



Association suisse des droguistes

La droguerie 2013

# Les faits, les chiffres, les perspectives



# Sommaire

- 3 **Editorial**
- 4 **Le marché de la santé et des médicaments en Suisse**
- 6 **L'évolution de la branche**
- 8 **Les catégories de vente**
- 10 **Sondage: image de la droguerie**, points de vente des produits de santé
- 12 **Sondage: image de la droguerie**, points de vente des médicaments non soumis à ordonnance
- 14 **Sondage: image de la droguerie**, points de vente des produits de beauté
- 16 **Sondage: image de la droguerie**, affirmations concernant l'image des drogueries
- 18 **L'Association suisse des droguistes (ASD)**
- 20 **Les médias de l'ASD**
- 22 **La formation**
- 22 **Les groupements**
- 23 **Pourquoi les drogueries sont-elles indispensables?**

# Editorial

Un sondage concernant l'image de la droguerie réalisé ce printemps révèle que près de 60 % des personnes sondées considèrent que la qualité des conseils dispensés est le principal critère qui les incite à faire des achats en droguerie. En deuxième position, elles citent l'étendue et la diversité de leur assortiment. Voilà qui montre bien quels sont les atouts du commerce spécialisé de la droguerie, à savoir les conseils personnels et spécialisés aux clients pour tout ce qui touche à une vaste palette de produits de qualité élevée.

Sachant cela, il convient de tirer au mieux profit de la situation du marché actuelle: jamais encore il n'a été possible de se procurer aussi facilement autant de produits de santé – mais il n'a également jamais été aussi difficile pour les consommateurs de mesurer la qualité de ces offres pléthoriques. Raison pour laquelle les commerces spécialisés comme les drogueries, garantes de conseils compétents et de contacts personnels, sont particulièrement importants.

Mais les conseils personnalisés ne suffisent pas dans le domaine de la vente: les clients recherchent de plus en plus des émotions et des sensations. Ils veulent un petit plus, aussi pour les produits de santé. Là encore, les drogueries sont l'adresse de référence: bien dans l'air du temps, elles intègrent les nouvelles tendances, savent utiliser les niches, composer avec les spécificités du marché et offrir à leurs clients ce petit plus tant recherché.

Cette brochure est devenue une source d'informations très appréciée de tous ceux qui s'intéressent de près à la branche de la droguerie. Cette septième édition propose un aperçu du marché de l'automédication et de la beauté en Suisse et, plus particulièrement, en droguerie.

Nous vous souhaitons une bonne lecture.

Bienne, automne 2013

# Le marché de la santé et des médicaments en Suisse

En Suisse, quand on parle de médicaments, on se réfère à toutes les préparations enregistrées par Swissmedic, l'Institut suisse des produits thérapeutiques. Les médicaments sont distribués par les drogueries, les pharmacies, les médecins et les hôpitaux – en fonction de leur catégorie de remise. Mais le marché de la santé et des médicaments ne se limite pas aux préparations enregistrées par Swissmedic: il englobe aussi les dispositifs médicaux, réunis sous le terme de «produits thérapeutiques» au même titre que les médicaments dans la loi sur les produits thérapeutiques, ainsi que d'autres préparations parapharmaceutiques enregistrées par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), comme les compléments alimentaires, les produits sanitaires ou les cosmétiques. A l'exception de quelques dispositifs médicaux, ces produits sont en vente libre mais ne sont pas commercialisés en tant qu'«OTC».

Vu les différentes catégories utilisées par les différentes organisations, il est difficile de faire des comparaisons simples et claires d'économie de marché. On peut néanmoins en tirer quelques conclusions. Ainsi, si l'on mesure la prestation du marché générée par les drogueries à l'aune de l'ensemble du marché de l'automédication, de la santé, des aliments spéciaux et de la cosmétique en 2011, on arrive à une part de 31,1%. Il faut en outre souligner que l'automédication ménage les ressources des finances publiques car elle est du ressort de la responsabilité individuelle des patients – qui paient eux-mêmes ces prestations. Autrement dit, les drogueries contribuent sérieusement à la maîtrise des coûts dans le domaine de la santé publique.

## Glossaire

**Préparations OTC:** Over the Counter = «par-dessus le comptoir»: médicaments non soumis à ordonnance

**Streetprice:** prix effectif, payé par le client à la caisse

## Comparaison entre les drogueries et les pharmacies

Chiffre d'affaires moyen par point de vente dans les domaines de l'automédication, de la santé, des aliments spéciaux et de la cosmétique



	Drogueries	Pharmacies	Total
Total automédication, santé, aliments spéciaux, cosmétique	878 mio. 31.1%	1946 mio.* 68.9%	2824 mio.
Nombre de points de vente	643** 26.9%	1745 73.1%	2388
<b>Chiffre d'affaires moyen par point de vente dans ces domaines</b>	<b>1.365 mio.</b>	<b>1.115 mio.</b>	

\* Le chiffre d'affaires des pharmacies ne comprend ni les taxes ni les services annexes

\*\* Y compris les entreprises mixtes = drogueries membres à la fois de l'ASD et de la SSPh

Chiffres d'affaires 2011 en mio. CHF en prix effectifs. Nombre de points de vente 2011.

Sources: cegecim, AFC, IMS Health

# Evolution de la branche

Chaque droguerie a l'obligation de déclarer sa TVA ainsi que le chiffre d'affaires qu'elle réalise. Ces données permettent chaque année à l'ASD d'évaluer le chiffre d'affaire de la branche. En 2001, l'Administration fédérale des contributions a modifié sa méthode de perception – ce qui a rendu la comparaison des chiffres de la branche plus fiable.

