

vitamine

lecture vitaminée pour les professionnels de l'automédication

2/2025



Un service de première classe

Toute une vie
pour la droguerie

Interview de Fredi et
Annemarie Käser, un couple de
droguistes qui a connu le succès

Attention à la neige
et au froid

Les activités sportives dans
les paysages hivernaux ne sont
pas sans risque

Les virus des refroidis-
sements à la fête

Pourquoi l'hiver est la pleine
saison des coronavirus,
du VRS et des refroidissements

6

10

21



Un avant-goût du futur

Lors de la Journée de l'avenir à l'ESD, les participant·e·s ont plongé dans le futur: ils ont pu découvrir des mondes virtuels, se familiariser avec des gadgets de santé et discuter des scénarios possibles pour la branche de la droguerie.



Utiliser habilement les prestations

On parle beaucoup de prestations payantes mais on ne les met guère en pratique. Comment lier produits et prestations afin que la clientèle paie pour les deux? *vitamine* met en avant quelques approches.



«Nous souhaitons redonner quelque chose»

Le droguiste Fredi Käser est connu dans toute la Suisse pour ses voyages botaniques. Avec sa femme Annemarie, il a fait un don à l'ASD pour la promotion de la relève.

Impressum vitamine

Editeur Association suisse des droguistes, Rue Thomas-Wyttenbach 2, 2502 Bienne, Téléphone 032 328 50 30, info@drogistenverband.ch

Distribution vitagate sa, Rue Thomas-Wyttenbach 2, 2502 Bienne
Directrice et responsable Ventes: Tamara Gygax-Freiburghaus, t.gygax@vitagate.ch
Annonces: Tamara Gygax-Freiburghaus, Marlies Föhn, Janine Klaric, insetate@vitagate.ch
Abonnements et distribution: Valérie Rufer, vertrieb@vitagate.ch

Rédaction

Direction de l'édition: Heinrich Gasser, h.gasser@vitagate.ch
Rédactrice en chef: Céline Jenni, c.jenni@vitagate.ch
Ont collaboré à la rédaction de ce numéro: Claudia Merki, Cornelia Gabriel, Désirée Klarer, Jasmin Weiss, Sabine Reber, Sara Bagladi
Conseils spécialisés: Dr phil.-nat. Anita Finger Weber
Traduction: Daphné Grekoss, Marie-Noëlle Hofmann
Couverture: stock.adobe.com/RTimages

Production

Layout: Claudia Luginbühl
Impression: Courvoisier-Gassmann SA, Bienne

6^e année: paraît 10x par an

© 2025 – vitagate sa, Rue Thomas-Wyttenbach 2, 2502 Bienne



Magazine officiel de l'Association suisse des droguistes et média d'Employés Droguistes Suisse

4 130 ans de l'Association bernoise des droguistes

La président Fiona Schär présente les activités en cette année de jubilé de l'Association bernoise des droguistes.

18 Réserver des rendez-vous en ligne

Les outils de réservation peuvent contribuer à faire connaître des prestations à la clientèle, à condition de respecter certains points.

26 Les blessures aux sports d'hiver

En plus des mesures préventives, les drogueries peuvent apporter un soutien en cas de petits accidents.

34



Les zèbres parmi les maladies

Bien que les différentes maladies orphelines soient rares, la somme des personnes concernées est considérable. Les drogueries et les pharmacies peuvent informer les personnes malades des offres d'aide.

31 La pleine saison des refroidissements

Divers virus respiratoires provoquent différents symptômes – vue d'ensemble.

38 Les suppléments de corps cétoniques

De nombreux sportifs prennent des corps cétoniques pour améliorer leurs performances. Quel est l'état actuel de la recherche sur le sujet?

41 Employés Droguistes Suisse

Les employeurs utilisent souvent les réseaux sociaux pour en savoir plus sur les candidats à un poste. Cette recherche est-elle autorisée?



Offrir une plus-value

Se contenter de proposer des produits dans un magasin stationnaire n'est plus d'actualité: les client·es attendent davantage lorsqu'ils se rendent dans un commerce, à savoir de bons conseils et des services fantastiques. Sur le premier point, les drogueries sont au top, mais il y a encore des lacunes sur les prestations, surtout lorsqu'elles devraient aussi coûter quelque chose. Dans le cas des services payants, il ne s'agit pas d'arnaquer la clientèle ou d'exiger de l'argent pour chaque conseil rapide. Les prestations payantes doivent être conçues de manière à ce que la clientèle bénéficie de solutions personnalisées et sur mesure. Cela favorise la fidélisation, par exemple en incluant plusieurs rendez-vous de conseil dans un package de services. Les conseils préventifs en matière de santé, par exemple sur l'alimentation et l'obésité, pourraient constituer une opportunité. De plus, la valeur du conseil personnalisé va continuer à augmenter dans un monde de plus en plus numérisé. Vous découvrirez, dans notre article de couverture à partir de la page 10, comment les paquets de prestations peuvent être proposés aux hommes ou aux femmes.

Le thème des prestations peut également être envisagé à plus grande échelle: où pourrait-on conclure des coopérations avec d'autres branches, à partir desquelles il serait possible de constituer des paquets de prestations ciblés? De tels partenariats pourraient permettre d'élargir l'offre de services et de trouver de nouveaux clients et de nouvelles sources de revenus. Qu'il s'agisse de prestations de votre propre entreprise ou d'une coopération avec des partenaires adaptés: soyez innovants!

Céline Jenni, rédactrice en chef Wirkstoff/vitamine, responsable médias spécialisés, c.jenni@vitagate.ch

«La branche est toujours en mouvement»

L'Association cantonale bernoise des droguistes fête son 130^e anniversaire.

La présidente Fiona Schär nous donne un aperçu des activités de l'association à l'occasion de ce jubilé et nous dit quels sont les défis et les opportunités qui caractérisent la branche.

✉ Sara Bagladi | 🗣 Marie-Noëlle Hofmann

«Il y a 130 ans, nous étions des marchands de vrac, aujourd'hui nous sommes des conseillères en santé», déclare **Fiona Schär**, présidente de l'Association cantonale bernoise des droguistes (ABD), droguiste diplômée ES et propriétaire de la droguerie Alchemilla Schär à Sumiswald. Cette année, l'association fête ses 130 ans. Depuis sa création, beaucoup de choses ont changé: «Ce qui est beau dans notre branche, c'est qu'elle est toujours en mouvement.» Alors qu'à l'époque, l'assortiment comprenait des articles tels que les peintures et les spiritueux, l'accent est aujourd'hui mis sur la santé et la médecine naturelle. «C'est ce qui unit toutes les drogueries», poursuit Fiona Schär. L'ABD compte près de 90 drogueries et pharmacies-drogueries.

Des activités spéciales pour le jubilé

L'association prévoit des activités spéciales pour l'année du jubilé. L'assemblée générale

aura lieu dans un lieu différent de l'habituel. Des concours sont prévus pour la clientèle. «Nous voulons attirer l'attention sur le fait que l'artisanat des drogueries existe depuis 130 ans déjà», explique Fiona Schär. Toutes les drogueries membres de l'association organisent les activités qu'elles souhaitent pendant cette période. Elles ont utilisé la *Tribune du droguiste* pour la communication.

Promotion des intérêts des membres

L'association est chargée d'élaborer les bases dans le domaine du droit des produits thérapeutiques et de représenter les intérêts et les préoccupations de ses membres. Concrètement, l'association organise les cours interentreprises de la profession de droguiste CFC dans le canton de Berne en collaboration avec l'école professionnelle. En outre, elle présente chaque année la profession au salon de la formation professionnelle BAM, en collaboration avec la Société des pharmaciens du canton de Berne. La présence au BAM a pour objectif de trouver la relève et de présenter aux jeunes une formation intéressante et variée. Au printemps, l'ABD est toujours présente à la foire BEA avec un grand stand de droguerie. «La BEA est un pôle d'attraction pour les visiteurs. Il nous tient à cœur d'attirer l'attention de la clientèle sur l'offre et la compétence des drogueries», explique Fiona Schär. En tant que présidente, elle s'occupe depuis trois ans des tâches du niveau supérieur, est en



Fiona Schär, présidente de l'Association cantonale bernoise des droguistes.

contact avec les autorités, avec l'association des arts et métiers PME bernoises, est déléguée à l'ASD et représente l'ABD à la conférence de la branche.

Défis et opportunités

«Un grand jalon de notre branche au niveau suisse a certainement été la nouvelle répartition des catégories de remise en 2019 dans le cadre de la révision de la législation sur les produits thérapeutiques», se souvient Fiona Schär. Elle poursuit: «Comme dans toutes les branches, nous avons été et sommes toujours confrontés à des tâches difficiles.» Les prescriptions de plus en plus strictes en matière de fabrication de produits cosmétiques et thérapeutiques constituent un défi pour certaines drogueries. En outre, la branche doit également être prête en ce qui concerne la numérisa-

tion. La présidente tient à la collaboration transversale au sein du canton et dans toute la Suisse: «Il est important que nous tirions tous à la même corde.» Il lui tient à cœur que tous réfléchissent et collaborent. En même temps, elle observe que les drogueries sont un élément précieux de la vie du village. «Je suis très heureuse de voir que l'on accorde à nouveau plus d'estime aux petites entreprises», dit-elle. Le potentiel des drogueries réside notamment dans le conseil compétent et personnalisé, l'accent mis sur les remèdes naturels, la diversité de l'assortiment, la promotion des produits régionaux ainsi que l'accessibilité, qui est également garantie dans les petites localités. Dans le domaine de la consommation consciente et durable, les drogueries sont également dans l'air du temps. «Les gens aiment venir en droguerie», affirme Fiona Schär. Elle prend plaisir à s'engager pour la branche et à participer à son développement. ■

ESD ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE
HÖHERE FACHSCHULE FÜR DROGISTINNEN UND DROGISTEN



ESD-Cycle de formation 2025–27: Des perspectives pour l'avenir

Examen d'admission: Mercredi 19 mars 2025

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)s de l'examen d'admission.

Début du cycle 2025–27: Lundi 18 août 2025

ESD Ausbildungszyklus 2025–27: Eine Zukunft mit Perspektiven

Aufnahmeprüfung: Mittwoch, 19. März 2025

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 Maturitätszeugnis sind von der Aufnahmeprüfung dispensiert.

Beginn des Ausbildungszyklus 2025–27: Montag, 18. August 2025

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

CPNE
centre de formation
professionnelle
neuchâtelois

Délai d'inscription:
28 février 2025

Einschreibefrist:
28. Februar 2025

Inscription/Anmeldung:





Les drogueries du futur: à l'ESD, des lunettes de réalité virtuelle ont permis de tester comment les nouvelles technologies pourront être utilisées.

Journée de l'avenir de l'ESD: intelligence artificielle et santé mobile

Lors de la Journée de l'avenir de l'ESD à Neuchâtel, les participants ont plongé dans des mondes virtuels, découvert les derniers gadgets de santé portables et appris des choses intéressantes sur les concepts de sécurité du futur.

