



Assemblée générale de l'Association suisse des droguistes du 14 novembre 2014

- Lieu:** Stade de Suisse à Berne, Champions Lounge
- Durée de l'assemblée:** de 10 h 30 à 17 h 45
- Direction:** Martin Bangerter
- Procès-verbal:** Elisabeth Huber
- Traduction simultanée:** Mesdames Susanne Bollinger et Christel Goumaz
- Traduction des documents:** Mesdames Claudia Spätig, Marie-Noëlle Hofmann et Daphné Grekos
- Traduction du procès-verbal:** Mesdames Claudia Spätig et Marie-Noëlle Hofmann
- Technique:** Messieurs Serrafin Schmutz, Stade de Suisse et Markus Horlacher, InformTeam
- Convocation:** la date de l'assemblée générale a été communiquée une première fois dans d-inside n° 12/2013. Les modifications de statuts proposées ont été communiquées dans les délais par courrier du 12 septembre 2014. La convocation à l'assemblée générale a été faite conformément aux statuts et dans les délais prévus avec l'envoi de l'invitation et de l'ordre du jour le 14 octobre 2014, ainsi que la mise à disposition simultanée pour téléchargement sur www.drogistenverband.ch des documents nécessaires,.
- Documents:** tous les documents importants pour pouvoir prendre des décisions ont été mis à disposition avec l'envoi de la lettre d'invitation et l'accès simultané des documents à télécharger sur www.drogistenverband.ch le 14.10.14.
- Procès-verbal:** aucune opposition écrite et motivée contre le procès-verbal de la dernière assemblée générale du 14 novembre 2010 n'a été déposée dans les quatre semaines qui ont suivi la publication du procès-verbal. Le procès-verbal est donc approuvé, selon l'art. 22, al. 2 des statuts.
- Comité central:**
- Martin Bangerter, président central (MB)
 - Bernhard Kunz, vice-président, formation et perfectionnement (BK)
 - Raphael Wyss, vice-président, communication, médias et ventes (RW)
 - Isabella Mosca, politique et branche (IM)
 - Jürg Rolli, ressources et services (JR)



- Direction:**
- Martin Bangerter, directeur, formation et perfectionnement, ressources (MB)
 - Heinrich Gasser, médias et communication (HRG)
 - Elisabeth Huber, politique et branche (EH)

Droit de vote:

Nombre des votants	206	
Majorité absolue (50 % + 1 voix)	104	
Majorité qualifiée (majorité aux 2/3)	138	(pour les requêtes supplémentaires)
¼ des voix	52	(vote à bulletin secret)

Remarque préalable:

Il s'agit d'un procès-verbal de décisions. Les déclarations des différents intervenants ont été résumées. Les documents figurant en annexe I font partie intégrante du procès-verbal et servent à expliciter différents points du procès-verbal (voir dans le texte les renvois aux documents concernés).

1 Salutations et ouverture

Martin Bangerter salue les anciens présidents centraux et/ou les membres d'honneur que sont Daniel Fontoliet, Erich Müller et Maja Fabich-Stutz, le directeur de l'Union suisse des arts et métiers usam, Hans-Ulrich Bigler, ainsi que tous les membres de l'ASD et les invités. Il ouvre l'assemblée générale ordinaire 2014 par une citation de Curt Goetz (acteur et écrivain germano-suisse): *«Il faudrait prendre les choses comme elles viennent. Mais il faudrait aussi veiller à ce que les choses arrivent comme on aimerait qu'elles viennent.»* Une citation qui convient bien à l'ordre du jour de cette AG, qui aura des répercussions sur l'ensemble de la branche et une influence sur le futur parcours et le positionnement de la branche de la droguerie.

1.1 Approbation de l'ordre du jour

Personne ne demande la parole. L'ordre du jour est approuvé à l'unanimité.

1.2 Election des scrutateurs

Martin Bangerter propose les collaborateurs suivants de l'ASD pour faire office de scrutateurs:

Dominique Allemand	Vanessa Naef
Nadine Leuenberger	Prisca Rothen
Claudia Luginbühl	Mireille Schmutz
Claudia Meier	André Schnider
Odette Montandon	

Il n'y a pas de contre-proposition et personne ne demande la parole. Les propositions sont acceptées à l'unanimité.



2 Invité: Hans-Ulrich Bigler directeur de l'Union suisse des arts et métiers

Hans-Ulrich Bigler transmet à l'Association suisse des droguistes et à tous les invités présents les meilleures salutations de l'Union suisse des arts et métiers. Il souligne qu'il considère que la droguerie est une branche forte, avec l'étoile-d comme symbole de marque connu. Ainsi, là où il habite, l'étoile de la droguerie fait partie intégrante de l'image du village. Pour lui, cette étoile signifie qu'il est toujours le bienvenu dans le magasin qui l'affiche, qu'il y reçoit un accueil chaleureux et de bons conseils complets de la part de professionnels compétents. Il félicite sincèrement les drogueries de cette prestation. L'usam, en collaboration avec le président, le comité central et la direction de l'ASD, soutient aussi cette cohésion et cette prestation de la branche. L'usam, avec ses membres, pratique une politique qui vise à laisser une large marge de manœuvre aux PME pour agir de manière entrepreneuriale, sans être limitées par de pénibles conditions-cadres. Pour des raisons d'actualité, Hans-Ulrich Bigler évoque encore les trois votations à venir, à savoir l'initiative «Ecopop», celle sur l'abolition des forfaits fiscaux et celle sur l'or de la BNS. Il invite ensuite les personnes présentes à soutenir l'usam dans la récolte de signatures pour le référendum contre la nouvelle redevance Billag. La lutte contre de nouveaux impôts, taxes et redevances est un enjeu majeur de l'usam.

3 «Des réformes prévoyantes pour plus de participation»

Martin Bangerter explique que le comité central a remarqué, voilà trois ans, que les statuts de l'ASD ne reflétaient plus correctement toutes les spécificités de la branche de la droguerie. Les statuts actuels qui datent de 1998 ont fait leurs preuves. Mais depuis cette époque, la branche et son environnement ont tellement évolué que ces statuts ne correspondent plus entièrement aux conditions actuelles. Le comité central propose donc aux membres de l'ASD de procéder à une sérieuse révision des statuts lors de l'AG du jour. En élaborant ses propositions, le comité central s'est efforcé de conserver une vision à long terme et d'anticiper de probables évolutions futures. Les propositions de changement ont en outre été discutées avec de nombreux connaisseurs de la branche avant d'être définitivement formulées. Le comité central est maintenant convaincu de proposer aux membres de l'ASD des modifications de statuts qui tiennent bien compte de l'avenir.