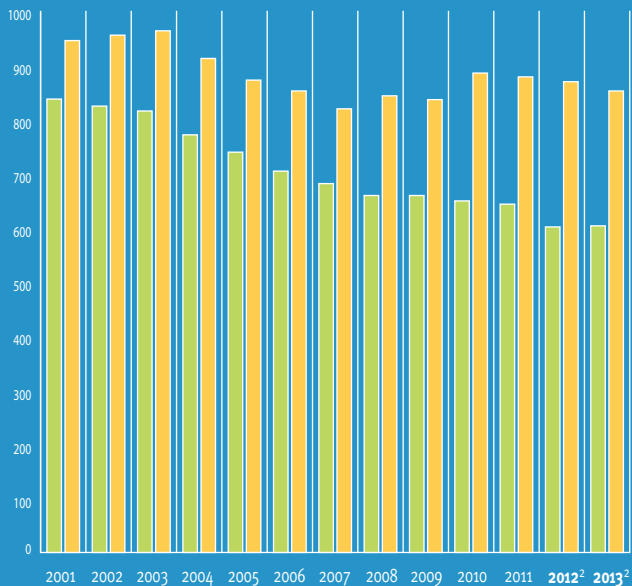
Les chiffres effectifs de l'Administration fédérale des contributions ne sont toutefois disponibles qu'avec un décalage d'environ deux ans. Raison pour laquelle cette brochure analyse en détail les chiffres de l'année 2011 et les chiffres actuels sont calculés sur la base du nombre des drogueries et de l'évolution des statistiques relatives à la TVA. Si l'on considère l'évolution de ces dernières années, il apparaît que l'ensemble de la branche

a atteint une apogée provisoire en matière de chiffre d'affaires. Le réaménagement structurel n'est certes pas encore terminé, mais cela n'affecte pas trop les drogueries. Elles continuent de se renforcer et réalisent des chiffres d'affaires par point de vente bien supérieurs à ceux de 2001.

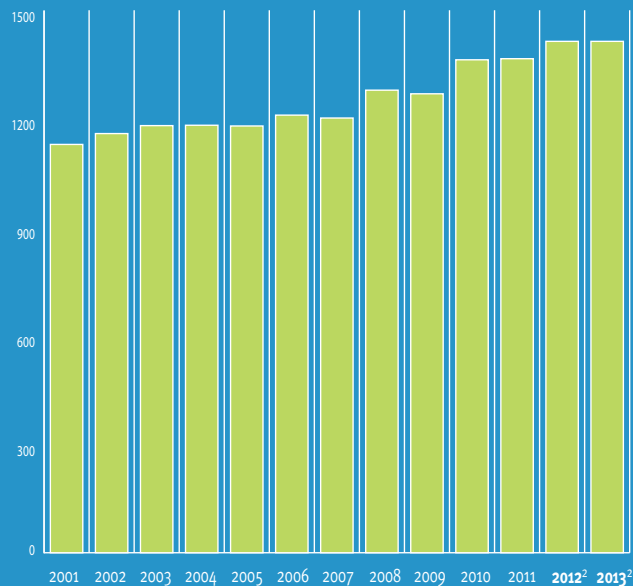
Ainsi, les drogueries ont réalisé en moyenne 1,365 million de francs suisses en 2011 dans les domaines de l'automédication, de la santé, des aliments spéciaux et des produits cosmétiques. En comparaison, les pharmacies réalisent en moyenne un chiffre d'affaires de 1,115 million de francs avec l'automédication (y compris les produits de santé, les aliments spéciaux et cosmétiques).

## L'évolution en chiffres

■ Nombre de drogueries<sup>1</sup>    ■ Chiffre d'affaires en millions de francs<sup>1</sup>



■ Chiffre d'affaires moyen par droguerie en milliers de francs



<sup>1</sup> Entreprises mixtes incluses (drogueries membres de l'ASD et de la SSPH)

<sup>2</sup> Gras= extrapolation

Sources: ASD, IMS Health, cegedim

# Les catégories de vente en droguerie

Le positionnement de la droguerie en tant que commerce spécialisé dans la santé et la beauté se reflète aussi dans la répartition du chiffre d'affaires. Les drogueries réalisent plus de 80% de leur chiffre d'affaires dans le domaine des OTC alors que les produits cosmétiques, le secteur Personal Care et autres articles cosmétiques génèrent le reste.

Les différents assortiments connaissent une évolution variable qui dépend, entre autres, de facteurs extérieurs, comme la pratique

d'enregistrement de Swissmedic. Alors que le chiffre d'affaires des OTC tend à baisser, celui de la santé (préparations ne figurant pas sur les listes de Swissmedic) augmente. En ce qui concerne le chiffre d'affaires généré par les OTC, il faut savoir que pour des raisons techniques le chiffre d'affaires réalisé par les drogueries avec les médicaments notifiés (médicaments de la médecine complémentaire sans indication) n'a pas pu être inclus dans la statistique mais qu'il devrait en principe faire partie de cette catégorie.

## Glossaire

**Préparations OTC-IMS:** Over the Counter = «par-dessus le comptoir»: médicaments non soumis à ordonnance ou compléments alimentaires