📷 | 📸 Sabine Reber | 🗣️ Marie-Noëlle Hofmann

Les étudiante·s et les invité·e·s ont pu se faire une idée du futur lors de la Journée de l'avenir de l'ESD, conformément au slogan: «Plonger dans l'avenir et le vivre». Le 28 novembre 2024, le monde virtuel était à l'honneur à Neuchâtel et les plus de 100 participant·e·s ont discuté du rôle futur des drogueries concernant les nouvelles possibilités techniques. Différents exposés leur ont permis d'apprendre des choses intéressantes sur le système de santé numérique et les champs d'action envisageables des différents acteurs. L'influence possible de l'intelligence artificielle (IA) sur l'activité des drogueries a été discutée avec un enthousiasme particulier. Les experts s'attendent à d'importants gains d'efficacité dans les processus de prestations, mais les différents intervenant·e·s ont attiré l'attention sur le fait que l'IA atteint ses limites lorsqu'il s'agit de questions plus complexes. Toutefois, les dro-

guistes pourraient devenir des facilitateurs pour la clientèle dans l'utilisation de l'IA. En effet, il n'est souvent pas facile pour les profanes de juger de la qualité d'une réponse. Face à ces questions, il convient de bien réfléchir au rôle que les drogueries devraient jouer à l'avenir. Ainsi, la Journée de l'avenir a montré une fois de plus l'importance de la mise en réseau de la branche et de la préparation commune aux nouvelles technologies. Les participant·e·s étaient tous d'accord pour dire que l'événement a été un franc succès.

Les avatars ne tombent jamais malades

L'atelier d'expérience dans le monde immersif était attendu avec un intérêt particulier. **Luca Keller** et **Nada Lahlou**, de Galenica, ont présenté leur projet de pharmacie en réa-

La fatigue prend le dessus?

- À partir de 3 ans
- Au délicieux goût d'orange
- Suffit pour une utilisation jusqu'à 30 jours

NOUVEAU

Pour toute la famille

Veractiv® Multi-Vitamin sirop 11 vitamines et 6 minéraux pour plus de vitalité et un système immunitaire fort

Un complément alimentaire ne remplace pas une alimentation variée et équilibrée ou un mode de vie sain. VERFORA SA

Composition: vitamine B1, vitamine B2, niacine, vitamine B5 (acide pantothénique), vitamine B6, vitamine B9 (acide folique), vitamine B12, biotine, vitamine C, vitamine D3, vitamine E, iode, zinc, sélénium, manganèse, chrome, molybdène, inositol et choline. **Mode d'emploi:** enfants à partir de 3 ans 10 mL/jour, enfants à partir de 4 ans et adultes 15 mL/jour. **Remarque:** après ouverture, conserver au réfrigérateur.



 **VERFORA®**
POUR LA VIE



Découvrez maintenant
les soins du visage de

Bepanthen®

DERMA

Pour les peaux sèches,
très sèches et sensibles

AGIT EN PROFONDEUR
DANS LA PEAU -
DURABLEMENT

NOUVEAU
ÉGALEMENT
AVEC
FPS 25



Bayer (Schweiz) AG
8045 Zürich

lité virtuelle. Ils ont expliqué: «Nous allons partout où les jeunes se trouvent de toute façon». Ils ont ainsi fait une expérience avec une pharmacie dans le métavers, qui s'est terminée prématurément «parce que c'était trop tôt et que ça ne fonctionnait pas encore». En revanche, la pharmacie virtuelle qu'ils ont créée sur la plateforme de jeu Fortnite a connu un franc succès. Les jeunes pouvaient y poser anonymement des questions de santé, avec un accent sur les questions de contraception et d'éducation sexuelle. Un blog a été créé à cet effet, et lorsque les nouveaux clients se rendaient ensuite à la pharmacie, une brochure adaptée leur était remise. Nada Lahlou a souligné l'importance des plateformes virtuelles: «La scène du jeu est économiquement plus importante qu'Hollywood! 30 millions d'utilisateurs actifs évoluent chaque jour rien que sur Fortnite. Il y a là de nouvelles opportunités pour le marketing, qui ne doivent pas être sous-estimées.» Il ne faut toutefois pas oublier un aspect: Alors que les avatars peuvent acheter des vêtements virtuels de marque, des chaussures de designer ou des objets virtuels, il n'y a pas de marché pour les médicaments. En effet, les avatars ne tombent pas malades et ne vieillissent pas, il n'est donc pas possible d'acheter des médicaments virtuels dans une pharmacie virtuelle, puisqu'ils ne sont pas nécessaires. Il est néanmoins important d'y être présent et d'acquérir de l'expérience pour l'avenir.

Collecte de données non invasive

Les «wearables» sont un autre mot magique de l'avenir. Il s'agit de gadgets tels que montres, bracelets ou autres, qui se portent sur le corps et mesurent les données personnelles de santé. «Cette technologie d'avenir a un grand potentiel pour le secteur de la droguerie», a déclaré **David Kunz**, de ProPharma, dans son exposé. Ces appareils portables devraient permettre de collecter davantage de données sur la santé de manière non invasive. Ces données peuvent ensuite être analysées en droguerie et les conseils correspondants peuvent être proposés. David Kunz a souligné: «La

surveillance des données vitales permet de créer une relation durable avec la clientèle. Les drogueries sont idéales pour cela, car il existe une relation de confiance et les données peuvent y être traitées localement et en toute sécurité.»

Lors de la Journée de l'avenir, ProPharma a en outre présenté de nouveaux appareils permettant de scanner les marchandises. Des stations mobiles doivent simplifier la gestion des stocks. De nouvelles solutions de sauvegarde et des concepts de sécurité numérique pour l'avenir ont également été présentés. On a également montré ce qui peut se passer en cas de cyberincident.

L'intelligence artificielle en droguerie?

L'exposé du futurologue **Stephan Sigrist** était également intéressant. Il a appelé à regarder les promesses technologiques d'un œil critique et à ne pas tout croire. Concrètement, il évoque les processus répétitifs qui pourraient être rendus plus efficaces dans le commerce de détail grâce à l'IA. Stephan Sigrist voit une opportunité surtout dans les petits systèmes qui peuvent être programmés individuellement pour des applications de niche. L'IA pourrait par exemple permettre de proposer des produits et des services personnalisés sous forme automatisée. Il est important d'examiner précisément les besoins et les exigences et de développer une perspective à long terme pour l'utilisation de l'IA. Il faudrait également envisager d'établir des règles générales du point de vue de la branche. Des groupements pourraient utiliser de petits modèles d'IA pour des applications de niche au quotidien. «Entraîner ensemble un petit bot avec ses propres données en fonction des besoins pourrait être judicieux», a-t-il déclaré. En principe, on considère que les gens vivront plus longtemps et qu'ils auront aussi à l'avenir plus de possibilités pour organiser eux-mêmes leur vie. «Les professionnels de la santé sont rares et, en même temps, le besoin de conseils rapides et simples augmente», estime Stephan Sigrist. C'est là que les drogueries pourraient entrer en jeu et s'ouvrir à de nouveaux champs d'activité. ■

Préparer des paquets et bien



stock.adobe.com/Andrey Popov



Sujets de prestations à commercialiser

📄 Désirée Klarer | 🗨️ Marie-Noëlle Hofmann

Les prestations payantes sont encore rares dans les drogueries, mais les choses bougent. Alors que les pharmacies misent sur des offres financées par l'AOS, les drogueries doivent trouver des moyens astucieux de combiner habilement conseils et produits – tout en convainquant leur clientèle. Des experts expliquent comment.



Des conseils préventifs de santé sur l'alimentation et le surpoids peuvent être une opportunité.

Mesures de la tension artérielle, analyses du métabolisme, mélanges individuels de fleurs de Bach – les prestations payantes dans les drogueries sont un thème récurrent de la branche. La question de savoir si et comment elles doivent être proposées fait l'objet de vives discussions. En 2021, *vitamine* avait voulu en savoir plus et s'était renseigné auprès des membres de l'Association suisse des droguistes. Résultat: seule une droguerie sur cinq indiquait alors proposer des prestations payantes.

Accent sur un conseil personnalisé et compétent

Qu'en est-il actuellement? **Andrea Ullius**, membre de la direction et responsable Politique et branche à l'Association des droguistes, part du principe, sur la base de discussions avec des collègues, qu'un plus grand nombre de drogueries proposent aujourd'hui des prestations rémunérées. «Il est difficile de dire dans quelle mesure», ajoute-t-il. Des chiffres précis manquent. Parfois, il faut aussi souffrir un peu avant de devenir proactif. «Tant qu'un secteur d'activité fonctionne bien et que la concurrence n'est pas aussi forte, on ne fait pas volontiers des changements», explique Andrea Ullius. Cette pression concurrentielle devrait être plus forte avec l'arrivée de Rossmann. Le géant allemand de la droguerie prévoit d'ouvrir à long terme 150 filiales dans notre pays, comme l'a révélé le CEO de Rossmann Suisse **Fabrizio D'Ascenzo** au *Blick* début décembre 2024. Dans le même entretien, il a également déclaré que Rossmann devait devenir le fournisseur le moins cher de produits de droguerie en Suisse.

Le fait que la filiale d'Emmen (LU), déjà ouverte, mise entre autres sur des caisses self-checkout montre bien que le conseil ne devrait pas y être au centre des préoccupations. Une chance pour les drogueries existantes, car il n'est pas rare que les clients s'y rendent pour bénéficier de conseils personnalisés. Mais les rendre payants sans irriter la clientèle n'est pas une mince affaire. Selon Andrea Ullius, elle doit être abordée de manière intelligente et stratégique. «On ne peut pas simplement dire que cela va coûter quelque chose maintenant, sans développer concrètement le service au préalable.» Le chemin vers le nouveau modèle commercial prend du temps.

Préparer habilement des paquets de prestations

Selon lui, les conseils brefs pour un spray contre le rhume, par exemple, devraient continuer à être gratuits. Andrea Ullius voit en revanche un potentiel pour des thèmes comme le diabète, l'obésité et les maladies gastro-intestinales. «Bien dormir et ménager ses nerfs peuvent également être des sujets», estime-t-il. Sur ces thèmes, on peut faire beaucoup avec le conseil, la prévention et de bons produits. Mais il souligne: «Il faut se pencher intensivement sur ces thèmes, les mettre en place de manière réfléchie et les développer. On ne peut pas s'attendre à ce que l'on se lance et hop, ça marche.»

Pour initier les droguistes à ce thème, il existe déjà un module de formation à l'École supérieure de droguerie (ESD) qui traite du domaine du design des prestations. La psychologie de vente, la technique de vente et le conseil sont des compé-

tences importantes qui y sont liées. «Les groupements, justement, proposent toujours des cours internes à ce sujet», explique Andrea Ullius. Et l'association s'occupe également de cette thématique. «Le conseil, les prestations et la prévention seront un domaine de compétence que nous intégrerons certainement dans la nouvelle stratégie. Mais il y a des questions: Comment les droguistes acquièrent-ils les compétences nécessaires? Quelles conditions doivent être remplies? Quelles histoires pourraient être racontées? La numérisation est certainement aussi un mot-clé important en ce qui concerne l'avenir des drogueries», poursuit Andrea Ullius. Cela permettrait par exemple d'abaisser les obstacles pour les personnes cherchant conseil grâce à des questionnaires en ligne. Il ne faut pas oublier que les drogueries doivent continuer de gagner de l'argent en vendant des produits. «C'est ainsi que nous faisons notre chiffre d'affaires.» La question est maintenant de savoir comment combiner le produit et la prestation. «Lier judicieusement les

différentes parties de l'offre, c'est la discipline reine», Andrea Ullius en est convaincu.

Les pharmacies se battent pour plus d'indépendance

Les pharmacies ont un peu plus de facilité à proposer des prestations payantes à leur clientèle. Du moins lorsqu'elles sont liées à des produits directement pris en charge par l'assurance obligatoire des soins (AOS). C'est peut-être pour cette raison que la part des entreprises qui misent sur des services payants est nettement plus élevée dans les pharmacies que dans les drogueries. «Toutes les pharmacies n'utilisent pas encore cette possibilité, mais plus de 1200 d'entre elles le font», explique **Gregory Nenniger**, porte-parole de la Société suisse des pharmaciens pharmaSuisse. Cela représente bien 66% des 1800 pharmacies de Suisse. Afin d'élargir l'offre de services qui doivent être payés par l'AOS, pharmaSuisse négocie avec les



Louis Widmer
SWISS + DERMATOLOGICA

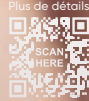




Cadeau*

*A l'achat d'un produit proderm. Valeur : CHF 13.- (jusqu'à épuisement des stocks)

Plus de détails



proderm

Soins intensifs Anti-Ageing
contre les signes visibles du
vieillessement de la peau.