Le document «Propositions d'adaptations et comparaison avec les statuts actuels – annexe A» mis à disposition avec la documentation de l'AG sert de base au document «Explications concernant les adaptations de statuts proposées» et fait partie intégrante du procès-verbal pour la présentation qui suit et la discussion sur les changements de statuts. *(Ces deux documents téléchargeables constituent les annexes II et III de ce procès-verbal).*

La présentation utilisée permet également de clarifier certains points précis.

Au chapitre «Membres», Martin Bangerter présente les différentes adaptations des statuts proposées concernant les catégories de membres «Personnes et entreprises membres», ainsi que les changements concernant la procédure d'admission. *(Détails, voir présentation AG de l'annexe I part 1).*



Patrick Seiz demande à ce propos s'il est correct qu'à l'avenir chaque droguerie disposera de deux voix.

MB: Il confirme que chaque entreprise membre aura en principe deux voix. Quand un propriétaire engage un directeur, il peut décider s'il veut utiliser lui-même une des deux voix ou s'il les laisse les deux à son représentant.

Thomas Roth remarque qu'il trouverait dommage que cette bonne proposition soit refusée en raison de la référence à l'art. 30 de la LPT et la possibilité qui en découle, à savoir qu'une pharmacie puisse devenir membre de l'ASD sans même avoir engagé un droguiste ES. Il estime que pour réussir sur le marché, une pharmacie-droguerie doit absolument travailler avec un droguiste ES. Il n'est pas convaincu par l'argument avancé, à savoir qu'il est difficile de contrôler qu'une pharmacie-droguerie compte bien un droguiste ES parmi ses collaborateurs. Selon lui, un tel relevé serait relativement facile à organiser via les sections.

Sandro Rusconi demande s'il y a déjà eu par le passé un cas où l'ASD était prête à admettre une droguerie alors que la section s'y opposait. Car il n'est pas judicieux, selon lui, de vouloir régler des cas qui n'ont encore jamais eu lieu.

MB: Il confirme qu'un tel cas s'est effectivement déjà produit. Il s'agissait d'un magasin Sanovit. L'ASD était alors convaincue qu'il fallait l'admettre. D'autant que toutes les autres drogueries Sanovit avaient déjà été admises précédemment. Le comité central a aussi discuté du bien-fondé d'élaborer une nouvelle directive sur la base d'un cas aussi exceptionnel. Il a finalement estimé que, comme les structures deviendront de plus en plus suprarégionales ou nationales, un cas similaire pourrait très concrètement se reproduire.

Concernant la remarque de Thomas Roth, il précise qu'il est aussi convaincu qu'une pharmacie-droguerie ne peut que profiter de l'association d'un pharmacien et d'un droguiste ES. L'ASD pourrait certainement savoir assez vite via les sections si certaines pharmacies-drogueries n'emploient plus de droguistes ES. Mais un autre problème se poserait alors: l'ASD devrait exclure ces entreprises de l'Association. Actuellement, cela aurait pour conséquence l'exclusion de près de 40 membres. Par ailleurs, l'obligation d'avoir un droguiste ES se base sur une directive interne qui n'a jamais été inscrite nulle part. Travailler sur la base d'une telle directive s'avère relativement difficile et c'est pourquoi le comité central propose une disposition claire qui se réfère à l'art. 30 de la LPT. Il est convaincu que toute pharmacie-droguerie ou pharmacie qui décide de devenir membre de l'ASD le fait en pleine connaissance de cause et soutient donc aussi les intérêts et la politique de l'Association. MB ajoute qu'avec la référence à l'article 30 de la LPT, un médecin avec une pharmacie dans son cabinet ou un naturopathe au bénéfice d'une autorisation cantonale de remise de médicaments pourrait, en principe, aussi devenir membre.

Emanuel Roggen demande si l'alinéa 6 de l'art. 6 n'est pas inutile. De son point de vue, c'est l'AD qui doit décider si le requérant doit ou non être admis au sein de l'Association. Une admission provisoire avant la décision de l'AD serait donc inutile et risquerait tout au plus de créer des complications, en cas de décision négative de l'AD.

MB: Il explique que le comité central est d'avis qu'un nouveau membre doit avoir la possibilité de profiter, contre paiement, des prestations de l'ASD avant la décision définitive de l'AD. Tout en étant naturellement conscient que les risques encourus seront entièrement à sa charge en cas de décision négative quant à son adhésion.



Katja Moser-Weber demande s'il est exact qu'un directeur pourra aussi devenir personne membre et donc avoir, en plus des deux voix de la droguerie, une troisième voix en tant que membre. Elle se demande aussi comment il est possible de contrôler que les voix des personnes membres ne soient pas prises en compte dans les votations concernant le partenariat social ou le droit du travail.

MB: Il confirme que les voix sont bel et bien cumulées. Cela étant, des moyens techniques permettent d'enregistrer différemment les différents types de voix. On peut donc décider que les voix des personnes membres ne seront pas prises en compte lors de telles votations.

Emanuel Roggen demande s'il est exact qu'à l'avenir une personne pourra devenir personnellement membre de l'ASD sans que sa propre droguerie, respectivement la droguerie qu'elle dirige, soit membre de l'Association. Il considère que cela est problématique. En effet, selon lui, la décision d'adhérer à l'Association est aujourd'hui plus motivée par des aspects financiers que par des facteurs de solidarité et d'esprit communautaire.

MB: Il confirme qu'un tel cas pourrait être possible. Mais il ne considère pas cela comme problématique pour deux raisons précises. Primo, il ne croit pas que ces cas seraient nombreux. Deuxio, d'après son expérience, la principale raison invoquée par les membres qui quittent l'Association est qu'ils ne sont plus d'accord avec le travail de l'ASD. Ces personnes renonceraient donc logiquement aussi à leur adhésion en tant que personnes membres.

Marlen Aeschlimann demande s'il existe un nombre maximal de voix.

MB: Il explique que le nombre maximal de voix dépend de la situation. Pour les entreprises membres, le nombre de voix correspond au nombre de participations et pour les personnes membres, il y a tout simplement une voix par personne.

Personne d'autre ne demande la parole et il n'y a plus de questions. L'adoption des changements de statuts nécessite impérativement une majorité aux deux tiers (selon l'art. 44, al. 2 des statuts). Actuellement, 206 votants sont présents. L'assemblée générale approuve les changements de statuts du chapitre «Membres» par 194 oui, 9 non, 1 abstention et 2 bulletins nuls.

Au chapitre «Structures», Martin Bangerter présente en particulier les propositions d'adaptation concernant les organes de l'Association. (Détails, voir présentation de l'AG, pages 1 à 5, de l'annexe I part 2).