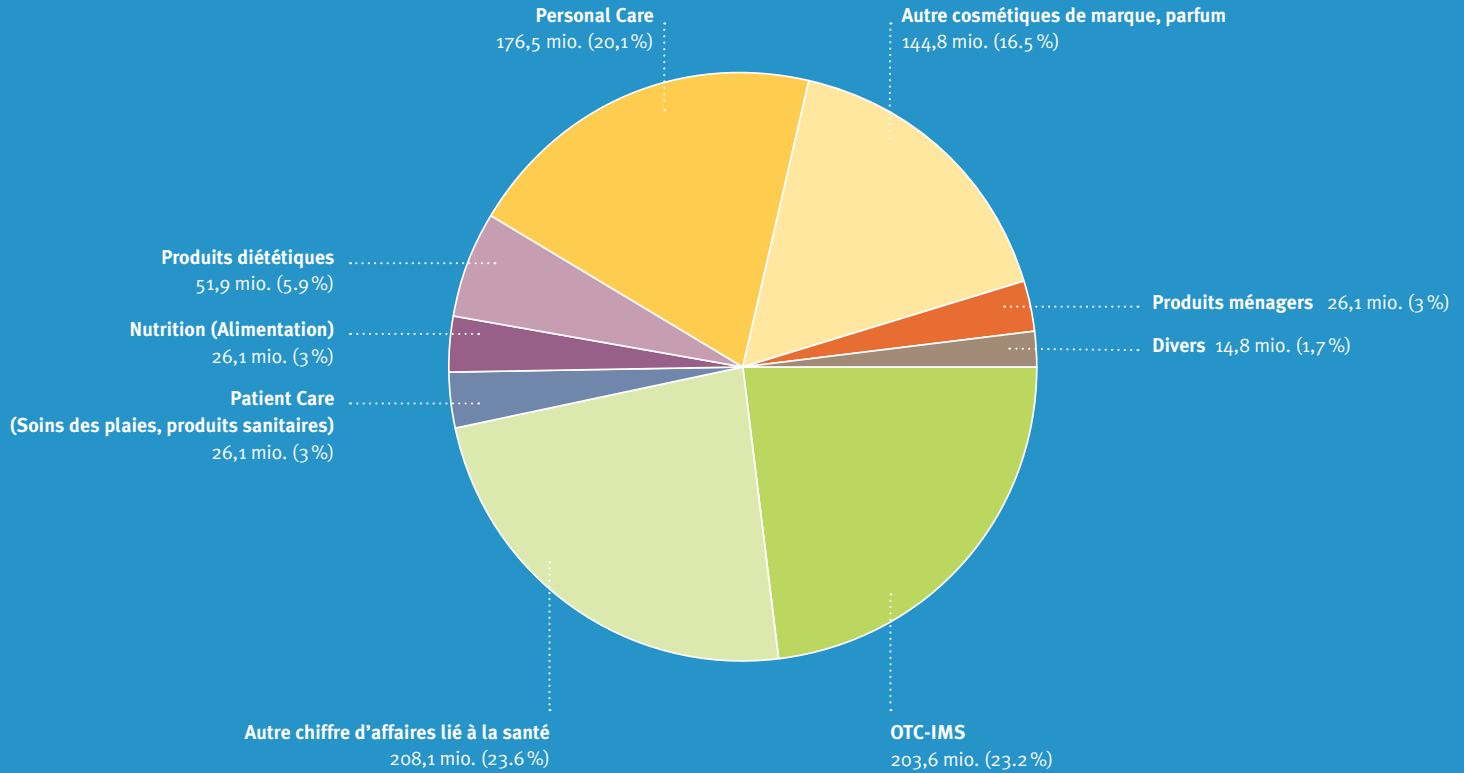
**Nutrition:** produits alimentaires spéciaux, tels que les aliments pour diabétiques, les produits amincissants ou les aliments pour nourrissons

**Patient Care:** matériel médical et sanitaire vendu sans ordonnance, tels que compresses et pansements, bandes et protections contre l'incontinence

**Personal Care:** produits cosmétiques ou corporels, tels que bains, parfums, produits de maquillage ou d'hygiène bucco-dentaire



## Les catégories de vente en droguerie en 2011



Sources: IMS Health, ASD

# Sondage concernant l'image de la droguerie

La droguerie est effectivement considérée comme le commerce spécialisé dans les produits de santé et de beauté par la population suisse. Elle est particulièrement appréciée en Suisse alémanique et par les personnes âgées. Telles sont, notamment, les conclusions d'un sondage représentatif, en fonction des âges et des régions, réalisé sur mandat de l'ASD en lien avec les médias de l'ASD et en particulier avec les émissions de radio *Deux minutes pour votre santé*, débutées en 2012 et qui ont entamé leur deuxième année ce printemps. L'objectif de ce sondage est de déterminer les lieux de vente des produits de santé et de beauté, de cerner le positionnement et l'image de la droguerie et naturellement de mesurer l'impact des émissions de radio sur la perception de la droguerie dans la population.