Des ingrédients actifs hautement
dosés, tels que l'acide hyaluronique,
le Matrixyl® 3000 et le complexe de
biostimulateurs Louis Widmer, réduisent
visiblement les rides, régénèrent et
protègent la peau.



NOUVEAU
DESIGN
FORMULE
EPROUVÉE

Compétence dermatologique.
Excellence cosmétique. Depuis 1960.

MADE IN SWITZERLAND 

partenaires tarifaires. Les prix doivent ensuite être approuvés par la Confédération, explique Gregory Nenniger. «Pour la vaccination, par exemple, nous avons déjà lancé la discussion, mais rien n'est encore conclu. Ceci parce que nous devons d'abord attendre l'adoption du 2^e paquet de mesures de maîtrise des coûts», explique le porte-parole. Ce paquet prévoit notamment que les pharmaciens puissent à l'avenir effectuer et facturer de manière indépendante les prestations de prévention soutenues par la Confédération ou les cantons, comme par exemple les vaccinations sans ordonnance médicale.

Une question de temps pour les pharmacies

Il n'existe certes pas de chiffres clairs sur l'acceptation par la clientèle de telles prestations payantes dans les pharmacies. Mais Pharma-Suisse l'estime plutôt bonne. «Il est devenu difficile de trouver un médecin de famille. Si, en plus, de bonnes solutions sont proposées, les gens sont prêts à payer quelque chose pour cela dans les pharmacies», Gregory Nenniger en est sûr. Mais il reconnaît que la situation est différente lorsqu'il s'agit de médicaments disponibles sans ordonnance. Les pharmacies auraient alors souvent le même problème que les drogueries pour les médicaments OTC: un conseil qui prend beaucoup de temps pour un produit qui ne coûte que quelques francs. «Le subventionnement croisé des prestations via les produits OTC n'est presque plus possible, car la part de distribution est faible.» C'est d'ailleurs ce qui aurait déclenché la rémunération basée sur les prestations (RBP) pour les médicaments délivrés sur ordonnance et payés par l'AOS. Selon Gregory Nenniger, le travail peut ainsi être indemnisé séparément.

Utiliser habilement les points forts de sa propre droguerie

Dans les drogueries, la situation est évidemment un peu différente. En effet, on n'y trouve pas de

médicaments soumis à ordonnance et donc pas de potentiel d'économie pour la clientèle par rapport à une visite chez le médecin. En revanche, ce qu'elle peut attendre d'une droguerie, c'est une solution compétente et rapide à ses problèmes. Et cela, si l'on veut oser la comparaison, peut-être à un meilleur rapport qualité-prix que chez un naturopathe par exemple. Car pour les consommatrices et les consommateurs, il faut un avantage de prix pour qu'ils soient prêts à payer quelque chose pour des prestations en droguerie. Soit par rapport au thérapeute, soit en combinaison avec l'achat de produits correspondants. C'est ce qui ressort des chiffres d'un sondage GfK présenté à l'assemblée des délégués en novembre 2024. Mais avant de pouvoir proposer des paquets de prestations qui répondent aux souhaits des client·e·s, les drogueries doivent prendre conscience de leurs points forts et les utiliser habilement pour elles-mêmes. **Philipp Zutt** sait comment s'y prendre.

Philipp Zutt est expert en neuromarketing, conférencier et auteur. Depuis plus de 20 ans déjà, il s'occupe professionnellement des fonctions cérébrales et de l'utilisation ciblée des émotions dans le domaine du marketing. Ce qui le frappe d'emblée dans les drogueries, c'est l'avantage qu'elles présentent par rapport aux pharmacies: «On peut presque tout prendre sans devoir demander avant. C'est un obstacle de moins par rapport aux centres médicaux ou aux pharmacies, par exemple.» Les drogueries doivent donc se demander comment elles peuvent utiliser l'absence d'obligation qu'implique une droguerie de manière à bien faire parvenir les prestations payées à la clientèle. Il faut également se concentrer sur les prestations de conseil. «L'alimentation, par exemple, est un domaine énorme qui a pris beaucoup d'importance dans la société», cite Philipp Zutt comme exemple. Les thèmes de la réduction du stress et du bien-être émotionnel préoccupent également beaucoup notre société, mais ils sont déjà très souvent et très largement proposés. «La question est ici: Comment puis-je me différencier?»

Lors de l'entretien de conseil lui-même, l'expert en marketing conseille d'être attentif. La décision

«Des prestations payantes» au Congrès de la droguerie

Comment les prestations doivent-elles être conçues pour que l'on puisse les faire payer? Bruno Zach, spécialiste de la gestion thérapeutique des processus vous expliquera (en allemand), lors du Congrès de la droguerie, comment réussir ces processus vers des prestations payantes. Vous en saurez plus sur le programme et l'inscription au Congrès de la droguerie en page 16.

Warum sich ein Wechsel zur Dromenta lohnt...



Neu

Grossistenverträge mit
Avosano und Galexis
& Generika-Tools



**... finden Sie es
heraus.**

Wir freuen uns
auf Ihren Anruf.



Kontaktieren Sie uns:

044 380 42 02 | dromenta.ch



dromenta
GEMEINSAM SPITZE



DROGERIE KONGRESS
CONGRÈS DE LA DROGUERIE

Congrès de la droguerie

**Du 27 au 29 avril 2025,
nous façonnons l'avenir avec vous!**

Nous avons le plaisir de vous inviter au premier Congrès de la droguerie, qui se déroulera du 27 au 29 avril 2025. Pendant ces trois jours, vous aurez l'occasion de participer à des keynotes et à des workshops autour du thème central des concepts. Élargissez vos connaissances et collectez de précieux points de formation continue. Le congrès offre également aux droguistes la possibilité d'échanger avec d'autres droguistes ou des représentant·e·s de la branche lors du Social Event du dimanche soir ou dans le cadre de l'exposition.

Aperçu des thèmes – keynotes & workshops

Découvrez un petit extrait du programme du Congrès de la droguerie:

- **Développer des stratégies pour l'avenir** – Pénurie de personnel, influence croissante du commerce en ligne et fréquentation en baisse de la clientèle, voilà les principaux défis qui occupent la branche actuellement. Développer votre concept personnel pour être prêt·e pour le futur.
- **Change-Management** – Les changements sont parfois difficiles à mettre en œuvre mais nécessaires. Vous obtiendrez ici des explications pour pouvoir adapter des processus efficaces et effectifs en droguerie. Améliorez votre sécurité et votre confiance durant les phases de changement pour connaître le succès.
- **Prestations payantes** – Offrez-vous encore des prestations? En avez-vous assez de toujours parler de conseils payants? Bruno Zach, spécialiste de la gestion des processus thérapeutiques, vous montre comment vous pouvez mettre en place des processus de prestations permettant de gagner de l'argent.
- **Une droguerie durable** – Outre le point de vue écologique, les aspects sociaux et économiques sont souvent oubliés dans la gestion de la durabilité. Vous découvrirez les mesures durables qui permettent d'économiser de l'argent et d'assurer le succès de votre droguerie à long terme.
- **Traiter la résistance à l'insuline** – Un concept thérapeutique qui promet le succès car il permet de réduire le risque de plus de 22 maladies sous-jacentes.
- **Surpoids et obésité** – Développez des stratégies pratiques durables pour le conseil au quotidien.
- **Maladies de la peau** – Devenez le premier point de contact pour les problèmes de peau et élargissez vos compétences pour une approche systémique du traitement!
- **Douleurs** – Démarquez-vous de vos concurrents avec un traitement alternatif et fructueux de la douleur en droguerie. Nous vous montrons comment.

Vous trouverez d'autres thèmes et de plus amples informations sur les keynotes et les workshops, ainsi que l'horaire sur le site internet droguerie.ch (ou en scannant le code QR en bas à droite).

Inscrivez-vous maintenant au Congrès de la droguerie!

Le congrès a lieu du 27 au 29 avril 2025 à l'ESD à Neuchâtel. Les formations en français pour les droguistes romands CFC et ES auront lieu le dimanche 27 avril. Vous souhaitez plus d'informations sur le Congrès de la droguerie ou vous inscrire?

Scannez le code QR ci-contre.



de se faire conseiller ou non est en fin de compte une décision émotionnelle et inconsciente. «C'est pourquoi il est important de trouver dès le début le déclencheur émotionnel qui conduira la ou le client-e à s'engager dans la prestation», explique Philipp Zutt. Les client-e-s arrivent en outre dans le magasin avec une certaine idée en tête. Il faut tout de suite entrer dans le conseil, dit Philipp Zutt. Malheureusement, on assiste souvent au scénario suivant dans les drogueries et les pharmacies: «La ou le client-e a un problème et demande d'emblée un certain produit. Fréquemment, lorsqu'un produit demandé n'est pas disponible, la réponse est la suivante: Non, nous ne l'avons pas. Mais nous avons encore ce produit en stock.» La personne qui conseille ne comprend pas suffisamment dans quel contexte la ou le client-e est entré-e dans le magasin et a demandé le produit en question. «Si je ne trouve pas au début la raison exacte pour laquelle quelqu'un se trouve dans ma droguerie, tout ce qui vient ensuite est sans valeur», Philipp Zutt en est convaincu.

Les questions que le spécialiste déconseille sont par exemple: «Nous aurions justement ceci à vous proposer. Voulez-vous ceci?» Ou: «Puis-je vous aider?» Presque personne ne répond par l'affirmative à de telles questions. Les gens ont d'abord besoin de temps pour s'orienter. «Comme je l'ai déjà dit, dans une droguerie, contrairement à une pharmacie, je peux me servir davantage moi-même et faire ainsi déjà un premier pas.» Ce sentiment est important, estime Philipp Zutt.

Les effets psychologiques sont également importants. Par exemple, on peut rendre tangible un service qui est en fait intangible, c'est-à-dire qu'on ne peut pas le toucher. «L'exemple le plus banal est celui des flyers, mais il existe bien sûr des possibilités plus attrayantes. Il s'agit de montrer aux gens de manière tangible en quoi consiste la prestation», explique Philipp Zutt. Il peut s'agir de blocs modulaires pour illustrer le

propos. Car, selon lui, ce que le client a en main, il ne le rendra pas volontiers. «Les blocs modulaires offrent en outre l'avantage de permettre aux clients de faire un choix tactile, si chaque bloc représente par exemple un module de l'offre de prestations.»

Impliquer la clientèle et réduire les obstacles

Philipp Zutt explique l'importance du toucher de la manière suivante: dès que quelque chose est tridimensionnel et tangible, les clients peuvent le saisir «dans les deux sens du terme.» C'est plus facile de se le représenter dans le cerveau. Et lorsqu'un ensemble de prestations composé de conseils et de produits est en outre conçu de manière modulaire, il offre déjà un certain potentiel d'individualisation en plus de l'expérience tactile. Il est essentiel pour les clients de pouvoir participer aux décisions ou d'être eux-mêmes actifs. «Cela leur donne le sentiment d'être assis dans le cockpit de leur décision», explique Philipp Zutt. On pourrait donner ce sentiment aux clients potentiels avant même qu'ils n'entrent dans le magasin. C'est-à-dire lorsqu'ils visitent le site internet. Que ce soit avec les questionnaires en ligne proposés par Andrea Ullius ou avec la possibilité de réserver soi-même un rendez-vous pour un conseil ou une analyse. On ne dispose pas de chiffres précis sur le nombre de drogueries qui ont déjà recours à de tels outils. Mais si l'on consulte par hasard quelques sites internet de drogueries, il est clair que la plupart d'entre elles ont encore une marge de progression. Vous découvrirez comment il pourrait en être autrement, pourquoi les outils de réservation peuvent être intéressants et ce à quoi il faut faire attention lors du choix de l'outil dans l'article «Du site internet à la prestation payante en quelques clics» à la page 18. ■

Qu'est-ce que le neuromarketing?

