

A VOUS DE JOUER, LES ENFANTS

Grand concours de dessins dans la Tribune du droguiste

Informez votre clientèle du grand concours de dessins proposé dans le numéro actuel de la *Tribune du droguiste!* Cette année, les enfants doivent réaliser un dessin les représentant avec leur famille – et ils pourront gagner des prix offerts par Faber Castell. Tous ceux qui remporteront le premier prix gagneront en outre une entrée au Musée en plein air de Ballenberg pour toute leur famille! Les conditions de participation au concours sont expliquées dans la *Tribune du droguiste* 12/18 en page 24. Les dessins gagnants seront présentés dans le numéro d'avril/mai 2019 de la *Tribune du droguiste*, tous les dessins seront en outre publiés sur *vitagate.ch.* | réd.

Ballenberg
FREILICHTMUSEUM DER SCHWEIZ
MUSÉE SUISSE EN PLEIN AIR
MUSEO SVIZZERO ALL'APERTO
SWISS OPEN-AIR MUSEUM

FABER-CASTELL
since 1761

Marché de l'emploi

Vous êtes à la recherche d'un emploi ou avez un poste à repourvoir? Vous trouverez toutes les offres dans notre Marché de l'emploi – en ligne. Offres actuelles: *www.drogistenverband.ch*

swidro drogerie am martinsplatz

Unsere Drogistin wird Mami. Deshalb suchen wir per 1. März 2019 eine motivierte

Drogistin EFZ 80 %

mit Freude an der Beratung und dem Verkauf

Wir sind eine Quartierdrogerie im Herzen der Churer Altstadt mit Schwerpunkt Naturheilmittel (Spagyrik, Schüssler Salze, Burgerstein, Heilkräuter und Tinkturen), Hausspezilitäten und natürliche Kosmetik (Börlind, Goloy 33, Dr.Hauschka).

Interessiert?

Bewerbungen und weitere Infos: Drogerie am Martinsplatz, Harald Plank, St. Martinsplatz 8, 7000 Chur
081 252 22 51, drog.martinsplatz@swidro.ch

NOUVEAUX MEMBRES

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

Section: BE
Natur Drogerie Emmental
Claudia Jäggi, Rüegsaustrasse 49, 3415 Rüegsauschachen

Section: GR
Pill Apotheke & Drogerie Marcau
Marina Deflorin, Bahnhofstrasse 30, 7130 Ilanz

Section: AG
Park Drogerie
Patricia Hug, Lindenstrasse 3, 4310 Rheinfelden

Les oppositions doivent être adressées dans les 14 jours à: ASD, comité central, Rue de Nidau 15, 2502 Bienne

seit 1944 Locher
DROGERIE • HEILMITTEL
www.drogerie-locher.ch

Für unseren Familienbetrieb suchen wir per Januar 2019 eine motivierte, fachlich kompetente

Drogistin EFZ 60–80 %

mit Berufserfahrung (auch Wiedereinsteigerin willkommen).

Wir bieten eine abwechslungsreiche und interessante Stelle mit vielen Stammkunden, Eigenverantwortung und zeitgemässen Anstellungsbedingungen.

Fühlen Sie sich angesprochen, dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

Locher Drogerie GmbH, Jessica Locher, Löwenstrasse 30, 8953 Dietikon, Tel. 044 740 74 16
dietikon@drogerie-locher.ch, www.drogerie-locher.ch

Zu verkaufen per März 2019

Drogerie-Mobiliar

15-jährig, Nützi-Ladenbau, top Zustand, zeitloses Design (Ahorn KH belegt), Fläche Laden 170 qm (Total 260 qm), Höhe 270 cm, rund 40 Wandregale, 12 Mittelgondeln und 6 Korpusse, Beleuchtung, Rollregal (Trigo, Höhe 305 cm), Garderobenschränke (Trigo, 2 x 4er), vollausgestattete Küche u. v. m.

Verfügbarkeit ab März 2019
Demontage, Anpassungen und Zwischenlagerung durch Nützi AG (wenn gewünscht).
Allenfalls auch Teilverkauf möglich.
Preise Verhandlungssache.

Infos und Fotos unter Chiffre Nr. 3073
Schweizer Drogistenverband
Nidaugasse 15
2502 Biel/Bienne
inserate@drogistenverband.ch

Ladenlokal zu verkaufen

Landdrogerie in der Nordostschweiz altershalber zu attraktiven Übernahmebedingungen zu verkaufen.

Ab Januar 2021

Umsatz aktuell: 0.65 Millionen

Holle

Plus de 80 ans d'expérience pour, dès le plus jeune âge, construire de bonnes bases pour l'avenir.

- Des laits infantiles à base de lait de vache ou de lait de chèvre
- De haute qualité, Demeter ou bio
- Nouveau design, recettes inchangées
- Une gamme adaptée à toutes les tranches d'âge

www.holle.ch

Information importante : pour votre bébé, rien ne vaut le lait maternel. Si vous souhaitez utiliser un lait infantile, demandez conseil au personnel hospitalier, à votre pédiatre ou à une association d'aide à l'allaitement.
*Les laits de suite bio Holle doivent être utilisés dans le cadre d'une alimentation diversifée.