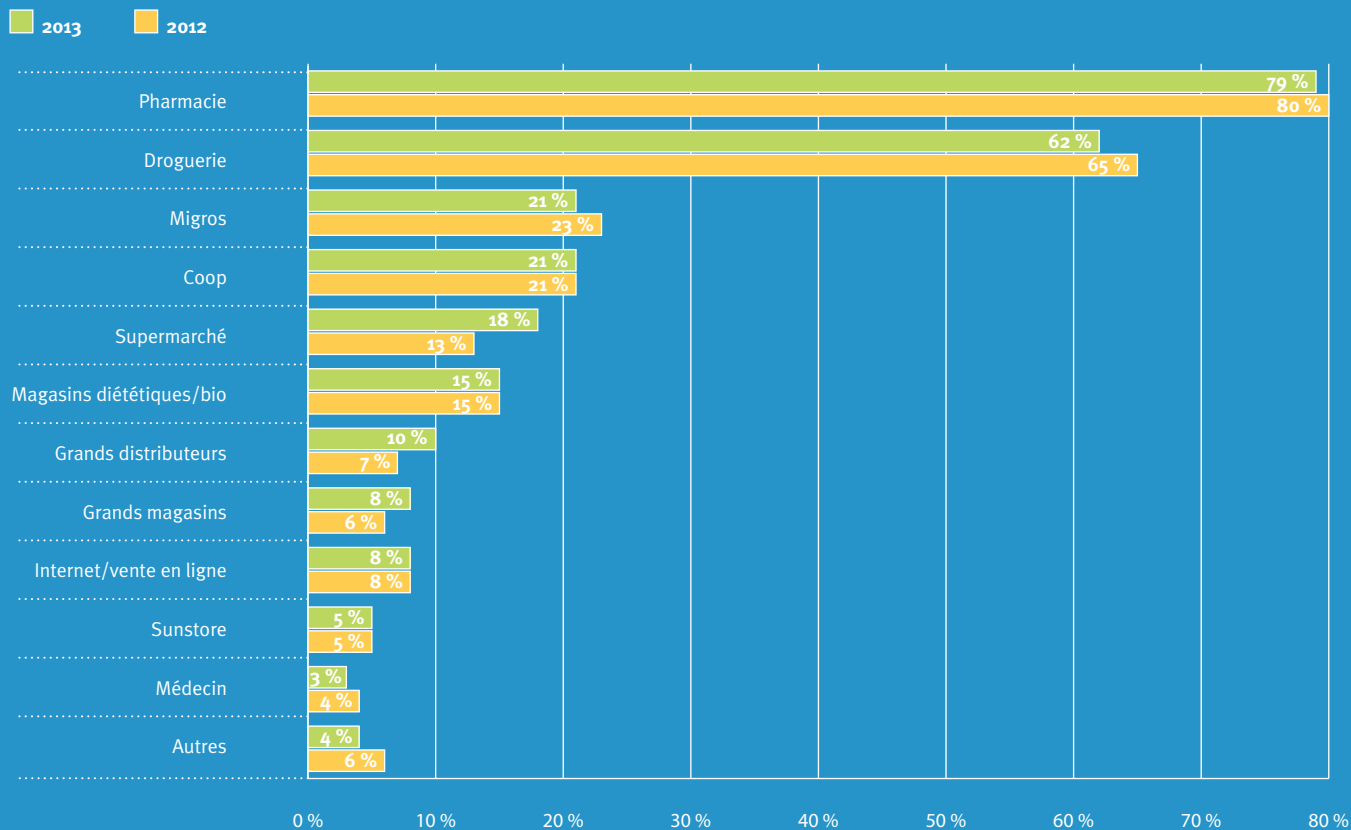
L'étude a été menée par l'entreprise ValueQuest Sàrl. Au total, 806 personnes (femmes et hommes confondus) de Suisse romande et alémanique ont participé au sondage en ligne 2013.

## Points de vente des produits de santé

A la question «Quels sont les endroits où vous achetez des produits de santé qui vous viennent spontanément à l'esprit?», plus de 60 % des sondés ont cité la droguerie dans leurs quatre premières réponses (Top 4). Avec la pharmacie, point de vente le plus souvent cité, la droguerie se profile donc nettement comme le commerce spécialisé dans la vente et le conseil des produits de santé par rapport aux autres. Les différences entre les deux sondages (printemps 2012 et printemps 2013) sont minimales, globalement et aussi en ce qui concerne précisément la droguerie. A la question «A quelle fréquence achetez-vous des produits en droguerie», une personne sur trois a répondu «souvent» ou «très souvent».

## Citation spontanée des lieux d'achat des produits de santé (Top 4)

Question: «Quels sont les endroits où vous achetez des produits de santé qui vous viennent spontanément à l'esprit?»



# Sondage concernant l'image de la droguerie

## Points de vente des médicaments non soumis à ordonnance

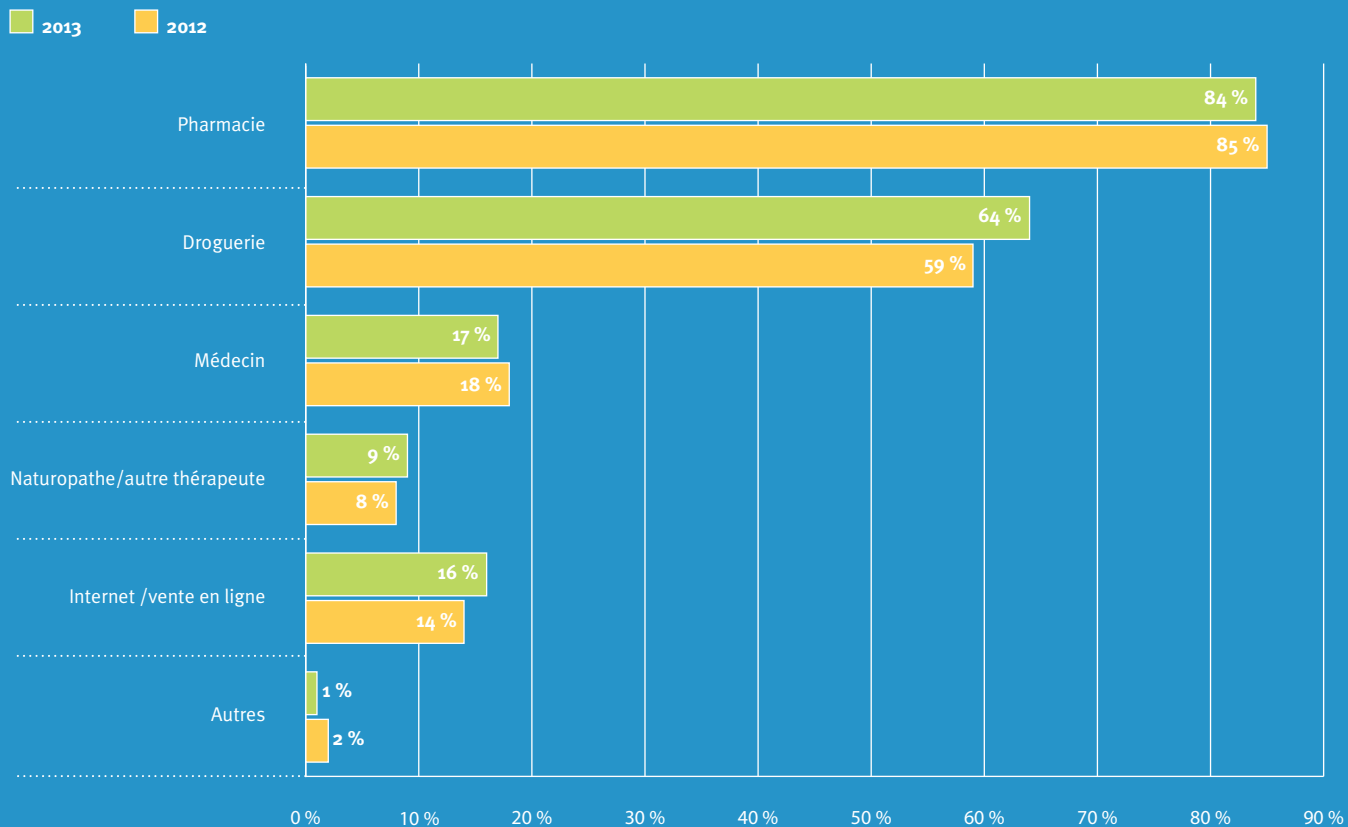
Une autre question concernait le point de vente des médicaments non soumis à ordonnance. L'intitulé était «Parmi les points de vente suivants, dans lesquels achetez-vous des médicaments non soumis à ordonnance?» Les résultats montrent que les consommateurs achètent essentiellement ces médicaments en pharmacie, mais aussi à 64 %, donc très souvent, en droguerie. La droguerie est nettement plus souvent citée que le médecin, mais elle peut encore progresser par rapport à la pharmacie. En comparaison avec l'année précédente, on constate que les médicaments non soumis à ordonnance sont plus souvent vendus en droguerie. Une analyse plus approfondie montre que les personnes âgées achètent aussi plus souvent que les consom-