Son objectif est d'associer les neurosciences et la psychologie au marketing afin de comprendre les processus de décision d'achat dans le cerveau. L'activité cérébrale est mesurée à l'aide de technologies telles que l'imagerie par résonance magnétique fonctionnelle. Le neuromarketing est né en 2004 avec le Pepsi Challenge. Celui-ci a montré que la consommation de Coca-Cola activait d'autres zones du cerveau et déclenchait des associations plus positives que le Pepsi. Les partisans du neuromarketing y voient la possibilité de mieux adapter les produits et les services aux besoins des consommateurs. Les critiques comme John-Dylan Haynes, chercheur sur le cerveau au Bernstein Center for Computational Neuroscience de Berlin, considèrent que les conclusions sur le comportement d'achat sont discutables. Selon eux, il n'existe pas de «bouton d'achat» direct dans le cerveau. Le débat sur l'efficacité du neuromarketing devrait continuer à marquer l'évolution de ce domaine controversé.

Du site internet à la prestation payante en quelques clics

Plus d'une personne sur deux en Suisse a déjà réservé un rendez-vous en ligne, selon local.ch. Que ce soit au restaurant, chez le coiffeur ou chez le médecin. Pour les drogueries aussi, il peut être intéressant de miser sur des outils de réservation. A condition de respecter quelques points.

📧 Désirée Klarer | 📞 Marie-Noëlle Hofmann

L'intégration des différents outils dépend d'un cahier des charges complet au départ. Sinon, la frustration est inévitable. C'est sans doute une des raisons pour lesquelles certaines drogueries n'utilisent pas encore d'outils de réservation en ligne. Il faut clarifier quelles doivent être les fonctions, combien de collaborateurs vont travailler avec, quelles interfaces il faut prendre en compte. Il vaut la peine au préalable de préciser clairement et en détail les exigences et de comparer entre les prestataires. Et il ne faut absolument pas négliger une chose: la protection des données.

La flexibilité comme facteur clé

La convivialité joue un rôle important dans le choix de l'outil adéquat, et cela tant pour la clientèle que pour les collaboratrices et collaborateurs. Les client·e·s devraient voir d'emblée ce qui peut être réservé quand, quelle est la prestation exactement proposée et ce qu'elle coûte. La flexibilité est également importante pour les deux parties, comme l'affirme **Robert Zeh**, directeur de eTermin Sàrl, basée à Schwytz. «Les outils de réservation en ligne doivent pouvoir s'adapter au flux de travail et aux circonstances, et non l'inverse», explique-t-il. L'objectif est d'automatiser la gestion complète des rendez-vous. «De sorte qu'en cas de modification ou d'annulation de rendez-vous, le système fasse le travail de manière autonome.»

L'outil de réservation de Planyo élaboré à Laverizzo (TI) offre quant à lui une autre fonctionnalité, comme le révèle **Klaudia Derrer** du service technique: «Les client·e·s peuvent réserver un service sans sélectionner un collaborateur spé-

cifique. Le système attribue automatiquement la réservation à une collaboratrice disponible». **Dominik Rapacki**, fondateur de l'entreprise Meetergo à Cologne (D), mise quant à lui sur les pauses, les temps tampons et un questionnaire de jours fériés. «En outre, il est également possible de définir le nombre de rendez-vous pouvant être réservés par jour et les délais nécessaires».

Coûts et plus-value

Les prix des outils de réservation en ligne varient en fonction du fournisseur et des fonctionnalités. «Notre offre commence à 29 francs par mois», explique Klaudia Derrer de Planyo. Cela permet à trois collaborateurs au maximum de travailler avec l'outil. Pour une première estimation, les personnes intéressées peuvent utiliser le calculateur de prix sur Planyo. Si l'on souhaite utiliser Meetergo dans un contexte professionnel, les coûts s'élèvent à près de 24 francs par mois. eTermin, quant à lui, peut être testé gratuitement pendant 30 jours et démarre ensuite à 25 francs par mois.

L'investissement dans un outil de réservation en ligne est rentabilisé par une réduction du travail administratif et une meilleure planification. En outre, de nombreux outils offrent des fonctions supplémentaires pratiques, comme le téléchargement de documents au préalable ou l'intégration de questionnaires. Les client·e·s voient directement ce qui est proposé, peuvent, selon l'outil, payer directement et ne sont plus obligés de respecter les heures d'ouverture pour réserver un rendez-vous. ■

Selon la loi sur les produits thérapeutiques,
l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments
et l'ordonnance sur les dispositifs médicaux,
la publicité destinée aux professionnels est
exclusivement réservée au public spécialisé.



Réussite, modestie et générosité

Fredi Käser s'est fait connaître dans toute la Suisse dans les années 80 et 90, grâce à sa droguerie Käser située à Kirchberg (BE), à ses connaissances en matière de plantes médicinales et de médecine naturelle et à ses voyages à la découverte des plantes. En 2000, il a vendu l'entreprise florissante qu'il gérait avec sa femme Annemarie. Aujourd'hui, le couple âgé a fait un don à l'Association des droguistes.

📷 Claudia Merki | 🗣️ Marie-Noëlle Hofmann | 📷 Miriam Kolmann

De 1970 à 2000, vous avez dirigé avec succès la droguerie Käser à Kirchberg en tant que couple d'entrepreneurs. Quelle était la recette de votre succès?

Fredi Käser: Je cueillais des plantes sauvages et les transformais le matin même en teintures de plantes fraîches, ce qui explique la grande qualité des produits. Au début des années 80, une agence de voyage m'a approché avec l'idée de proposer des voyages consacrés aux herbes. Avec un ami droguiste, nous avons lancé le premier voyage en Corse en 1981. Nous avons eu beaucoup de succès. Jusqu'en 2014, j'ai été responsable de 130 voyages, d'abord en Europe, puis, à partir de 1994, au Costa Rica, à Madagascar, à La Réunion et au Sri Lanka. Les clients avaient beaucoup de questions sur les plantes et les domaines d'application, si bien que je rentrais à chaque fois avec des commandes pour la fabrication de remèdes naturels.

D'où vient votre grand intérêt pour les herbes et les plantes sauvages?

Fredi Käser: J'ai fait mon apprentissage de droguiste à la droguerie Quinche à Soleure chez Robert Quinche. C'était le pape des plantes des droguistes suisses et j'ai eu de la chance de l'avoir comme maître d'apprentissage. Il m'a emmené en excursion et nous avons aménagé un jardin botanique sur le Weissenstein. Alors que j'étais encore apprenti, j'ai pu diriger une randonnée sur l'île Saint-Pierre. J'ai alors compris que j'avais encore beaucoup à apprendre sur le sujet. Cela m'a encouragé.

Au fil du temps, même les médias ont commencé à s'intéresser à vos voyages botaniques.

Fredi Käser: En 2010, j'ai accompagné trois voyages de lecteurs en Provence pour «Schweizer Familie». Pendant toutes ces années, des associations m'ont également demandé de donner des conférences sur les plantes médicinales et de faire des randonnées botaniques. A cela s'ajoutaient des ateliers pour les profanes, au cours desquels je les initiais à la transformation des herbes ou à la fabrication de pommades et de produits cosmétiques.

Dans les années 80 déjà, vous avez géré une ligne téléphonique dédiée à la santé pour le «Blick». Racontez-nous, Monsieur Käser.

Fredi Käser: J'ai d'abord écrit sur les plantes médicinales dans la partie rédactionnelle du journal. Plus tard, ils m'ont demandé de tenir une permanence téléphonique sur la santé à la rédaction de Zurich, afin de répondre aux questions sur les plantes médicinales. Ce que j'ai fait.

Madame Käser, vous n'êtes pas droguiste, mais vous avez travaillé dans la droguerie. Quelles étaient vos tâches?

Annemarie Käser: J'étais responsable de toute l'administration, de la planification à la comptabilité en passant par la facturation et le paiement des salaires. Je voulais faire les choses avec une précision folle, j'y mettais tout mon cœur.

Vous êtes un couple dans la vie privée et vous l'avez été pendant longtemps dans la vie professionnelle. Pour beaucoup, cette constellation serait vouée à l'échec. Pourquoi cela a-t-il fonctionné pour vous?

Fredi Käser: Je ne lui parlais pas et inversement.

Annemarie Käser: C'est juste. Je travaillais dans l'ombre.

N'étiez-vous pas parfois en désaccord?

Annemarie Käser: Oui, c'est arrivé. Je pensais par exemple qu'il ne devrait pas partir aussi souvent, pour ses voyages botaniques, par exemple. Je sentais alors la responsabilité peser sur moi, mais j'espérais aussi qu'il rentrerait bien à la maison.

Outre les spécialités maison, vous étiez également connu pour vos conseils en matière de santé. Les gens faisaient la queue devant votre droguerie, même des client·e·s de Zurich se sont déplacé·e·s.

Fredi Käser: Grâce au bouche-à-oreille et peut-être aussi à la ligne santé du «Blick», je me suis peu à peu fait connaître dans presque toute la Suisse et nous avons envoyé nos spécialités dans tout le pays. Ce succès nous procurait de la joie, même si nous étions parfois fatigués.

Vous vous êtes également beaucoup engagé dans la Fondation Ballenberg et vous avez participé à la création de la droguerie historique. Qu'est-ce qui vous tenait à cœur?

Fredi Käser: Un bâtiment était vide au Ballenberg. L'occasion s'est présentée d'y aménager une droguerie historique. Cela m'a beaucoup attiré et m'a permis de changer de mon quotidien professionnel. Avec un ami droguiste, je me suis mis à la recherche d'appareils historiques tels que des ballons de distillation et autre matériel de laboratoire

ainsi que du mobilier. Dans la petite maison voisine, nous avons installé un atelier de fabrication avec de grandes meules.

Vous avez dû travailler énormément.

Fredi Käser: J'étais au magasin tous les jours de 7 heures à 19 heures, nous nous accordions deux semaines de vacances par an.

Parlez-nous de vos débuts dans la droguerie - comment était-ce à l'époque?

Fredi Käser: Je pense que c'était plus simple à bien des égards, notamment en ce qui concerne les réglementations et la bureaucratie. Nous avions ainsi plus de temps pour la production des spécialités maison et pour conseiller notre clientèle.

Vous employiez aussi chaque année des apprentis. Quel maître étiez-vous pour eux?

Fredi Käser: (rit, réfléchit) J'étais peut-être un peu sévère, par exemple lorsque les résultats n'étaient pas bons ou que l'hygiène n'était pas respectée dans le laboratoire. Mais j'étais juste avec tout le monde, nous avions de bonnes relations entre nous. Nous n'avons pratiquement jamais eu de problèmes, il y avait un bon esprit d'équipe.

Recommanderiez-vous aujourd'hui encore à une ou un jeune de devenir droguiste?

Fredi Käser: Dans tous les cas, le métier est toujours intéressant et varié. Dommage qu'il n'y ait pas davantage de relève!

