

# Emotions et foi en l'avenir!

**Les étudiants de l'ESD n'ont pas pris de gants et se sont permis d'exprimer des thèses aussi étonnantes qu'émotionnelles. Fin février, ils ont ainsi animé la discussion lors de la traditionnelle «Arena» des groupements.**

Lors de cette rencontre désormais traditionnelle, les représentants de huit groupements de droguerie ont permis aux étudiants de l'Ecole supérieure de droguerie (ESD) de Neuchâtel de découvrir les objectifs des groupements et d'obtenir des informations de première main sur le travail quotidien en droguerie et les expériences des professionnels. Des informations précieuses pour les 24 étudiantes et 6 étudiants de 2<sup>e</sup> année. D'autant que la création fictive d'un magasin figure actuellement au programme. Pour préparer la rencontre «Arena» de cette année, les étudiants ont élaboré 25 thèses sur le futur de la branche de la droguerie. Les thèses les plus intéressantes ont été retenues, selon un système de points, pour servir de base à la discussion.

Pour commencer, Beat Günther, directeur de l'ESD, a lancé ces questions provocantes: «qu'est-ce qu'un bon emplacement?», «pourquoi les drogueries ont-elles plus peur des pharmacies que des médecins?». Nouveau au sein des groupements, René Bläuer de Torre Suisse a constaté que le niveau des connaissances professionnelles est très différent entre les droguistes et les assistants en pharmacie. Il estime que les droguistes ont de meilleures bases professionnelles et comprennent aussi plus vite les informations qui leur sont transmises. Tous les participants ont estimé qu'il est important pour le développement futur de la droguerie de se profiler dans le secteur des médicaments naturels. Ce que Regula Stähli, présidente de l'association des drogueries Natur, n'a pu que confirmer. D'autres participants ont estimé que les clients se moquent de savoir s'ils font leurs achats en droguerie ou en pharmacie – l'essentiel étant que le professionnel auquel ils s'adressent puisse résoudre leur problème (de santé). Nul n'a remis en question l'importance d'une association forte qui mène une politique active dans le domaine de la santé. Unanimité aussi concernant l'accès à la liste C qui permettrait aux drogueries de se différencier clairement des grands distributeurs. Et plusieurs participants de souligner que si les drogueries doivent continuellement se repositionner, les pharmacies peuvent toujours compter sur la remise des médicaments soumis à ordonnance pour se positionner clairement.

De nombreux droguistes ont cherché à savoir «pourquoi telle personne achète dans tel magasin». Parmi les arguments avancés, on citera le fait que les drogueries vendent mal les articles que Mi-

gros et Coop proposent à prix plus avantageux. Car les produits sont interchangeables. Les drogueries ne doivent donc pas se contenter de vendre des produits mais doivent miser sur les prestations personnalisées. Et Traugott Steger, de Heidak, de souligner que cela s'avère particulièrement intéressant pour la vente d'essences spagyriques: «En 2007, nous avons pu augmenter notre chiffre d'affaires de 10 %.»

## Pourquoi faut-il des groupements?

Pour conclure, les étudiants ont pu interpellé directement les représentants des groupements. «Pourquoi 560 drogueries ont-elles besoin de 8 groupements?» Pour Christian Grütter, de Dropla Management SA, il n'y a pas qu'un seul groupement qui réponde aux besoins de toutes les drogueries. Les groupements permettent aux droguistes de conserver leur propre personnalité tout en suivant une même voie pour réussir. Car il est nécessaire d'adopter certaines mesures et stratégies pour répondre aux exigences quotidiennes posées par le marché. Dans ce domaine, les groupements peuvent proposer des solutions plus rapides et plus dynamiques qu'une association nationale. Autres éléments importants au crédit des groupements: l'achat commun de marchandises et la formation continue.

Les représentants des groupements ne considèrent toutefois pas comme une faiblesse de collaborer à des projets nationaux et de miser ensemble sur l'étoile-d. Ce logo, bien ancré depuis des années, est aussi devenu un symbole de qualité. Par ailleurs, l'étoile-d participe au sentiment de cohésion de la branche. Avec sa formule individualisée de «La Tribune du droguiste», Dropla SA est ainsi le plus important distributeur du magazine mensuel. A l'avenir Dropla Management SA entend aussi utiliser le label de l'étoile-d dans le cadre du repositionnement des vitathèques Dropla.

Bilan de quelques étudiantes au terme de la journée: «Nous savons maintenant ce que pensent les représentants de la branche et avons découvert les différentes tendances des groupements.» Quant aux représentants de la branche, ils ont apprécié l'esprit critique, mais positif, des jeunes en ce qui concerne le futur de la droguerie. Et les invités de souhaiter «beaucoup de succès» aux futurs chefs d'entreprise.

Elisabeth Küpfert / trad: cs

## Les groupements de l'Arena de l'ESD

Dromenta SA, avec Roman Buchs ([www.dromenta.ch](http://www.dromenta.ch))

DROPA Management SA, avec Christian Grütter ([www.dropa.ch](http://www.dropa.ch))

Coopérative Fadro, avec Carlo Bosshard ([www.fadro.ch](http://www.fadro.ch))

Droguerie Horizont Marketing Sàrl, avec Peter Strauss ([www.horizont.ch](http://www.horizont.ch))

Impuls Service SA, avec Peter Binggeli ([www.impuls.ch](http://www.impuls.ch))

Swidro Sàrl, avec Heinz Rothenberger ([www.swidro.ch](http://www.swidro.ch))

Torre Suisse SA, avec René Bläuer ([www.torre-schweiz.ch](http://www.torre-schweiz.ch))

Association des drogueries Natur, avec Regula Stähli  
([www.naturdrogerie.ch](http://www.naturdrogerie.ch))