Sandro Rusconi demande d'abord si le concept de «conférence de la branche» existait déjà par le passé ou s'il a été créé. Il aimerait en outre savoir si la nouvelle réglementation permettrait à une entreprise avec un management central et ses filiales associées (par ex. la Coop avec ses pharmacies Vitality) d'être considérée comme un groupement.

MB: Il explique que la conférence de la branche correspond à l'actuelle conférence des présidents, simplement élargie aux représentants des groupements. Il répond ensuite affirmativement à la deuxième question. Mais il faudrait que 80 % des pharmacies Vitality soient déjà membres de l'ASD, faute de quoi, on ne saurait parler de «groupement». Le comité central a discuté d'une telle situation et a finalement estimé qu'il est peu probable qu'un tel «problème» survienne dans un futur plus ou moins proche.



Peter Dobler demande s'il a bien compris que les drogueries Müller ne pourront jamais être considérées comme un groupement au sens des statuts de l'ASD car il s'agit toujours de drogueries qui ne possèdent pas d'autorisation de commerce de détail pour la remise de médicaments.

MB: Il explique que cela ne serait effectivement pas possible actuellement car les différentes drogueries Müller ne sont pas membres de l'ASD. Il faudrait donc d'abord qu'au moins 20 drogueries Müller deviennent membres et que 80 % de toutes les drogueries Müller adhèrent à l'Association pour que les drogueries Müller puissent être considérées comme un groupement.

Henri Golaz demande pourquoi les groupements ne sont pas nommés dans l'article 17 «Structures». Seules les sections, ainsi que les entreprises membres, les personnes membres, les membres d'honneur et les membres passifs y figurent. Il veut aussi savoir si les groupements auront les mêmes droits que les sections.

MB: Il explique que la proposition a été volontairement formulée ainsi, car cet article cite toutes les différentes catégories de membres et que l'objectif n'est absolument pas que les groupements deviennent eux-mêmes membres de l'ASD. Les groupements doivent pouvoir intervenir de manière structurée dans le cadre de la conférence de la branche. Dans certains domaines, les groupements ont certes les mêmes droits que les sections. Mais en ce qui concerne par exemple l'assemblée des délégués, seules les sections peuvent désigner les délégués, les groupements n'ont aucun droit en la matière. Voilà notamment pourquoi les groupements ne sont pas mentionnés dans l'article 17.

Personne d'autre ne demande la parole et il n'y a plus de questions. L'adoption des changements de statuts nécessite impérativement une majorité aux deux tiers (selon l'art. 44, al. 2 des statuts). Actuellement, 206 votants sont présents. L'assemblée générale approuve les changements de statuts concernant les «Structures» par 192 oui, 13 non et 1 abstention.

Au chapitre «Organisation», Martin Bangerter présente les propositions d'adaptation des statuts suivantes. (Détails, voir présentation de l'AG, pages 6 à 16, de l'annexe I part 2).

Personne ne demande la parole et il n'y a pas de questions. L'adoption des changements de statuts nécessite impérativement une majorité aux deux tiers (selon l'art. 44, al. 2 des statuts). Actuellement, 206 votants sont présents. L'assemblée générale approuve les changements de statuts concernant l'«Organisation» par 203 oui et 3 non.

Au chapitre «Dispositions générales» et «Dispositions transitoires et finales», Martin Bangerter présente les dernières propositions d'adaptation des statuts. (Détails, voir présentation de l'AG, pages 17 à 18, de l'annexe I part 2).

Personne ne demande la parole et il n'y a pas de questions. L'adoption des changements de statuts nécessite impérativement une majorité aux deux tiers (selon l'art. 44, al. 2 des statuts). Actuellement, 205 votants sont présents. L'assemblée générale approuve à l'unanimité les changements de statuts concernant les «Dispositions générales» et «Dispositions transitoires et finales» par 205 oui.

L'approbation de tous les changements de statuts signifie que les statuts actualisés de l'ASD entreront en vigueur le 1^{er} juillet 2015.



4 «Les drogueries resteront-elles sur les ondes?»

Heinrich Gasser rappelle que l'ASD s'était fixé des objectifs ambitieux lors de l'AG 2010 avec *Radio ASD*: produire des contenus radiophoniques pour promouvoir l'image de la droguerie, afin de l'ancrer auprès d'un large public. Selon l'ASD, l'objectif a été relativement bien atteint grâce à une couverture respectable via 14 radios locales, ainsi que la diffusion via vitagate.ch, «facebook» ainsi que des podcasts sur «iTunes». Jusqu'à la fin du troisième cycle de diffusion, fin avril 2015, 132 émissions auront été produites. Cela signifie que *Radio ASD* aura été à l'antenne plus de quatre heures et qu'elle aura atteint plus de 42 millions d'auditeurs durant ce laps de temps. Les radios locales ont beaucoup apprécié ces émissions en raison de leur qualité, jugée bonne et professionnelle, ainsi que de leur choix diversifié de thèmes. HRG se réfère ensuite aux principaux résultats du sondage réalisé auprès des membres. Les résultats les plus importants concernent l'avis des membres sur ces émissions et le co-sponsoring, ainsi que la question d'une éventuelle poursuite des émissions dès le printemps 2015. A ce propos, HRG précise que le comité central et la direction ont à nouveau étudié la possibilité de réaliser une campagne de promotion de l'image sur des chaînes de télévision privées. Il s'avère qu'une telle variante n'est pas envisageable, en raison du faible potentiel de couverture et des risques politiques élevés d'une telle situation de co-sponsoring. En résumé, HRG explique que le comité central recommande aux membres d'approuver la poursuite de la campagne radiophonique de promotion de l'image pour trois années supplémentaires, pour autant que son financement soit assuré. (*Détails, voir présentation de l'AG, pages 1 à 28, de l'annexe I part 3*).

Patrick Seiz veut savoir s'il est exact que la CPT continuera de verser sa participation de sponsor jusqu'en mai et qu'à partir de ce moment, si aucun autre sponsor n'est trouvé, les coûts devront être couverts par les membres de l'ASD jusqu'à la fin de l'année.

MB: Il explique que si la proposition du comité central est approuvée, l'ASD se donne au maximum jusqu'à fin 2015 pour trouver un nouveau sponsor. Mais l'objectif est naturellement d'en trouver un nouveau jusqu'au printemps prochain, afin que les émissions de radio puissent continuer sans interruption. En principe, les émissions de radio ne peuvent continuer qu'avec le soutien conjoint des cotisations supplémentaires des membres et de l'argent des sponsors. Si aucun sponsor ne pouvait être trouvé d'ici fin 2015, le montant supplémentaire facturé aux membres en 2015 pour les émissions de radio serait déduit des cotisations 2016 qui seraient donc moins élevées.

Marianne Wenger demande si la CPT n'est plus prête à sponsoriser le cycle de diffusion 2015.