Annemarie Käser: Les connaissances d'une droguiste en matière de spécialités maison lui sont également utiles lorsqu'elle a une famille.

En 2000, Stephan Vögeli a repris votre droguerie avec une quinzaine de collaborateurs. Elle s'appelle désormais «Käser&Vögeli». Il est certes écrit Käser, mais à

Fredi Käser



De 1956 à 1960, il effectue un apprentissage de droguiste dans l'ancienne droguerie Quinche à Soleure. Un an plus tard, son père, également droguiste, l'engage comme gérant de la droguerie Käser à Kirchberg (BE). De 1963 à 1964, le jeune homme obtient le titre de droguiste diplômé fédéral à l'actuelle ESD de Neuchâtel. Après la mort du père, la droguerie passe aux mains de Fredi et Annemarie Käser en 1970. En 2000, il vend son entreprise à son employé Stephan Vögeli. Avec son diplôme de naturopathe en poche, Fredi Käser a continué à prodiguer des conseils de santé pendant dix ans. Durant la même période, il a été vice-président de la Fondation Ballenberg. En 2019, le couple sans enfant a créé la «Fondation Alfred et Annemarie Käser».

l'intérieur, il n'y a «plus que» Vögeli.

Fredi Käser: J'ai expliqué à Stephan à l'époque qu'il pouvait désormais appeler la droguerie «Vögeli». Mais il voulait garder mon nom, car il était connu. Stephan avait auparavant travaillé quelques années comme employé dans notre droguerie. Aujourd'hui, il continue à l'exploiter dans notre esprit.

Vous et votre femme aviez tous deux 60 ans au moment de la vente. Était-ce la fin de votre vie professionnelle à ce moment-là?

Fredi Käser: Je dispose également d'une formation de naturopathe et, après avoir vendu la droguerie, j'ai proposé des conseils de santé en tant qu'indépendant dans mon cabinet de la droguerie. Parallèlement, j'ai accompagné quelques voyages botaniques à l'étranger.

Annemarie Käser: J'ai continué à travailler chez Stephan pendant trois ans. Parfois, lorsque les affaires le permettaient, j'accompagnais Fredi en voyage, ce que je faisais déjà de temps en temps auparavant.

Monsieur Käser, lorsque vous vous rendez aujourd'hui dans votre ancien magasin pour un achat personnel, vous utilisez l'entrée arrière. Pourquoi?

Fredi Käser: Si je passais par l'entrée principale, les clients de longue date me demanderaient conseil. Mais c'est depuis longtemps du ressort compétent de Stephan Vögeli.

Continuez-vous à suivre la branche de la droguerie?

Fredi Käser: Comme d'autres lisent des romans policiers, j'aime toujours me plonger dans la littérature spécialisée et je lis les magazines *vitamine* et la *Tribune du droguiste*. Cela me permet de rester informé. Pour le reste, je me suis complètement retiré de la branche. Il faut laisser la place aux jeunes.

Avec la «Fondation Alfred et Annemarie Käser», vous soutenez entre autres des jeunes en formation, dont des étudiants de l'ESD de Neuchâtel. Pourquoi cet engagement?

Fredi Käser: Si les jeunes ont des difficultés à subvenir à leurs besoins pendant leurs études à l'ESD, nous les soutenons financièrement sur la base d'une demande.

Annemarie Käser: Tous les parents ne sont pas en mesure d'aider financièrement leurs enfants. Nous versons donc à ces étudiants un montant unique qu'ils n'ont pas à rembourser.

Il n'y a pas si longtemps, l'ASD a eu le plaisir de recevoir un don de votre part, qui doit être utilisé spécialement pour de bons projets dans le domaine de la promotion de la relève. Une fois de plus, ce sont les jeunes professionnels de la branche qui en profitent. Pourquoi vous engagez-vous en leur faveur?

Fredi Käser: Notre branche a besoin de la relève pour continuer à exister. Le métier m'a beaucoup apporté, je veux maintenant donner quelque chose en retour.

Vous avez tous les deux 84 ans. Comment faites-vous pour rester en forme et en bonne santé?

Fredi Käser: En hiver, nous soutenons les défenses immunitaires par la phytothérapie, et nous prenons également des sels minéraux comme le zinc et de la vitamine D. Nous faisons aussi particulièrement attention à notre alimentation, nous mangeons tous les jours des fruits et des légumes de saison ainsi que de la salade. Chaque matin, je fais une demi-heure d'exercices pour le dos et je vais à la gymnastique pour les hommes. Je fais deux heures de walking une fois par semaine.

Annemarie Käser: Je fais également un entraînement pour le dos tous les matins à la maison, bientôt à nouveau en groupe. ■



Vous trouverez dans ces pages du numéro de mars de *vitamine*

un entretien avec Herbert Schwabl, ancien directeur de Padma SA.



Annemarie Käser

Après un apprentissage de vendeuse de 1956 à 1958, elle poursuit sa formation commerciale dans une école de commerce puis travaille comme secrétaire à la direction générale des PTT à Berne pendant quatre ans et demi. De 1970 à 2000, elle a dirigé la droguerie Käser avec son mari Fredi et, après la vente, a travaillé pendant trois ans supplémentaires comme employée de son successeur, Stephan Vögeli, dans l'administration.

Selon la loi sur les produits thérapeutiques,
l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments
et l'ordonnance sur les dispositifs médicaux,
la publicité destinée aux professionnels est
exclusivement réservée au public spécialisé.

Selon la loi sur les produits thérapeutiques,
l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments
et l'ordonnance sur les dispositifs médicaux,
la publicité destinée aux professionnels est
exclusivement réservée au public spécialisé.



Un instant d'inattention et on se retrouve sur la glace froide et dure: chaque année, quelque 3800 personnes se blessent en patinant en Suisse.

Quand la princesse des glaces chute

... et que le skieur tombe, il faut une aide rapide. En plus des mesures préventives, les drogueries peuvent apporter soutien et conseil pour les petits accidents. Car l'hiver offre de nombreuses possibilités de se défouler, mais en même temps, les risques de blessures ne manquent pas.

📝 Céline Jenni | 📞 Marie-Noëlle Hofmann | ✉ Muriel Ackermann

Pendant les mois d'hiver, les paysages enneigés et les surfaces glacées scintillantes attirent de nombreuses personnes à l'extérieur pour pratiquer tous les sports d'hiver possibles et imaginables. Malheureusement, au pays des merveilles hivernales, les choses peuvent aussi mal tourner... En page 28, vous pourrez découvrir toutes sortes de petits accidents et de blessures et voir quels sont les dangers que l'on peut prévenir: se protéger avec le bon équipement comme le casque et la protection dorsale pour le ski et le snowboard, enfiler des vêtements selon le principe de l'oignon pour ne pas avoir

froid et penser à la crème solaire en cas de soleil.

Risque de blessures

Selon la SUVA, plus d'un quart de la population suisse est sur les pistes et pratique des sports d'hiver. Environ 34 000 personnes se blessent chaque année en faisant du ski ou du snowboard, en particulier aux membres inférieurs et supérieurs, d'après la statistique des accidents. Par ailleurs, si l'on considère le nombre de blessés par million d'heures de pratique de différents sports

d'été et d'hiver, le hockey sur glace se hisse en haut du podium avec environ 3000 blessés, tandis que la luge/le bobsleigh occupe la troisième place du podium avec environ 2300 blessés. Le snowboard (744 blessés par million d'heures de pratique), le ski de fond (418), le ski (alpin) (391), le ski de randonnée (194) et les raquettes à neige (145) présentent un risque d'accident comparativement plus faible.¹

Aide immédiate

Les entorses et les contusions sont des blessures fréquentes dans de nombreux sports. Dans ce cas, il faut absolument se souvenir du protocole de premiers secours «GREC»:²⁻³



Glace: rafraîchir immédiatement la partie du corps touchée afin de réduire les gonflements et de soulager la douleur. Le refroidissement provoque la contraction des vaisseaux sanguins. La glace ne doit cependant jamais être appliquée directement sur la peau, mais protégée avec une couche de tissu.



Repos: immobiliser immédiatement la partie du corps blessée et ne pas la déplacer.



Elevation: surélever la partie du corps blessée pendant plusieurs heures, pour autant que cela n'aggrave pas la douleur. Cette mesure doit également permettre de réduire le gonflement.



Compression: un bandage compressif aide à comprimer les tissus afin de réduire ou d'empêcher l'apparition de gonflements et d'hématomes. Le bandage compressif ne doit cependant pas être trop serré, sinon les vaisseaux sanguins seront comprimés. Pour savoir comment appliquer correctement un bandage compressif, consultez le numéro 6/2024 de *vitamine*.

Le protocole GREC peut être appliqué en cas de blessures sportives telles qu'élongations musculaires, hématomes, étirement ou déchirure des ligaments, contusions, luxations ou entorses. Si la douleur persiste et/ou s'accompagne de troubles neurologiques (par exemple fourmillements, engourdissements), il convient de consulter un professionnel de la santé. Les blessures telles que les fractures ou les plaies ouvertes nécessitent d'autres mesures de premiers secours que le protocole GREC: il faut immobiliser la partie du corps blessée et demander immédiatement une aide médicale.

Des remèdes homéopathiques peuvent être utilisés en soutien en cas de blessures contuses. Arnica D₆ ou D₁₂ peut avoir un effet de soutien en cas de gonflement et d'hématome, Apis mellifica D₆ en cas de gonflement prononcé sans hématome, Bryonia D₆ en cas de contusions douloureuses et Rhus toxicodendron D₁₂ en cas de douleurs après une élongation ou un étirement.⁵



**Sécheresse de la bouche
ou manque de salive?**



WILD

EMOFRESH

Gel pour l'hydratation de la bouche

**Hydrate la bouche sèche
et protège contre les
caries**

EMOFRESH®, qui ne contient pas de sucre et ménage les dents, est recommandé en cas de manque de salive et pour la prophylaxie contre les caries en cas de sécheresse buccale.

Développé et fabriqué en Suisse et donc disponible à tout moment.

 @wildpharma

 wildpharma

11 Une couverture de survie sert à protéger du froid ou à éviter l'hypothermie chez les personnes blessées. La face argentée, qui réfléchit le rayonnement thermique, est utilisée à l'intérieur et la face dorée, qui absorbe la chaleur, est donc placée à l'extérieur. La surface dorée donne aussi une bonne visibilité dans la neige et aide les sauveteurs à trouver rapidement la personne blessée.

10 Le comportement/la vitesse des skieurs et snowboarders devrait être adapté à leurs capacités et aux conditions – cela permet de réagir et d'éviter les collisions à temps. Selon la SUVA, une collision sur les pistes à 50 km/h correspond à peu près au choc après une chute d'environ 10 mètres de haut.

9 Si vous avez la malchance de vous blesser aux sports d'hiver, le protocole GREC peut vous aider: glacer, repos, élévation et compression.

8 La chaleur et la détente aident à combattre les courbatures: bains chauds, saunas, pommades sportives et beaucoup de sommeil.

1 Un bon casque permet d'éviter environ un tiers des blessures à la tête, que ce soit à ski, en snowboard ou en luge.



7 Le principe de l'oignon pour les vêtements devrait permettre d'éviter d'avoir froid ou de transpirer excessivement. Dès que l'humidité entre en contact avec la peau, le corps se refroidit. Les signes avant-coureurs d'une hypothermie sont des lèvres bleues et des tremblements du corps.

- 2 Toujours porter des gants en patinant – ils protègent les doigts et évitent souvent de graves coupures dues à la glace elle-même, mais aussi aux lames des patins à glace.