mateurs plus jeunes des médicaments non soumis à ordonnance en droguerie.

Globalement, ces résultats montrent que l'image de la droguerie en tant que prestataire de produits de santé et en particulier de médicaments non soumis à ordonnance est bien ancrée dans la population, et ceci en particulier en Suisse alémanique. La réunion souhaitée des catégories de remise C et D dans une seule catégorie de remise des médicaments non soumis à ordonnance ainsi que l'extension des compétences de remise des droguistes dipl. ES à tous les médicaments non soumis à ordonnance devraient encore consolider ce positionnement et permettre, à terme, de le développer.

## Lieux d'achat des médicaments non soumis à ordonnance

Question: «Parmi les points de vente suivants, dans lesquels achetez-vous des médicaments non soumis à ordonnance?»



# Sondage concernant l'image de la droguerie

## Points de vente des produits de beauté

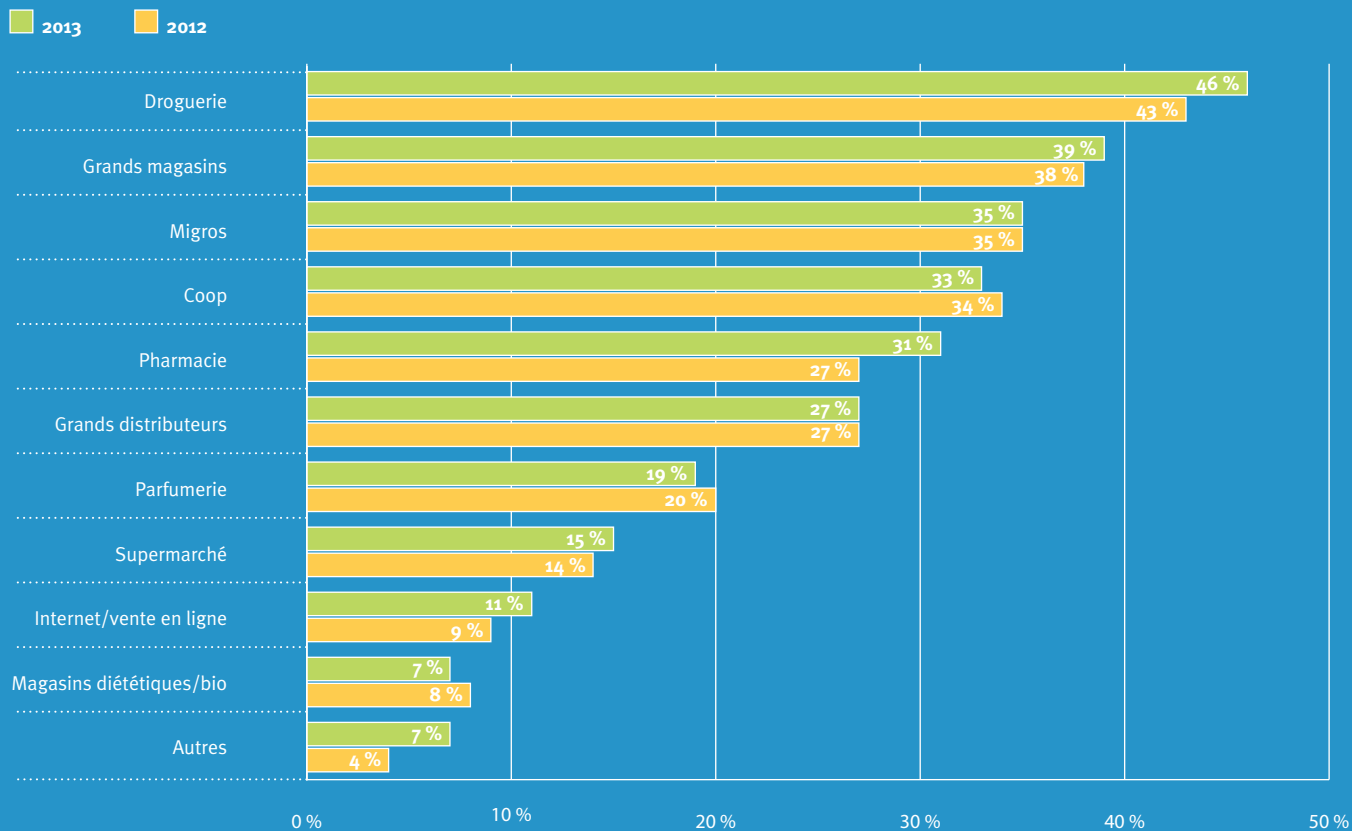
Le sondage en ligne s'est également intéressé au deuxième pilier de la droguerie, à savoir le domaine de la beauté. A la question «Quels sont les endroits où vous pouvez acheter des produits de beauté qui vous viennent spontanément à l'esprit?», la droguerie arrive en tête des quatre premiers lieux mentionnés, devant les grands magasins et les grands distributeurs. Constat réjouissant: le nombre de mentions a augmenté cette année par rapport au premier sondage réalisé au printemps 2012. Si l'on considère les régions linguistiques, il s'avère que seule la Suisse alémanique reconnaît les compétences spécialisées élevées de

la droguerie dans la vente de produits de beauté et des conseils y relatifs. En Suisse romande, c'est la pharmacie qui se voit attribuer ce rôle.