MB: Il confirme que la CPT n'entend plus s'engager comme sponsor du nouveau cycle de diffusion car elle veut utiliser son budget de communication à d'autres fins.



Ronny Weber demande à quelle fréquence les émissions actuelles sont diffusées sur les différentes radios. Car ce n'est qu'avec des émissions diffusées régulièrement pendant une certaine période que l'on peut atteindre un résultat durable.

HRG: Il explique que, selon le modèle actuel, les radios locales diffusent les émissions de santé chaque semaine aux mêmes heures. Les émissions durent deux minutes – d'où leur intitulé de «Deux minutes pour votre santé» – et l'ASD est toujours mentionnée, avant et après les émissions, en tant que «presenting» sponsor. Par ailleurs, les radios font toujours une annonce pour les émissions de santé une semaine avant leur diffusion, là encore en mentionnant l'ASD. Au total, ces émissions sont diffusées 45 semaines par année sur les 14 radios locales. Grâce à cette régularité et au traitement rédactionnel de thèmes importants pour la droguerie, l'ASD est persuadée que ces émissions ont bien un effet durable. Sans oublier que chaque émission permet aussi de faire entendre la voix de droguistes des différentes zones de diffusion.

MB: Il précise que les renseignements pris sur les autres formes de promotion de l'image avant cette AG ont clairement montré qu'aucun autre média ne permet de faire participer les droguistes dans leur région de manière aussi simple et efficace. A l'exception des thèmes à traiter, les droguistes interviewés ont largement pu influencer le contenu des émissions et dispenser leurs recommandations et faire valoir leurs compétences comme dans un entretien de conseil «normal».

IM: Elle remarque aussi que, selon elle, le rapport prix/prestation de telles émissions est très bon, notamment en comparaison avec les annonces qu'elle fait par exemple paraître dans le journal local pour sa droguerie. Ces annonces coûtent facilement 900 CHF et ne paraissent qu'une seule fois ou parfois quatre fois l'an, mais dans un format plus petit. En revanche, avec «Radio ASD», on a chaque semaine une séquence de publicité pour l'image.

Angela Krämer explique que le fait que les «wellbeing-tipp», comme Radio Energy appelle ces émissions, soient présentés à 50 % par vitagate.ch l'a beaucoup dérangée ces trois dernières années. Elle est d'avis que si les émissions devaient continuer, elles ne devraient être présentées que par l'Association suisse des droguistes. Une remarque valable aussi bien pour les émissions que pour les annonces relatives à l'émission suivante. Les auditeurs ne feraient en effet tout simplement pas le lien entre le nom «vitagate.ch» et les drogueries.

HRG: Il rappelle que cette répartition entre les mentions de l'ASD et de *vitagate.ch* s'explique par le fait que la plate-forme de santé *vitagate.ch* appartient aussi aux membres de l'ASD. Il présentera plus tard les chiffres concernant les utilisateurs de *vitagate.ch* – chiffres dont l'évolution très positive est sans doute aussi due à la mention répétée de *vitagate.ch* avant et après les émissions de radio. Il prend toutefois bonne note de cette remarque et assure qu'on peut tout à fait réfléchir au fait de ne plus citer que l'ASD en tant que «presenting» sponsor au cas où les émissions continuaient d'être diffusées.

Daniel Hildebrand remarque qu'à son avis il est grand temps de réfléchir au contenu de ces émissions. Il trouverait fort peu créatif de continuer à produire les mêmes programmes simplement parce que tout va bien. Ce serait l'occasion d'insuffler un peu de dynamisme à ces émissions. Un dynamisme qui lui manque un peu actuellement.



Peter Eberhart intervient pour soutenir à son tour la proposition concernant vitagate.ch. Cependant, si HRG assure aux membres que vitagate.ch ne sera plus mentionné comme «presenting» sponsor et que seuls les droguistes seront cités comme partenaires, alors il se déclare prêt à approuver le financement de ces émissions radiophoniques.

HRG: Il confirme que, si les membres de l'ASD approuvent la poursuite des émissions de radio, il est lui-même prêt à ce que seule l'ASD soit mentionnée.

Ronny Weber explique qu'il n'a encore jamais entendu une de ces émissions et qu'il ne savait donc pas que vitagate.ch y était aussi mentionné. Sachant cela maintenant, il trouve important de savoir si vitagate.ch continuera ou non d'être mentionné comme «presenting» sponsor.

Norman Marthaler rappelle que HRG a évoqué le fait que l'OFCOM a des directives relativement strictes concernant ce qui peut être ou non mentionné dans de telles émissions de radio. Il se demande donc s'il est même possible de mentionner l'«Association suisse des droguistes» en tant que telle.

HRG: Il explique que la loi sur la radio et la télévision stipule qu'il n'est pas possible que, par exemple, le garage Küng figure comme sponsor d'une émission alors que son nom est mentionné pour parler de ses prestations dans ladite émission, autrement dit dans la partie rédactionnelle. Raison pour laquelle il a été convenu avec l'OFCOM que les émissions de radio de l'ASD seraient présentées par l'Association suisse des droguistes (en alternance avec vitagate.ch et la CPT) et non par les drogueries. Cette variante a toujours bien fonctionné et n'a pas provoqué de réclamations, ce que les radios locales ont particulièrement apprécié car elles redoutent de telles réclamations.

Peter Dobler demande s'il est permis de dire dans la partie rédactionnelle que d'autres informations sont disponibles sur vitagate.ch.

HRG: Il confirme que cela se fait déjà souvent maintenant – avec des phrases du style «... vous trouverez des informations complémentaires à ce sujet sur la plate-forme de santé vitagate.ch». Cette formulation n'a jamais été critiquée. Le nombre élevé d'auditeurs est naturellement aussi une bonne opportunité de faire connaître vitagate.ch.

MB: Il demande si quelqu'un veut faire une requête pour que vitagate.ch ne puisse plus être mentionné comme «presenting» sponsor ou si l'on peut se contenter de connaître l'avis des membres en procédant à une votation consultative. Comme personne ne s'annonce pour déposer une requête, il fait procéder à une votation consultative à main levée. Le résultat ne peut toutefois pas être établi définitivement sans décompte des voix car les oui et les non sont presque à égalité.

Peter Eberhart dépose donc une requête pour que l'AG procède à une votation pour déterminer si, en cas de poursuite des émissions de radio, il faudra renoncer à mentionner le nom de vitagate.ch comme «presenting» sponsor.



Peter Geiselhardt demande si on ne pourrait pas, le cas échéant, utiliser la formulation «... par vitagate.ch, la plate-forme de santé des drogueries suisses». Car ce devrait finalement aussi être le but des membres de l'ASD de promouvoir cette plate-forme de santé.