- 3 Le système de thermorégulation des bébés et des jeunes enfants est encore physiologiquement immature, ce qui fait que le corps de l'enfant peut perdre très rapidement de la chaleur.

- 4 L'alcool consommé après le ski fait vite oublier les températures glaciales grâce à une sensation de chaleur bienfaisante. En effet, l'alcool modifie la sensation de froid, mais il dilate aussi les vaisseaux sanguins, ce qui accélère le refroidissement du corps. En Suisse, en Allemagne et en Autriche, il n'y a pas de limite d'alcoolémie pour les skieurs et snowboarders, mais un accident en état d'ivresse peut avoir des conséquences sur la couverture fournie par l'assurance. En Italie, la législation sur les pistes est plus stricte: les personnes qui skient avec un taux d'alcoolémie supérieur à 0,5 pour mille risquent des amendes.

- 5 Attention à la chaleur: on se brûle très vite les doigts en touchant le caquelon à fondue ou le four à raclette ou avec des boissons chaudes.

- 6 La neige et la glace réfléchissent plus de 80 % des rayons solaires UV et mettent la peau à rude épreuve, même si le soleil semble moins dangereux lorsqu'il fait un froid glacial. Une bonne crème solaire est donc indispensable pour ne pas souffrir de coups de soleil, même en hiver.

➔ Vous trouverez la bibliographie complète ici

Selon la loi sur les produits thérapeutiques,
l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments
et l'ordonnance sur les dispositifs médicaux,
la publicité destinée aux professionnels est
exclusivement réservée au public spécialisé.



L'hiver est la saison des virus

L'hiver est la pleine saison des virus respiratoires et gâchent le quotidien des personnes concernées avec des symptômes gênants comme la fièvre, le rhume, la toux ou les maux de gorge. Pourquoi l'air froid affecte-t-il nos défenses immunitaires et peut-on faire la distinction entre grippe, rhume, coronavirus et VRS sur la base des seuls symptômes?

📷 Céline Jenni | 📝 Marie-Noëlle Hofmann

Partout, on entend pendant les mois d'hiver des gens renifler, tousser et respirer fort. Selon l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), la vague de grippe saisonnière a commencé début décembre. Début janvier 2025, l'influenza, les rhinovirus, le SRAS-CoV-2, les adénovirus et le VRS étaient en circulation, selon le système de déclaration Sentinella (système d'enquête volontaire pour la surveillance des maladies infectieuses courantes).^{1,2} Tous ces virus respiratoires provoquent des symptômes similaires tels que fièvre, toux, maux de gorge et rhume. Si l'on compare les symptômes chez les adultes, certaines caractéristiques sont plus typiques d'une maladie respiratoire que d'autres (voir le tableau «Grippe, refroidissements, coronavirus et VRS: vue d'ensemble» à la page 32). La

grippe démarre généralement rapidement, tandis que les refroidissements évoluent de manière plus insidieuse. Toutefois, seul un test permet de déterminer définitivement le virus que l'on a attrapé.³⁻⁵

Les virus des refroidissements: variés et mutants

Plusieurs centaines de types de virus peuvent être en cause en cas de refroidissement: dans environ 40% des cas, les rhinovirus sont responsables des symptômes de refroidissement. Les autres virus possibles sont le para-influenza, le coronavirus, le virus syncytial respiratoire et l'adénovirus. Les virus des refroidissements sont extrêmement efficaces du point

de vue de leur potentiel infectieux et de leur propagation. Comme ils sont également si variés et mutants, il est impossible à ce jour de développer un vaccin complet contre les refroidissements.⁵

Dès que ces virus pénètrent dans le nez ou la gorge, ils se lient à la protéine de surface ICAM-1 (intercellular adhesion molecule ou molécule d'adhésion intercellulaire) sur les cellules épithéliales et pénètrent dans la cellule.^{5,6} Ils s'y multiplient en grand nombre et, si la cellule meurt, ils s'attaquent à la suivante. Le système immunitaire réagit à ce travail de destruction en produisant des cellules de défense telles que les lymphocytes et les macrophages. La personne malade ressent les inflammations qui se produisent localement avec les symptômes typiques d'un refroidissement. Au bout d'une semaine environ, le système immunitaire a généralement réussi à combattre les virus et les symptômes s'atténuent à nouveau.⁵ En présence des red flags suivants, une personne malade devrait être

envoyée chez un professionnel de la santé: fièvre (>39,5°C ou >39°C pendant plus de 3 jours), dyspnée récente, toux qui dure plus de deux semaines, difficultés à avaler ou en cas de maladie pulmonaire préexistante.⁷

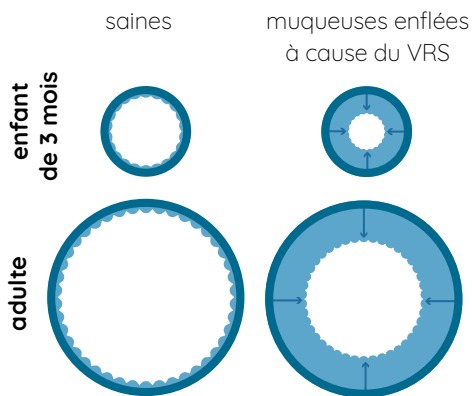
Risque pour les nourrissons

Le virus respiratoire syncytial (VRS) est à l'origine de refroidissements, de syndromes grippaux et de bronchiolites pendant le semestre d'hiver. Il existe deux souches de VRS, A et B, qui circulent généralement en même temps. Les enfants plus âgés, les adolescents et les adultes ne sont généralement touchés que par des symptômes relativement légers, même si le VRS peut parfois entraîner une toux sèche prolongée. Pour les nourrissons et les enfants de moins de deux ans, l'inflammation des voies respiratoires inférieures - bronchite et bronchiolite - est une complication fréquente.^{8,9} Cela s'explique d'une

Grippe, refroidissements, coronavirus et VRS: vue d'ensemble^{3,4,8,9}

		Grippe/Influenza	Refroidissements	Coronavirus	VRS
Agents pathogènes		Virus Influenza A et B	Plusieurs centaines de virus différents, des rhinovirus dans environ 40 % des cas	SARS-CoV-2	Virus respiratoire syncytial
Temps d'incubation en jours		1-2	3-4	4-6	2-8
Durée de la maladie en jours		5-7	7-9	5+	3-12
Période contagieuse en jours		Jusqu'à 7	Jusqu'à 7	7+	1-8
Mode de transmission		Infection par gouttelettes ou par contact	Infection par gouttelettes ou par contact	Infection par gouttelettes ou par contact	Infection par gouttelettes ou par contact
Symptômes	Fièvre	+++	+	+++	++
	Toux sèche	+++	++	+++	+++
	Toux productive	+	++	+	+
	Faiblesse générale/fatigue	+++	++	+++	++
	Essoufflement	+	+	++	
	Nez bouché/qui coule	++	+++	+	++
	Maux de gorge	++	+++	++	+
	Maux de tête	+++	++	++	+
	Douleurs dans les membres	+++	+	++	+
	Perte de l'odorat et du goût	+	+	+++	-
	Troubles gastro-intestinaux	+	+	++	-
	Eruption cutanée	-	-	+	-

Bronchioles



part par le fait que les nouveau-nés ont un système immunitaire encore immature, et d'autre part par le fait que les voies respiratoires ont un diamètre très petit, ce qui peut entraîner une détresse respiratoire en cas de forte congestion des muqueuses.¹⁰ Les infections par le VRS sont la cause la plus fréquente d'hospitalisation chez les nouveau-nés et les nourrissons pendant le semestre d'hiver. Les personnes âgées et celles souffrant d'une immunodéficience peuvent également développer une maladie grave et une pneumonie en cas d'infection par le VRS. Cela conduit souvent à une hospitalisation. Entre 2016 et 2021, il y a eu chaque année entre 3000 et 6000 hospitalisations dues au VRS.^{8,9}

Outre les mesures d'hygiène habituelles, les nourrissons et les enfants en bas âge doivent, dans la mesure du possible, être isolées des personnes malades qui toussent et ont de la fièvre, afin d'éviter qu'ils ne soient contaminés. Comme une infection par le VRS ne laisse pas d'immunité durable, le virus peut réinfecter des personnes de tout âge. Le traitement est

symptomatique et il consiste surtout en un apport suffisant de liquide pour mobiliser les sécrétions et en des rinçages du nez ou des gouttes nasales. Afin de prévenir les évolutions graves, l'anticorps monoclonal Nirsevimab peut être administré aux nourrissons depuis l'automne 2024 – les coûts sont remboursés par l'assurance obligatoire des soins. Pour les personnes de plus de 60 ans, deux nouveaux vaccins sont en outre disponibles depuis l'été 2024.⁸

Importance des mesures d'hygiène

Différents facteurs environnementaux (comme la température, l'humidité, le statut en vitamine D, etc.) ont un effet fondamental sur la sensibilité aux maladies d'une personne en modulant les mécanismes de défense des voies respiratoires et en influençant la viabilité et la transmission des virus respiratoires (voir le texte «Rôle de la chaleur et de l'humidité dans les refroidissements»). Mais les comportements des personnes infectées et vulnérables ont également un impact sur la propagation des virus.¹¹ Celle-ci peut être réduite grâce à des règles simples: garder ses distances, respecter les règles d'hygiène, porter un masque et aérer.⁴ On peut renforcer son système immunitaire en dormant suffisamment, en faisant régulièrement de l'activité physique et en mangeant sainement. En outre, des préparations d'automédication comme des produits phytothérapeutiques, homéopathiques, des sels minéraux et des vitamines permettent de soutenir le système immunitaire de manière optimale.¹² ■

➔ Vous trouverez la bibliographie complète ici

Rôle de la chaleur et de l'humidité dans les refroidissements

Les refroidissements sont provoqués par des virus et non par le froid. Bien que les virus des refroidissements circulent toute l'année, c'est surtout pendant la saison froide qu'ils provoquent des symptômes. En effet, l'air froid entrave la réponse immunitaire. Lorsque les températures sont basses, la muqueuse nasale sécrète moins de vésicules extracellulaires, qui participent à la défense contre les virus.^{11,13} L'humidité de l'air joue également un rôle décisif. Pendant les mois d'hiver, l'air est plus sec à l'extérieur comme à l'intérieur. Le mécanisme d'autonettoyage des cellules épithéliales (clairance muco-ciliaire) s'en trouve limité, car les muqueuses se déshydratent et les cils mobiles sur la cellule voient leur liberté de mouvement réduite, ce qui entrave l'évacuation des virus et autres substances nocives. Les virus peuvent donc pénétrer plus facilement dans les cellules.^{11,14} Pour se protéger des virus et autres en cas d'air ambiant sec, il existe divers sprays buccaux et nasaux qui renforcent le film protecteur.¹⁴ Une nouvelle étude montre en outre que les sprays nasaux humidifiants (spray à base de gel ou spray nasal au sérum physiologique) peuvent effectivement raccourcir la durée de la maladie. Les chercheurs supposent que le rinçage du nasopharynx permet de réduire la charge virale.^{15,16}

Les zèbres parmi les maladies

«Entendre des bruits de sabots vous évoque des chevaux, pas des zèbres!» Penser d'abord à ce qui est proche et non à ce qui est exceptionnel en matière de maladie est logique. Mais parfois, il s'agit quand même du zèbre.

Chaque maladie orpheline est certes rare, mais la somme de toutes les personnes concernées est grande. Les droguistes et les pharmaciens peuvent apporter leur soutien de différentes manières.