Globalement, ces résultats montrent que la droguerie a légitimement réussi à se profiler comme le commerce spécialisé dans la santé et la beauté. Il est clair que la concurrence est rude, en particulier dans le domaine de la beauté, et que les drogueries doivent faire preuve d'une bonne dose de flexibilité et de disponibilité pour conserver cette position et rester un point de vente attractif à l'avenir.

## Citation spontanée des lieux d'achat de produits de beauté (Top 4)

Question: «Quels sont les endroits où vous pouvez acheter des produits de beauté qui vous viennent spontanément l'esprit?»



# Sondage concernant l'image de la droguerie

## L'image de la droguerie

Les personnes sondées ont été invitées à répondre positivement ou négativement aux affirmations suivantes. Les valeurs présentées ici se réfèrent au pourcentage de sondés qui ont approuvé ces affirmations (Top 2).

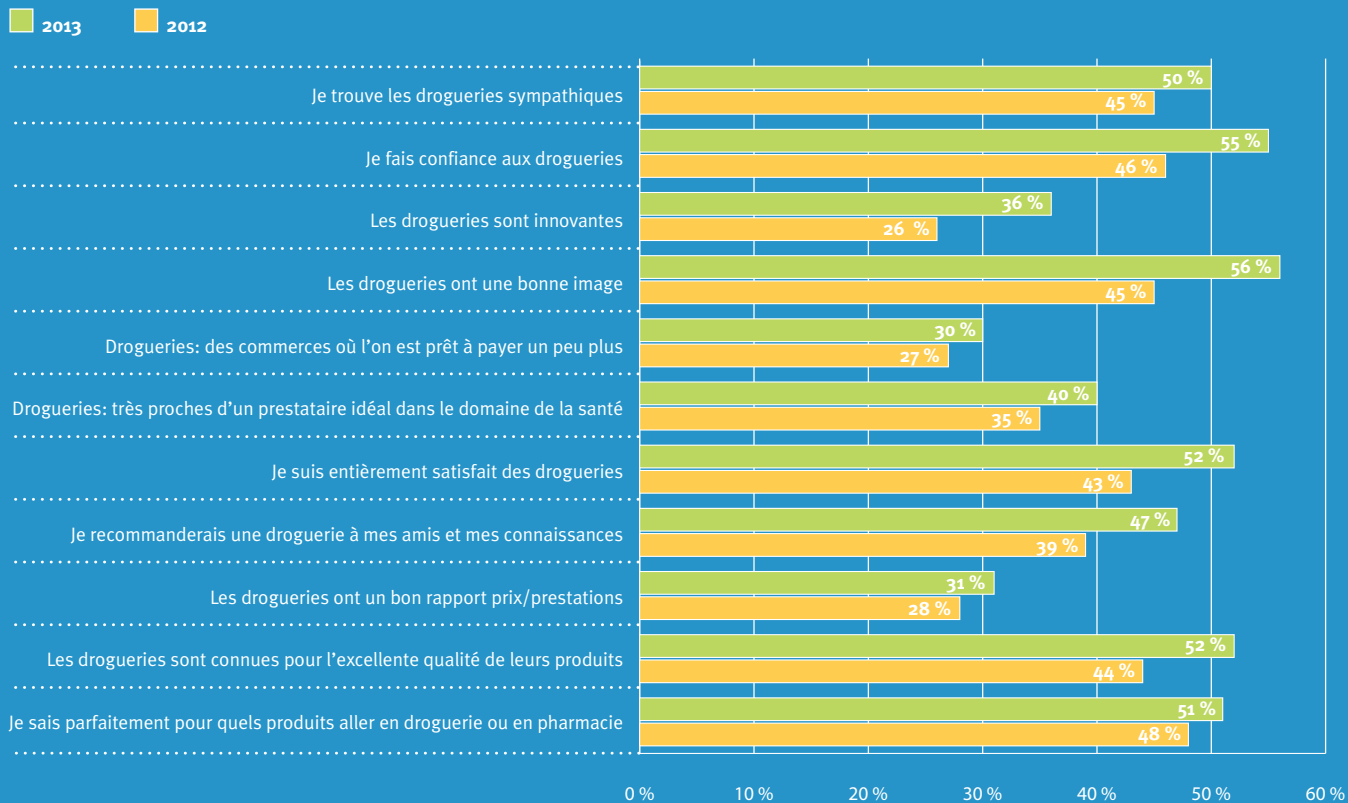
Une bonne moitié des personnes sondées considèrent que la droguerie est un commerce sympathique, digne de confiance et se déclarent entièrement satisfaites de son offre et de ses prestations. Par ailleurs, 56% des sondés considèrent que la droguerie a une bonne image. Une analyse plus détaillée des résultats obtenus révèle que l'image de la droguerie s'améliore avec l'âge. L'excellente qualité des produits de la droguerie est aussi très appréciée. Globalement, il est réjouissant de constater que toutes les valeurs obtenues sont meilleures que lors du premier sondage (2012), ce qui signifie que les réponses po-

sitives ont été plus nombreuses pour toutes les affirmations. Cette évolution est particulièrement frappante en ce qui concerne les affirmations relatives à l'innovation et à l'image. Les réponses positives à l'affirmation «Les drogueries ont une bonne image» ont augmenté de 9% et celles à «Les drogueries sont innovantes» ont même bondi de 10%. La droguerie a donc encore assurément un important potentiel d'évolution dans le domaine de l'innovation – tout en tenant évidemment compte des directives légales en vigueur.