HRG: Il remarque que c'est certes une bonne proposition, mais que cette formulation devrait encore être discutée avec l'OFCOM et les différentes radios locales.

Hanspeter Michel demande pour sa part si, au lieu de l'Association suisse des droguistes, on ne pourrait pas dire les «drogueries suisses». Un intitulé qui lui semble plus familier aux oreilles des auditeurs.

HRG: Il ne peut pas répondre clairement oui ou non à cette question. Pour ce faire, il serait nécessaire d'avoir l'avis de l'OFCOM.

RW: Il trouve que ces discussions relèvent maintenant trop du domaine opérationnel et qu'il suffirait de confier au comité central et à la direction le mandat de revoir cette formulation. Si l'on décidait maintenant de renoncer à la mention de *vitagate.ch*, cela serait définitif pour les trois prochaines années. Pour résumer, il préférerait une formule qui laisse plus de marge de manœuvre pour la suite.

MB: En tant que président du conseil d'administration de *vitagate sa*, il trouve que le résultat de la votation consultative n'est pas suffisamment clair et il aimerait que l'on puisse voter sur la proposition de Peter Eberhart.

Le total des votants est actuellement de 211. La majorité absolue est de 106 voix. L'assemblée générale approuve la requête de Peter Eberhart par 126 oui, 54 non, 30 abstentions et 1 bulletin nul.

Manfred Meier s'interroge sur la situation des drogueries qui ne se trouvent pas dans une zone de diffusion. Elles ne devraient en fait rien avoir à dire à ce propos. Lui-même se trouve dans une situation très particulière puisque l'un de ses magasins doit payer une contribution aux émissions et l'autre pas. Comment peut-il décider si un autre droguiste doit ou non payer pour quelque chose qui ne le concerne pas et qu'il ne finance pas lui-même?

MB: Il maintient que tous les membres de l'ASD, représentants de l'ensemble de la branche, doivent se prononcer à ce propos. Cela avait déjà été le cas il y a quatre ans, lors de l'AG 2010. On avait alors décidé que les drogueries qui étaient dans une zone de diffusion des radios locales, selon l'OFCOM, devaient verser une contribution. Les autres pouvaient le faire, si elles le voulaient. Certaines drogueries l'ont effectivement fait.

Il n'y a pas d'autres questions ni remarques. Il y a actuellement 210 votants. La majorité absolue est donc de 106 voix. Tout en tenant compte de la requête approuvée de Peter Eberhart, l'assemblée générale rejette la requête du comité central concernant la poursuite des émissions de radio – pour autant que leur sponsoring soit assuré – pour trois nouveaux cycles de diffusion de 12 mois à partir de mai 2015 par 102 oui, 91 non, 12 abstentions et 5 bulletins nuls. Ceci parce que la majorité absolue de 106 voix n'a pas été atteinte.



5 «Qu'est-ce que les membres sont prêts à se payer à l'avenir ?»

Sous le titre «Finances tendues, perspectives défavorables», Jürg Rolli présente la situation financière actuelle de l'ASD. Le terme de «finances tendues» peut être considéré comme un terme générique et se rapporte aussi bien à la situation financière qu'au niveau de rendement, sachant que la situation financière permet de savoir si l'organisation dispose ou non d'une base saine et solide. Le niveau de rendement, quant à lui, indique si le modèle économique utilisé pendant l'année sous revue donne au final un résultat positif ou négatif. Ses explications se concentrent surtout sur le niveau de rendement car la situation financière de l'ASD est encore très solide. L'ASD dispose en effet d'un capital propre d'environ trois millions de francs suisses. JR revient donc plus en détail sur l'évolution des médias ces six dernières années pour expliquer les chiffres concernant le produit des prestations ainsi que ceux des charges liées aux prestations et au personnel. Il présente ensuite l'évolution négative des tirages de la *Tribune du droguiste* et la compare à la baisse du nombre des membres de l'ASD et donc du total des cotisations à disposition de l'ASD. Finalement, il souligne l'évolution positive du nombre des visiteurs de *vitagate.ch* durant l'année sous revue avant de relever la hausse significative du déficit de l'ESD prévue à partir de mi-2015. Tous ces éléments montrent qu'il faut prendre des mesures, faute de quoi, il faudra compter avec un déficit de près de 700 000 CHF l'année prochaine. (*Détails, voir présentation de l'AG, pages 29 à 38, de l'annexe I part 3*).

Après le point de vue financier de JR sur la situation, HRG analyse la situation du point de vue de l'éditeur, en se rapportant aussi à l'évolution générale du marché des médias actuel. Il souligne que le secteur des médias a connu de profonds bouleversements ces dernières années. L'influence d'internet est particulièrement forte – en 1997, 7 % seulement de la population utilisait régulièrement internet contre 81 % en 2013. Cette évolution a fortement marqué le paysage médiatique et il est évident que les médias imprimés perdent de l'importance. Avec, comme conséquence, une diminution des tirages et une baisse des revenus des annonces. Ces évolutions n'épargnent évidemment pas l'ASD, et en particulier la *Tribune du droguiste*. En comparaison avec d'autres médias imprimés comme la «Schweizer Illustrierte» (-24,3 %) ou la «Schweizer Familie» (-11,9 %), le recul du taux de pénétration de la *Tribune du droguiste* entre 2011 et 2014 reste cependant relativement bas puisqu'il ne s'élève qu'à 0,7 %. Le magazine réalise d'ailleurs toujours d'autres bons résultats, comme une moyenne de 4,4 lecteurs par exemplaire. D'un point de vue éditorial, ce serait donc une erreur de retirer la *Tribune du droguiste* du marché. Ne serait-ce que parce que la branche de la droguerie renoncerait à un puissant porte-parole que la droguerie a développé avec succès pendant plus de 30 ans. (*Détails, voir présentation de l'AG, pages 39 à 55, de l'annexe I part 3*).

MB résume les deux points de vue, financier et éditorial, soulignant que la mise en pratique de la stratégie média 2012-2015 a été un succès sur le plan qualitatif même si, comme JR l'a dit, elle ne l'a pas été sur le plan financier. Les mesures de correction possibles vont de diverses adaptations modérées jusqu'à des changements définitifs. Comme HRG l'a expliqué, les médias de l'ASD, et en particulier la *Tribune du droguiste* qui est le plus important de l'ensemble, sont qualitativement bons et toujours très appréciés des lecteurs. Pour le comité central, il n'est donc pas question de réduire la communication à zéro. Ne serait-ce que parce qu'une réduction drastique des médias de l'ASD aurait à moyen terme de sérieux effets sur la façon dont toute la branche est perçue. Le comité central propose donc aux membres des adaptations relativement importantes concernant la *Tribune du droguiste*, mais qui n'affaiblissent pas ce média, particulièrement important pour l'ASD.