✉ Cornelia Gabriel | 🩺 Marie-Noëlle Hofmann

La Journée internationale des maladies rares a lieu le 29 février, le jour le plus rare de tous, et un jour avant, c'est-à-dire le 28 février, les années non bissextiles. Elle vise à mettre les projecteurs sur les personnes concernées et à faire prendre conscience des diagnostics rares. En anglais, on parle d'«Orphan Diseases», maladies rares, en français. Le zèbre est ainsi devenu le symbole international des maladies rares. Le Dr Theodore E. Woodward a inventé le terme «zèbre» dans les années 1940 aux États-Unis, car les maladies fréquentes (les «chevaux») sont plus probables que les maladies rares (les «zèbres»).

environ une personne sur 17 – est concernée. Au total, quelque 30 millions d'Européens et 27 millions d'Américains du Nord souffrent d'une maladie rare. Selon une comparaison avec d'autres pays européens et des extrapolations, on estime que 580 000 personnes vivent avec une maladie rare en Suisse. Un relevé statistique à ce sujet n'en est encore qu'à ses débuts: le Registre suisse des maladies rares (RSMR), dans lequel les patients peuvent s'inscrire eux-mêmes ou par l'intermédiaire de leur médecin, n'a été ouvert qu'il y a quelques années.

Absence de traitement causal

Rare à quel point?

Selon la définition, on parle de maladie rare lorsque moins d'une personne sur 2000 est touchée à un moment donné (prévalence). On estime qu'il existe jusqu'à 8000 maladies rares différentes et que de nouvelles sont découvertes chaque année. Chacune de ces maladies est certes rare, mais, dans l'ensemble, les personnes concernées sont nombreuses. On estime que 6 à 8 % de la population mondiale – soit

La plupart des maladies rares sont graves, chroniques, évolutives et très invalidantes. Citons par exemple les maladies neuromusculaires, l'hémophilie, les tumeurs rares et bien d'autres encore.

Plus de 80 % de ces maladies sont d'origine génétique, plus de la moitié apparaissent dès l'enfance et tous les organes et fonctions peuvent être touchés. Il s'écoule en moyenne cinq ans avant qu'un diagnostic soit posé. Souvent, les personnes concernées sont reléguées dans le «coin psy»



Le zèbre est la mascotte officielle des patientes et patients souffrant de maladies rares.



stock.adobe.com/Rieth

parce qu'aucun diagnostic ne peut être posé, ce qui accroît encore leur désespoir. Pratiquement aucune des maladies rares ne bénéficie d'un traitement causal et, en général, le traitement peut être orienté uniquement vers les symptômes. Il manque

Les thérapies géniques constituent une lueur d'espoir, mais elles ne sont disponibles que pour quelques maladies, par exemple l'amyotrophie spinale. Elles sont immensément chères et les personnes concernées doivent souvent se battre pour obtenir une prise en charge des coûts.

Librement inspiré du Prof. Dr Jürgen Schäfer,
dans le podcast en allemand «Diagnostic rare».

«Lorsqu'une maladie est rare, de nombreux professionnels doivent y penser afin de pouvoir aider les personnes concernées.»

des incitations à la recherche et la volonté de développer des médicaments, appelés «médicaments orphelins», pour un petit nombre de patients seulement. De plus, il est souvent difficile de recruter suffisamment de personnes malades pour des études cliniques.

Les identifier en droguerie et pharmacie

En discutant avec leur clientèle, les droguistes et les pharmaciens apprennent souvent des détails sur leur vie et leurs maladies. De temps en temps, ils parlent de troubles et de symptômes qu'aucun professionnel de la santé ne sait interpréter correctement. Cela peut conduire à la frustration et à la résignation. Les patients qui ont reçu un diagnostic rare se sentent souvent abandonnés parce qu'il n'existe aucune possibilité de traitement.

Comment les professionnels de la santé peuvent-ils identifier ces personnes dans leur travail quotidien, les aborder, les conseiller, les soutenir et les encourager à entreprendre le long chemin vers un diagnostic? Car sans diagnostic, il n'y a pas d'accès à une thérapie adéquate, à la prise en charge des prestations par la caisse-maladie ou l'AI ou à la participation à des études! Si une cliente ou un client se rend régulièrement dans une droguerie/pharmacie et signale que la raison de ses troubles n'a pas pu être trouvée malgré de longues recherches auprès de différents spécialistes, il vaut la peine de lui indiquer les centres spécialisés dans les maladies rares, répartis dans toute la Suisse. Il existe neuf centres certifiés par la kosek (coordination nationale des maladies rares) pour les patients atteints de maladies rares ou les personnes n'ayant pas encore reçu de diagnostic. Dans ces centres, un personnel médical engagé, doté d'un flair de détective et travaillant de manière interdisciplinaire, est souvent en mesure de poser un diagnostic.

L'intelligence artificielle (IA) a également fait son entrée dans la médecine depuis longtemps: Des applications spéciales aident à la recherche d'une maladie, en saisissant les symptômes le plus précisément

possible. Un exemple est «FindZebra», une application de recherche également utilisée par les médecins pour limiter un diagnostic.

Diagnostic de maladie rare – et maintenant?

Lorsque les personnes concernées ont enfin reçu un diagnostic pour leurs troubles mystérieux, elles sont généralement soulagées, mais ont en même temps beaucoup de questions et doivent absolument être suivies. Les professionnels ne peuvent que conseiller aux personnes concernées de devenir des spécialistes de leur propre maladie et d'en apprendre le plus possible par elles-mêmes. Cela facilite la communication avec les professionnels de la santé et contribue à l'autonomisation des patients, c'est-à-dire à leur implication active par le biais d'informations, de participation et de codécision. Cela implique également de se faire remettre une copie de tous les rapports médicaux et de tenir son propre dossier, peut-être même un dossier électronique du patient.

L'échange avec d'autres malades est également utile. Encouragez les personnes concernées à prendre contact avec des groupes de patients ou d'entraide, malgré d'éventuelles réticences. En effet, qui comprend mieux les malades que les autres personnes concernées? Dans un



Sites internet utiles

www.awmf.org	Directives médicales
www.eurordis.org/fr	Rare Disease Europe – une alliance européenne de différentes organisations de patients
www.infoentraidesuisse.ch	Recherche de groupes d'entraide
www.kmsk.ch/fr	Association de soutien pour les enfants atteints de maladies rares
www.kosekschweiz.ch/fr	Plateforme de coordination visant à améliorer la prise en charge des personnes atteintes de maladies rares avec des lignes d'assistance téléphonique et des flyers d'information
www.omim.org	Online Catalog of Human Genes and Genetic Disorders (anglais): base de données en ligne sur les bases génétiques des maladies rares
www.orpha.net	Base de données complètes sur les maladies rares et les médicaments orphelins
www.proraris.ch	Organisation faîtière des associations de patients atteints de maladie rare en Suisse
www.pubmed.ncbi.nlm.nih.gov	National Library of Medicine (anglais): base de données d'études médicales et de résultats de recherche
www.raredisease.ch/fr	Registre suisse des maladies rares

tel groupe, on obtient des astuces et des conseils qu'aucun professionnel de la santé ne peut offrir.

Les groupes privés sur Facebook, qui regroupent généralement des patients du monde entier, conviennent parfaitement aux adeptes des réseaux sociaux. Il faut répondre à quelques questions pour en faire partie et les contenus des groupes ne sont visibles que pour les membres.

Attirez en outre l'attention de votre client ou de votre patiente sur les registres nationaux et internationaux de patients. Des données anonymisées aussi complètes que possible sur la maladie rare d'un patient

ou d'une patiente y sont enregistrées. Ils constituent la base de la recherche statistique et épidémiologique et offrent aux chercheurs la possibilité d'étudier l'évolution d'une maladie rare. De plus, les personnes concernées peuvent être sollicitées pour participer à une étude. L'adhésion à des associations qui défendent la cause des personnes atteintes de maladies rares est une autre possibilité qui peut être recommandée aux personnes concernées. ■

→ Vous trouverez la bibliographie complète ici

Auteure

Cornelia Gabriel est pharmacienne et souffre elle-même de deux maladies rares.

Sources d'informations pour les professionnels de la santé

Pour pouvoir conseiller les personnes concernées de manière adéquate, il faut que les professionnels de la santé s'y intéressent et s'engagent. Les informations sur certaines maladies se trouvent par exemple dans les directives médicales, les banques de données comme PubMed et Orphanet. Pour ceux qui s'intéressent aux origines génétiques, il est recommandé de consulter OMIM, Online Mendelian Inheritance in Man, où l'on trouve toutes les causes génétiques connues des maladies.





A la recherche de jeunes talents pour les SwissSkills!



Le premier championnat professionnel pour les droguistes CFC aura lieu du **17 au 21 septembre 2025** à Berne. Pour cela, nous recherchons de **jeunes droguistes motivé·e·s**, prêt·e·s à montrer la diversité de leur métier et leurs compétences lors d'un grand événement.

Si tu as terminé ta **formation entre 2022 et 2025**, c'est l'opportunité rêvée de participer au tout premier **championnat professionnel pour les droguistes CFC**.



Intéressé·e? Toutes les informations concernant la participation se trouvent sur **swisskills.droguerie.ch** (Code QR).





Suppléments de corps cétoniques dans le sport

Les suppléments comme les corps cétoniques sont très populaires chez les sportifs. L'espoir est que les suppléments de corps cétoniques améliorent les performances et permettent de tirer le maximum de son corps. Mais les études ne sont guère convaincantes.

✍ Jasmin Weiss | 🧑 Marie-Noëlle Hofmann

Les suppléments de corps cétoniques dans le sport ont pour objectif d'améliorer les performances, surtout dans les sports d'endurance. Les corps cétoniques ingérés doivent être utilisés par l'organisme comme source d'énergie alternative.^{2,3} Mais le corps produit également des corps cétoniques lui-même, lorsque les glucides ne sont pas disponibles en quantité suffisante pour fournir de l'énergie. L'alimentation cétogène repose précisément sur ce principe, car les besoins en glucides de l'organisme sont fortement réduits. Lors de la modification du métabolisme qui s'ensuit, des corps

cétoniques sont formés, ce qui donne son nom à cette forme d'alimentation.¹

Des corps cétoniques contre les famines

Notre corps a constamment besoin d'énergie. Cette énergie est normalement fournie par les glucides et les acides gras. Parmi les glucides, le glucose, un sucre simple, est particulièrement important, car certains organes, comme le cerveau, l'utilisent comme source d'énergie primaire.² Si l'ali-

mentation ne fournit pas suffisamment de glucides, les réserves de glucides du foie et des muscles sont sollicitées. Le glucose y est stocké sous forme de glycogène.³ Dans une deuxième étape, l'organisme procède à la gluconéogenèse, c'est-à-dire à la formation de glucose, par exemple à partir d'acides aminés.¹

En cas de privation prolongée de glucides, comme pendant un jeûne ou une période prolongée de restriction de l'apport en glucides, il n'y a pas suffisamment de glucose et les réserves de glycogène sont insuffisantes pour fournir de l'énergie au corps.³ Le corps tire alors l'énergie principalement des acides gras qui sont décomposés dans le tissu adipeux.³ Tous les organes ne peuvent pas les utiliser comme source d'énergie, c'est pourquoi des corps cétoniques sont formés à partir d'une partie de ces acides gras.³ Le cerveau a en fait obligatoirement besoin de glucose, mais il peut aussi utiliser des corps cétoniques pour s'approvisionner en énergie.³ Les corps cétoniques sont un mécanisme de survie important du corps, qui lui permet de résister à la faim et aux périodes de jeûne involontaires.