Globalement, ces valeurs transmettent une image vraiment positive de la droguerie et l'amélioration de l'image de la droguerie par rapport à l'année précédente est particulièrement encourageante.



## Affirmations concernant l'image des drogueries



# L'Association suisse des droguistes (ASD)

<b>Fondation:</b>	1898
<b>Secrétariat central:</b>	40 collaborateurs, 2815 %
<b>Membres:</b>	531
<b>Employés de droguerie:</b>	environ 4500 (601 drogueries)
<b>En formation:</b>	1103 personnes en formation, 67 droguistes dipl. ES

*Ces chiffres se rapportent à l'état fin 2012.*

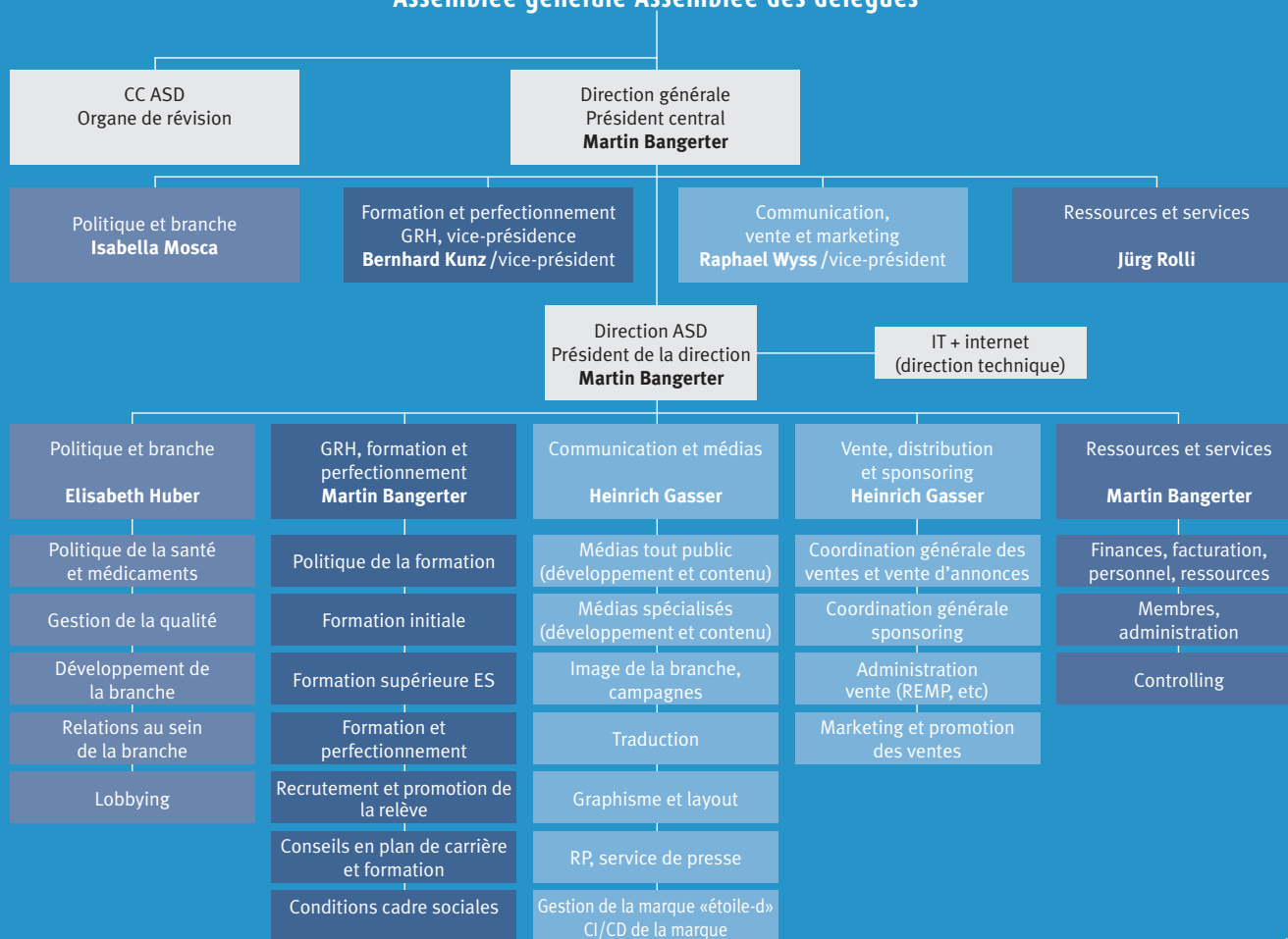
## L'engagement de l'ASD

Une des tâches essentielles de l'ASD est d'obtenir des conditions cadre optimales pour ses membres. Afin qu'ils puissent aussi à l'avenir exercer leur profession – autrement dit diriger une droguerie – avec succès. Pour l'ASD, cela signifie intervenir à temps dans les procédures politiques et législatives et participer, dans la mesure du possible, à leur élaboration. En la matière, les activités de l'ASD se concentrent surtout sur les médicaments et la formation. Mais les drogueries sont aussi concernées par les thèmes liés aux produits chimiques, aux assurances maladies, aux denrées alimentaires, à la TVA et à la sécurité au travail. Le travail de l'Association consiste donc aussi à suivre ces thèmes pour pouvoir réagir si besoin.