MB explique que quatre facteurs, en particulier, permettent d'influencer la marge sur coût variable de la *Tribune du droguiste*, à savoir la hausse des revenus, la diminution des charges, l'individualisation des exemplaires et l'impression à l'étranger. Concernant le montant des revenus, l'équipe des ventes du secrétariat central travaille d'arrache-pied et peut contribuer à l'améliorer par son engagement. Pour diminuer les charges, le comité central propose aux membres de réduire le nombre de numéros de la *Tribune du droguiste* de dix à six par année, de renoncer à l'individualisation de la jaquette – ce qui pourrait cependant toujours se faire pour les drogueries prêtes à en assumer les frais – et de transférer l'impression du magazine à l'étranger. Les mesures pour les membres sont ainsi conçues qu'elles ne détériorent pas la communication de manière drastique et restent réversibles, si la situation financière s'améliore. Avec ces changements, le comité central souhaite que la production, la distribution et la commercialisation des moyens de communication couvrent au moins leurs frais et, dans un deuxième temps, permettent aussi de participer à la couverture du déficit de l'ESD. (Détails, voir présentation de l'AG, pages 56 à 76, de l'annexe I, part 3).

En résumé, les propositions du comité central sont les suivantes:

- Pour atteindre ses objectifs, le comité central peut-il jusqu'à nouvel ordre publier six numéros seulement de la *Tribune du droguiste* au lieu de dix, sans devoir baisser la cotisation des membres?
- Pour atteindre ses objectifs, le comité central peut-il jusqu'à nouvel ordre renoncer à l'individualisation de la *Tribune du droguiste* sans devoir baisser la cotisation des membres?
- Pour atteindre ses objectifs, le comité central peut-il jusqu'à nouvel ordre attribuer le mandat d'impression de la *Tribune du droguiste* à un prestataire étranger?

Philipp Bühlmann demande pourquoi le comité central suppose que les partenaires de l'industrie continueront de mettre autant d'annonces. Il trouve cette hypothèse assez hasardeuse. La Tribune du droguiste est en concurrence directe avec les magazines des groupements. Il se demande donc si les partenaires de l'industrie ne vont pas profiter de ces changements, et en particulier du passage de dix à six numéros annuels, pour renoncer définitivement à mettre des annonces dans la Tribune du droguiste.

MB: Il estime qu'un annonceur veut avant tout faire connaître son produit à un certain moment au public et s'il peut le faire avec un média qui a en moyenne 4,4 lecteurs par exemplaire et qui atteint près de 25 % des femmes suisses, alors le prix en vaut toujours la peine, indépendamment du nombre de parutions annuelles. Le comité central est persuadé que les partenaires de l'industrie partageront ce point de vue tant que les prestations, le nombre de lecteurs, etc, seront d'aussi bonne qualité. La différence, c'est qu'il n'y aura plus que six possibilités au lieu de dix de placer des annonces dans la *Tribune du droguiste*.

HRG: Il précise qu'il n'y a actuellement aucun partenaire de l'industrie qui commande des annonces dans toutes les éditions de la *Tribune du droguiste*. L'ASD peut déjà constater que certains numéros sont bien remplis alors que d'autres ne le sont pas, des variations qui dépendent des campagnes de marketing et de publicité des partenaires de l'industrie. L'équipe des ventes mène déjà d'intenses discussions pour les commandes de l'année prochaine et les signaux ne sont pas mauvais. Jusqu'à présent, ils n'ont pas remarqué que des partenaires de l'industrie soient rebutés par le fait que la *Tribune du droguiste* ne paraisse peut-être plus que six fois au lieu de dix.



Daniela Brechbühl demande à quoi correspondent les différentes économies qui figurent dans les trois propositions du comité central.

MB: Il explique que le passage de dix à six numéros annuels permettrait, avec des revenus inchangés, de revenir dans un «zéro noir». L'abandon de l'individualisation permettrait d'économiser quelque 100 000 CHF et l'impression à l'étranger permettrait d'atteindre une marge sur coût variable positive d'environ 300 000 CHF. Les chiffres plus précis seront remis aux délégués pour le budget.

Dans la foulée, Daniela Brechbühl demande si, avec six numéros annuels, toutes les éditions de la Tribune du droguiste seront des doubles numéros.

MB: Il explique qu'il n'est pas prévu que toutes les éditions soient des doubles numéros, comme c'est le cas en été ou dans l'actuelle édition de décembre/janvier. Il devrait y avoir six numéros de 32 pages. Une augmentation du nombre des pages reste toutefois possible si Monika Marti, responsable ventes et sponsoring, et son équipe réussissent à trouver tellement d'annonces qu'il ne reste pratiquement plus de place pour la partie rédactionnelle dans les 32 pages prévues et que le rapport entre partie rédactionnelle et annonces n'est plus équilibré.

Marianne Wenger demande si tous les changements seraient effectivement réalisés si les trois objets de votation étaient approuvés.

MB: Il le confirme. Pour le moment, cela serait bel et bien le cas.

Sandro Rusconi salue le fait que l'on parle clairement aujourd'hui pour la première fois de la situation financière de l'ASD. Il l'attendait depuis longtemps et il est reconnaissant de pouvoir le vivre aujourd'hui. A son avis, l'ASD est à un tournant, avec moins de membres qui doivent payer plus. En comparaison avec les cotisations d'autres branches qui sont aussi dans l'usam, celles de la branche se situent au-dessus de la moyenne. Une hausse des cotisations risquerait tout au plus de provoquer d'autres départs. Or il pense qu'il faut tout mettre en œuvre pour maintenir la pérennité de l'Association. On n'en est certes pas encore là, mais les trois millions ne le rassurent pas vraiment. On a d'ailleurs pu voir avec la parfumerie ce qui arrive quand une branche n'a plus d'association. Et s'il n'y avait plus l'ESD, il en serait pour ainsi dire fini de l'Association. Il estime donc qu'il faut économiser au maximum et se prononce en faveur de l'impression à l'étranger, bien qu'il travaille lui-même dans une région frontalière.

Hansjörg Habegger déclare que tous les membres de l'ASD participent de manière solidaire au financement de la Tribune du droguiste. Il aimerait donc savoir à quelles conséquences financières il faudrait s'attendre si seuls ceux qui utilisaient le magazine le payaient effectivement.

MB: Il explique que la *Tribune du droguiste* serait nettement plus chère pour ces membres. Pour le moment, la *Tribune du droguiste* est un média de la branche qui sert de moyen de communication à toute la branche et que tous en supportent donc les coûts.