Utilisés comme source d'énergie

Mais comment les corps cétoniques sont-ils formés exactement? L'acétyl-coenzyme A (souvent abrégé en acétyl-CoA) provenant des acides gras est transformé en corps cétoniques dans le foie. Il en résulte les

corps cétoniques acétone, acétoacétate et acide bêtahydroxybutyrique.³ L'acétone est éliminée par l'urine et par la respiration.³ Elle provoque une mauvaise haleine légèrement sucrée à alcoolisée. L'acétoacétate et l'acide bêta-hydroxybutyrique sont transportés vers les organes par la circulation sanguine.³ Une fois arrivés, ils pénètrent dans les mitochondries, où ils sont à nouveau transformés en acétyl-CoA. Ils peuvent ensuite être utilisés comme source d'énergie dans le cycle de l'acide tricarboxylique, un cycle de production d'énergie.³

Effets peu clairs sur les performances sportives

Les suppléments de corps cétoniques sont utilisés dans le sport pour que le corps les utilise comme source d'énergie alternative.^{2,3} L'idée est d'économiser le glycogène du corps et de ne pas vider complètement les réserves de glycogène, voire de les reconstituer plus rapidement, dans le but d'améliorer les performances.

Les études sur les corps cétoniques ne permettent de tirer que des conclusions limitées, car elles ont porté sur des groupes de personnes différents, peu d'études ont été menées sur des athlètes et les doses et les composés des corps cétoniques administrés sont différents.²

Les études actuelles n'apportent pas de réponse définitive aux critères d'évaluation examinés. On ne sait pas exactement dans quelle mesure il y a une économie de

➔ Vous trouverez un graphique expliquant comment les corps cétoniques sont formés dans le corps derrière le lien ici.

Les catégories de suppléments

Les suppléments dans le sport sont classés en quatre catégories différentes. En principe, tous les suppléments ne devraient être pris qu'avec l'accord d'un spécialiste et en fonction de la situation individuelle et être utilisés en complément à l'alimentation de base.

- Les suppléments de catégorie A peuvent être utilisés dans des situations spécifiques et présentent de bonnes preuves à cet égard.² Il s'agit par exemple de la créatine, des préparations protéinées, du magnésium ou de la vitamine D, la prise de suppléments de vitamines et de minéraux n'étant prévue que pour remédier à une carence.
- Les suppléments de la catégorie B n'ont pas encore été étudiés de manière définitive. S'ils sont utilisés, des programmes individuels spécifiques sont nécessaires.² La carnitine, le collagène ou le jus de betterave sont des exemples de suppléments de cette catégorie.
- Les suppléments de catégorie C ont peu ou pas d'avantages et ne sont pas recommandés. Soit il n'y a pas encore de recherche, soit les preuves ne sont pas suffisantes pour justifier leur utilisation.^{2,3} Les corps cétoniques ont été classés dans la catégorie de suppléments C.
- La catégorie D regroupe les suppléments qui sont interdits ou qui présentent un risque élevé de contamination par des substances interdites.² Il s'agit de toutes les substances figurant sur la liste des substances dopantes.

Auteure

Jasmin Weiss est titulaire d'un BSc en nutrition et diététique de la HES bernoise Santé

→ Vous trouverez la bibliographie complète ici

glycogène et une réduction de l'oxydation des glucides pendant l'effort, une amélioration de la consommation de triglycérides par les muscles et une meilleure reconstitution des réserves de glycogène pendant la récupération lorsque des suppléments de corps cétoniques sont pris.^{2,3} Certaines études ont montré une amélioration des performances dans les sports d'endurance, tandis que d'autres n'ont montré aucune différence, voire une détérioration des performances.³ En résumé, aucune différence significative n'a pu être démontrée entre la prise d'un placebo et celle de suppléments de corps cétoniques en ce qui concerne la performance.² Des effets plutôt négatifs ont même été observés: on a pu constater une réduction des performances lors d'efforts intenses et les marqueurs d'inflammation ont augmenté. De plus, des effets

secondaires tels que des ballonnements et des nausées sont apparus.²

En raison de l'effet incertain sur les performances sportives, du dosage idéal inconnu, des effets secondaires possibles ainsi que de l'incertitude liée aux surdosages et des conséquences à long terme, les suppléments de corps cétoniques ne sont pas recommandés par la Swiss Sports Nutrition Society, entre autres. Cette société rassemble les connaissances validées en matière de nutrition sportive et classe les suppléments en différentes catégories (voir texte supplémentaire «Les catégories de suppléments»)^{2,3,4} Les suppléments de corps cétoniques se retrouvent dans la catégorie C, ce qui signifie que ces suppléments n'ont pas ou peu d'utilité dans le sport et que leur utilisation n'est donc pas recommandée.^{3,4} ■

UNIQUEMENT EN ALLEMAND

Kursausschreibung

Kurs für den Wiedereinstieg

Die optimale Basis für Ihren erfolgreichen Neustart ins Berufsleben

Kursinhalt und Zielpublikum

Innerhalb des Kurses wird Ihr vorhandenes Wissen aufgefrischt und auf den neusten Stand gebracht. Der Kurs richtet sich an Drogistinnen und Drogisten sowie Fachfrauen und Fachmänner Apotheke, welche wieder in ihren Beruf einsteigen und/oder ihr Wissen auffrischen und vertiefen wollen.

Austragungsort

Frei's Schulen Luzern. Verkaufcoaching am Sonntag in der Hertenstein-Drogerie in Luzern.

Kurskosten

Die Kurskosten betragen insgesamt CHF 990.

- CHF 290 Anzahlung für Anmeldung, E-Learning und Selbststudium (keine Rückerstattung möglich)
- CHF 700 für Präsenztage

Punkte

14 -Weiterbildungspunkte

Referenten

Raphael Bauz, Ramon Zürcher

Anmeldeschluss

Montag, 24. Februar 2025

Anmeldung

Anmeldung auf www.drogerie.ch oder über den nebenstehenden QR-Code.

Keine Anmeldung via Frei's Schulen möglich.



Ansprechperson

Domenika Bitterli, Tel. 032 328 50 46, d.bitterli@drogistenverband.ch

Kursdaten

Theorie (Unterricht 10.00 – 17.00 Uhr):

Freitag, 21. März 2025, Freitag, 28. März 2025, Freitag, 04. April 2025, Samstag, 12. April 2025

Praxis (10.00 – 14.00 Uhr): Sonntag, 13. April 2025

Des recherches sur des candidat·e·s?

Les deux derniers articles traitaient des publications de données autorisées dans le cadre d'une relation de travail et des cas de violation de la protection des données. Il s'agit maintenant de savoir quelles informations les employeurs peuvent se procurer avant un engagement.

✍️ Regula Steinemann | 🗣️ Marie-Noëlle Hofmann

Une grande partie de la population est aujourd'hui présente sur les médias sociaux à des fins professionnelles, politiques ou privées. Tous les réseaux sociaux ont en commun le fait que l'on partage souvent des données sur soi-même ou sur sa famille, ses amis et ses connaissances avec un cercle de personnes non identifiées, parfois même avec le grand public.

La portée de telles publications est également sous-estimée par des tiers. Celui qui, par exemple, fait la fête tous les week-ends, publie des photos ou des commentaires choquants, sera peut-être pénalisé lors de sa prochaine promotion si ses supérieurs ou les cadres en ont vent. Celui qui, par colère contre l'entreprise, se moque d'elle sur les réseaux sociaux (auprès d'un cercle d'amis soi-disant restreint) risque également d'avoir une mauvaise réputation au sein de l'entreprise si cela venait à se savoir.

cela est compatible avec l'article 328 CO. Cela signifie qu'ils ne peuvent rechercher des données sur les employés que dans la mesure où elles concernent leur aptitude à occuper un emploi ou sont nécessaires à l'exécution du contrat de travail. Les recherches sur les réseaux liés à l'emploi, comme LinkedIn et Xing, sont donc plus justifiables que celles effectuées sur des plateformes à vocation privée comme Facebook ou Instagram. Même une recherche sur Google ne permet souvent pas d'établir un lien avec l'activité professionnelle et l'on obtient des informations sur des engagements privés (par exemple des hobbies ou un engagement dans un parti politique ou une association). On ne peut pas non plus s'assurer que les données sur internet sont correctes, ce qui est très problématique. Si, en tant que candidat·e à un poste, on soupçonne (ou on apprend par des tiers) que de telles recherches ont été effectuées, on a le droit de poser directement des questions.

Les employeurs sont tenus de fournir des informations sur demande et devraient indiquer s'ils ont effectué une recherche sur internet ou s'ils ont demandé des références à des personnes non indiquées.

Application de l'art. 328 du code des obligations

La plupart du temps, les entreprises n'effectuent pas de recherches sur les personnes pendant une relation de travail, mais avant d'engager quelqu'un et souvent dans le dos des candidats, y compris par le biais d'amis ou d'anciens collaborateurs.

Bien entendu, ce qui a été mentionné dans le premier article sur la protection des données s'applique également ici: Les employeurs ne peuvent s'informer sur les candidat·e à un emploi que dans la mesure où

Conclusion

Il est préférable d'en être conscient une fois de plus: le mieux est l'ennemi du bien et mieux vaut prévenir que guérir – c'est pourquoi je plaide pour plus de retenue sur les réseaux sociaux. ■



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 et/ou de l'Association suisse des droguistes.



www.drogisten.org

Selon la loi sur les produits thérapeutiques,
l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments
et l'ordonnance sur les dispositifs médicaux,
la publicité destinée aux professionnels est
exclusivement réservée au public spécialisé.

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

ISCADOR  AG

Integrative Medizin seit 1926

Die Iscador AG ist ein Pharmaunternehmen, das Präparate für die integrative Behandlung von Krebserkrankungen herstellt, wissenschaftlich erforscht und weltweit vertreibt. Als Ergänzung für unser Team suchen wir:

Mitarbeiter:in Herstellung 80% – 100% (w/m/d)

Als Mitarbeiter:in Herstellung sind Sie mit der verantwortungsvollen Aufgabe der Herstellung von Primärextrakten betraut. Hierzu gehört der Iscador-Wirkstoff sowie die Mistelharzcreme oder die Misteltropfen. Das Verarbeiten von Pflanzenmaterial, Betreuen der Fermentationsprozesse sowie die Durchführung von Filtrationen und Verdünnungen der Extrakte gehören zu Ihren Kernaufgaben. Interesse geweckt? Hier erfahren Sie mehr:



iscador.com/stellen

Iscador AG
Kirschweg 9
4144 Arlesheim
Schweiz

Le **combi d'annonces** qui vous permet d'atteindre l'ensemble du **personnel spécialisé des pharmacies** et des **drogueries** avec une seule commande.



Réserver maintenant!

Tamara Gyga-Freiburghaus
032 328 50 54
t.gygax@vitagate.ch

vitagate sa
Rue Thomas-Wyttenbach 2
2502 Bienne

vitagate sa



Nouveau membre

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

- **Section BE: Schöna Drogerie, Drogovita GmbH, Rahel Walter, Mattenstrasse 2, 3600 Thun**
- **Section ZH/SH: Limmat Drogerie Dietikon, Drogovita GmbH, Lorena Bornacin, Löwenstrasse 30, 8953 Dietikon**

Les oppositions doivent être adressées dans les 14 jours à:
Association suisse des droguistes, Comité central,
Rue Thomas-Wyttenbach 2, 2502 Bienne



Nouvelle adresse?

Le changement d'adresse doit nous parvenir jusqu'au 10 du mois pour que nous puissions vous envoyer l'édition suivante à l'adresse souhaitée.

Veuillez communiquer votre changement d'adresse à:
vertrieb@vitagate.ch, téléphone 032 328 50 50

Selon la loi sur les produits thérapeutiques,
l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments
et l'ordonnance sur les dispositifs médicaux,
la publicité destinée aux professionnels est
exclusivement réservée au public spécialisé.