RW: Il remarque que ceux qui ne remettraient pas la *Tribune du droguiste* devraient compenser le manque à gagner sur le montant des annonces, notamment utilisé pour renflouer les caisses de l'ESD, en payant plus de cotisations. Cela compliquerait singulièrement les comptes, mais ce serait parfaitement faisable.



Max Kilchenmann veut revenir sur l'impression à l'étranger. L'ASD s'appelle «Association suisse des droguistes» et elle est membre de l'«Union suisse des arts et métiers». Sa droguerie n'est certes pas située en zone frontalière, mais dans le Mittelland bernois. Il ne peut cependant pas concevoir qu'une association professionnelle suisse puisse imprimer ses publications à l'étranger.

Henri Golaz indique qu'il soutient entièrement cette intervention. Il ne comprendrait pas non plus une telle démarche.

Nadine John revient sur la discussion portant sur la distribution ou non de la Tribune par les droguistes. Elle estime que tous les membres de l'ASD devraient peut-être s'en prendre à eux-mêmes et distribuer activement la Tribune du droguiste. Elle tient aussi à l'ESD et elle estime qu'on peut parfaitement remettre la Tribune du droguiste en même temps qu'un magazine de groupement. Pour sa part, elle pratique déjà ainsi et près de 90 % de ses clients emportent les deux magazines.

MB: Il la remercie de ces paroles. Cette loyauté est aussi une contribution que tous les membres de l'ASD peuvent faire sans que cela ne leur coûte quelque chose. Si les membres faisaient aussi savoir qu'ils agissent ainsi, il serait également plus facile pour l'équipe des ventes du secrétariat central d'obtenir des publicités pour la *Tribune du droguiste*. Car si des annonceurs entendent que les droguistes jettent la *Tribune du droguiste* au vieux papier sans même la distribuer, cela n'inspire guère confiance aux éventuels annonceurs susceptibles de s'engager dans la branche de la droguerie.

JR: Il aimerait revenir sur les conséquences financières. Si des mesures stratégiques financières sont décidées aujourd'hui, alors les effets ne seront perceptibles qu'à l'avenir. On ne peut déterminer aujourd'hui comment la situation financière évoluera. Il s'agit finalement d'essayer de ramener le secteur de la communication dans une zone qui soit de nouveau supportable. En parlant des trois millions de capital propre, il n'a pas du tout voulu faire croire à une fausse sécurité pour rassurer les membres. C'est un fait: l'ASD dispose de ces fonds propres. Mais il ne s'agit évidemment pas d'épuiser ce capital mais bien de prendre des mesures concrètes pour sortir l'ASD des chiffres rouges.

Erich Müller déclare qu'il aurait souhaité faire une contre-proposition «no cost» à la variante «low cost» du comité central. Sur conseil d'un collègue plus âgé, il renonce toutefois à déposer cette demande. Mais il tient quand même à s'adresser à la conscience des membres. Il estime que les membres assument aujourd'hui le rôle du «bon membre de l'association» puisqu'ils diront certainement OUI à la continuation de la Tribune du droguiste. Mais une fois à la maison, ils se retrouveront dans un autre rôle. En observant l'assemblée, il voit qu'environ 60 % des membres présents font partie d'un groupement. Or les avis concernant les médias de l'ASD sont parfois très différents au sein des groupements, certains évoquant notamment une interdiction de remettre la Tribune du droguiste ou le traitement prioritaire des magazines des groupements. A ce moment, la Tribune du droguiste ne sera plus aussi importante à leurs yeux. C'est pourquoi il en appelle à une conduite correcte et juste en cas d'approbation de la poursuite de la Tribune du droguiste. Ainsi, celui qui vote aujourd'hui oui à la Tribune du droguiste devra aussi agir en sa faveur une fois de retour à la maison.



Globalement, il est d'avis que l'ASD devrait se concentrer sur ce dont elle a vraiment besoin. La branche de la droguerie a certainement besoin d'une école – reste à discuter de son emplacement et de son fonctionnement – et elle a besoin de la politique et de l'économie. La branche connaîtra bientôt, il l'espère, un grand changement politique [remarque de l'auteure du procès-verbal: une seule liste pour l'automédication] et l'Association s'occupe actuellement beaucoup trop de questions de marketing.

Petra Treib-Looser remarque que la distribution de la Tribune du droguiste ne va pas de soi, c'est un «fastidieux travail» de tous les jours. Il faut constamment rappeler aux collaborateurs qu'ils doivent vraiment remettre un exemplaire du magazine à chaque client. Elle considère en outre que l'option de l'impression à l'étranger n'est qu'une idée à court terme. Car les droguistes ne peuvent pas constamment déplorer que les clients dépensent des millions de francs suisses à l'étranger puis faire la même chose au niveau de l'Association. Elle poursuit que lors de son assemblée, la section du Zurich a discuté d'une variante où la Tribune du droguiste pourrait toujours être imprimée en Suisse, mais ceci avec une hausse des cotisations de 300 CHF par membre.

MB: Il confirme que l'assemblée de la section a discuté de cette variante mais sans l'approfondir plus avant. Comme le comité central estime que les cotisations sont déjà assez élevées, il trouve qu'il ne faudrait pas les augmenter pour l'instant. Cette solution serait d'ailleurs un peu trop simpliste. A son avis, cette mesure ne sera d'actualité que lors de la discussion sur le déficit de l'ESD. L'ASD doit trouver d'autres solutions pour reprendre en main la situation dans le domaine des médias et de la communication.

Martin von Känel déclare qu'il faut maintenant parler du fait que dans l'idéal, il restera une marge sur coût variable qui pourra notamment aussi être utilisée pour l'ESD. Si les membres présents aujourd'hui prennent la bonne décision, il devrait donc aussi y avoir une marge sur coût variable à disposition à l'avenir. Il considère que le passage de dix à six numéros n'est pas un problème, mais trouve qu'il est utopique de vouloir conserver le niveau actuel des tirages tout en renonçant complètement à l'individualisation. Il distribue lui-même chaque numéro depuis cinq ans et il ne serait plus aussi intéressé de le faire si celui ne lui apportait plus la même visibilité. Il pense qu'il faut donc bien réfléchir à ce qu'il faut supprimer et à ce qu'il convient de conserver.

Maja Fabich apprécie la discussion qui a lieu dans le cadre de cette assemblée. Concernant l'impression de la Tribune du droguiste, elle plaide en faveur de l'option suisse. Les fournisseurs apprécieraient certainement à sa juste valeur le fait que l'impression de la Tribune du droguiste se fasse toujours en Suisse puisqu'ils ont eux-mêmes souvent beaucoup de produits qui sont (encore) très suisses. Elle se demande en outre si la branche de la droguerie n'aurait pas besoin d'un label, comme la Coop ou la Migros. Ce label pourrait être l'étoile de la Tribune pour autant qu'on la mette encore beaucoup plus en avant. De nombreux groupements utiliseraient aussi l'étoile-d comme marque. Les paroles d'Erich Müller l'ont incitée à travailler tous les jours avec la Tribune du droguiste et, si toutes les drogueries Dromenta remettaient la Tribune du droguiste en plus de «Meine Gesundheit», la branche serait de nouveau sur la bonne voie.

Il n'y a pas d'autres questions ni de remarques. Il y a actuellement 210 votants. La majorité absolue est donc de 106 voix. L'assemblée générale accepte la proposition du comité central de publier jusqu'à nouvel ordre six numéros de la Tribune du droguiste au lieu de dix par 198 oui, 7 non et 5 abstentions.



Il y a actuellement 207 votants. La majorité absolue est donc de 104 voix. L'assemblée générale accepte la proposition du comité central de renoncer jusqu'à nouvel ordre à l'individualisation de la Tribune du droguiste par 186 oui, 15 non et 6 abstentions.

Il y a actuellement 206 votants. La majorité absolue est donc de 104 voix. L'assemblée générale rejette la proposition du comité central d'attribuer jusqu'à nouvel ordre le mandat d'impression de la Tribune du droguiste à un prestataire étranger par 36 oui, 163 non, 6 abstentions et 1 vote nul.

Peter Eberhart fait une demande de réexamen concernant la votation sur la poursuite des émissions de radio. Il rappelle que les AG ne se déroulent que tous les quatre ans et que, dans ces circonstances, les erreurs peuvent avoir de très sérieuses conséquences. Cette votation est trop importante pour laisser des erreurs décider de son résultat. Or la votation sur la poursuite des émissions de radio était la première de l'après-midi. Des nouveaux membres étaient arrivés et certains avaient remis le mauvais bulletin de vote. En raison de ces erreurs, beaucoup de bulletins ont été déclarés nuls ce qui a falsifié le résultat final. En outre, tous les votants n'avaient pas vraiment réalisé qu'une abstention équivalait presque à un non.

Comme il est persuadé que la votation sur la poursuite des émissions de radio est importante pour cette AG, il demande donc de la refaire. Comme il présente sa demande de réexamen sous forme de motion d'ordre, le sujet ne pourra plus être débattu.

MB explique que l'AG doit d'abord se prononcer pour savoir si elle veut une deuxième votation sur la proposition du comité central concernant la poursuite des émissions de radio. Si une majorité souhaite une nouvelle votation, il faudra donc voter encore une fois pour déterminer s'il faut ou non continuer les émissions de radio.

Suite à une question de l'assemblée, Markus Lüthi, le juriste présent, précise que la votation sur la poursuite des émissions de radio s'est déroulée correctement. Il ajoute toutefois qu'il est toujours possible de déposer une motion d'ordre. Une telle démarche a un sens quand des erreurs sont survenues lors du vote. Lors du décompte des voix, cinq voix n'ont pas pu être prises en compte car les personnes concernées ont tout simplement utilisé les mauvais bulletins. Pour cette raison, on peut donc donner suite à cette motion d'ordre. La première votation concerne alors l'entrée ou non en matière. En cas de non, le résultat de la première votation sur la poursuite des émissions de radio restera inchangé; en cas de oui, il faudra procéder à une nouvelle votation sur la poursuite des émissions.

Le vote se fait à main levée. Il y a actuellement 202 votants. La majorité absolue est donc de 102 voix. L'assemblée générale approuve la demande de réexamen de Peter Eberhart par 111 oui, 88 non et 3 abstentions. L'AG va donc devoir se prononcer une deuxième fois sur la poursuite des émissions de radio.

Emanuel Roggen demande que la votation sur la poursuite des émissions de radio se fasse à bulletins secrets.

MB demande aux membres présents s'ils veulent accéder à cette demande. Pour ce faire, il faut le soutien d'un quart des voix présentes.



Il y a Le vote se fait à main levée. Il y actuellement 189 votants. Pour être acceptée, cette proposition doit recueillir un quart des voix, soit 48 voix. Le décompte aboutit à 38 oui. La votation sur la poursuite des émissions de radio se déroulera donc de manière «publique».

Il y a actuellement 204 votants. La majorité absolue est donc de 103 voix. L'assemblée générale rejette par 93 oui, 106 non et 5 abstentions la requête du comité central concernant la poursuite des émissions de radio – pour autant que leur sponsoring soit assuré – pour trois nouveaux cycles de diffusion de 12 mois à partir de mai 2015 en tenant compte de l'approbation de la requête de Peter Eberhart de ne plus mentionner vitagate.ch dans le cadre de ces émissions.

6 «Les faits du quotidien, aujourd'hui et demain, à l'ASD»

Martin Bangerter informe l'AG des principaux objets qui occupent le département politique et branche – notamment la cybersanté, les évolutions actuelles concernant la révision de la loi sur les produits thérapeutiques, ainsi que les résultats positifs des évaluations DrogoThèque. (Détails, voir présentation de l'AG, pages 77 à 117, en annexe I, part 3). HRG fait le point sur les principales nouveautés et les développements en cours dans le département médias et communication. Les médias en ligne sont à l'honneur, et en particulier l'évolution positive des usagers de vitagate.ch cette année, la nouvelle application droguerie et l'action POS développée en collaboration avec «Sanestra». (Détails, voir présentation de l'AG, pages 118 à 156, de l'annexe I, part 3). Pour terminer, BK présente les nouveautés concernant la formation professionnelle initiale et explique les premiers pas du processus d'adaptation du plan d'études cadre de l'ESD à la nouvelle ordonnance sur les conditions minimales de reconnaissance des filières de formation supérieure. (Détails, voir présentation de l'AG, pages 157 à 162, de l'annexe I part 3).

7 Conclusion et congé

Martin Bangerter remercie les droguistes présents de leur attention, de leurs discussions animées et de leur présence. Il remercie aussi les invités d'avoir fait le déplacement, le secrétariat central de l'organisation de l'assemblée, les traductrices et les techniciens de leur travail. Il clôt l'assemblée à 17 heures 45.

Bienne, le 12 janvier 2015

Martin Bangerter
Président central

Pour le procès-verbal:

Elisabeth Huber
Politique et branche



Remarque concernant la traduction en français:

En cas de doute ou de question concernant la formulation du procès-verbal, c'est la version allemande qui fait foi et/ou la version enregistrée.

Remarque concernant l'annexe:

Vous trouverez en annexe les présentations projetées durant l'assemblée, ainsi que les deux documents concernant les changements de statuts «Propositions d'adaptations et comparaison avec les statuts actuels – annexe A» et «Explications concernant les adaptations de statuts proposées» et qui font partie intégrante de ce procès-verbal.