L'ASD prend donc systématiquement part à des groupes de travail, participe à des procédures de consultation et entretient des

relations régulières avec des politiciens et des représentants cantonaux et nationaux des autorités. Ainsi l'ASD s'engage depuis longtemps pour développer et étendre les droits de remise des médicaments pour les drogueries. L'ASD souhaite en effet que les droguistes puissent obtenir des droits de remise correspondant à leur formation et que leur droit de remettre des médicaments dans le domaine de l'automédication soit étendu et adapté. Cet objectif est devenu un peu plus concret lorsque le Conseil fédéral a transmis le message relatif à la révision ordinaire (2<sup>e</sup> étape) de la loi sur les produits thérapeutiques LPT<sub>h</sub> en novembre 2012. Idem pour la motion «Révision de la réglementation relative à l'automédication» qui prévoit de réunir en une seule catégorie de remise les listes C et D actuelles, qui comprennent tous les médicaments non soumis à ordonnance. La Commission pour la sécurité sociale et la santé publique du Conseil national (CSSS-N) planche actuellement sur le projet de la LPT<sub>h</sub>; après, les discussions commenceront au Parlement. Pour les drogueries, cela signifierait que la vente de médicaments serait réglée sur le plan national et que les mêmes droits de vente seraient en vigueur dans l'ensemble du pays. Une telle extension des compétences présuppose que les droguistes bénéficient d'une formation certifiée. C'est pourquoi la formation professionnelle initiale dure quatre ans et l'Ecole supérieure de droguerie a tenu à obtenir les certifications ISO et eduQ<sub>u</sub>.

# Assemblée générale Assemblée des délégués



# Les médias de l'ASD

Informer le grand public ou les spécialistes: grâce à l'ensemble de ses médias électroniques et imprimés, l'Association suisse des droguistes peut traiter des thèmes liés à la santé et à la beauté en fonction du lectorat visé et transmettre des informations ciblées.

## Médias tout public



### *Tribune du droguiste*

La *Tribune du droguiste* paraît dix fois par année depuis plus de 30 ans et complète de manière optimale les conseils dispensés en droguerie. Avec 880'000 lecteurs par numéro, la *Tribune du droguiste* fait partie des magazines de santé les plus importants et les plus réputés de Suisse. Ses articles approfondis abordent des thèmes

quotidiens relatifs à la santé, à la prévention et à la beauté et fournissent quantité de conseils pratiques.



### *vitagate.ch*

*vitagate.ch* est la plate-forme de santé de l'Association suisse des droguistes. Elle met à disposition des internautes des contenus forts sur différents thèmes en lien avec la santé et la beauté. Pour qu'ils puissent réagir correcte-

ment en cas de troubles ou de problèmes bénins et prendre leur santé en main.



### *Deux minutes pour votre santé*

Les émissions *Deux minutes pour votre santé* sont diffusées chaque semaine sur les ondes de onze radios locales alémaniques et quatre romandes, atteignant ainsi 1,4 million

d'auditeurs. Les thèmes relatifs à la santé, à la médecine complémentaire et au bien-être sont traités par des journalistes radio en collaboration avec des droguistes et présentés de manière attrayante pour les auditeurs. *Deux minutes pour votre santé* n'utilise pas un jargon abscons mais transmet de manière sympathique des conseils utiles pour la vie quotidienne.

## Médias spécialisés



### *d-inside*

Le magazine spécialisé pour les drogues et l'organe officiel de l'ASD paraît dix fois par année. *d-inside* contient des informations sur les nouveautés, les tendances, les manifestations, les découvertes scientifiques et les décisions politiques importantes pour la branche. Il présente des personnalités du monde de la

droguerie et contient des offres d'emploi. *d-inside* s'adresse aux propriétaires et directeurs de droguerie, aux droguistes, aux étudiants de l'ESD et aux apprentis ainsi qu'aux partenaires de l'industrie et du commerce.



### *d-mail*

Connaître aujourd'hui l'actualité de demain. La newsletter électronique présente chaque semaine une sélection de nouvelles concernant la branche et l'Association suisse des droguistes. *d-mail* compte plus de 2500 lecteurs issus de la droguerie, de l'industrie et de la politique.



### *drogistenverband.ch*

Le site internet *drogistenverband.ch* est le portail de l'Association suisse des droguistes et fournit tous les renseignements concernant la branche de la droguerie: chiffres du marché, informations détaillées sur le métier de droguiste et les médias de la droguerie, informations sur l'organisation et les activités de l'ASD, adresses utiles.

# La formation

Répondre aux souhaits et aux besoins des clients est une des tâches principales du centre de compétences qu'est la droguerie – ce qui nécessite une formation étendue et approfondie. La formation professionnelle initiale de droguiste avec certificat fédéral de capacité dure quatre ans. Vient ensuite une formation de deux ans à plein temps à l'Ecole supérieure de droguerie de Neuchâtel pour obtenir un diplôme de droguiste ES. Cette formation associe les domaines de l'entrepreneuriat et du management aux connaissances des sciences naturelles et de la médecine complémentaire.

## **Droguiste avec certificat fédéral de capacité (CFC)**

- 4 ans d'apprentissage avec env. 2000 heures de cours en école professionnelle
- maturité professionnelle possible

## **Droguiste dipl. ES**

- 2 ans de pratique professionnelle après la réussite des examens de fin d'apprentissage (1 an avec maturité prof.).
- 2 ans d'études à plein temps (2780 heures de cours) à l'ESD.
- Les 8 ans de formation totalisent 2360 heures de cours dans les domaines des sciences naturelles, de la pharmacologie et de la phytothérapie.
- Près de 60% des coûts de formation sont pris en charge par les droguistes eux-mêmes.

# Les groupements

L'Association suisse des droguistes (ASD) est l'organisation nationale de la branche de la droguerie. Près de 90% des drogueries en font partie. Parallèlement, l'ASD est également composée de différents groupements qui, selon leur orientation, organisent diverses activités de marketing pour leurs membres, s'occupent des achats et de la comptabilité ou encouragent la formation continue et le perfectionnement des droguistes. Cela diminue considérablement les charges administratives des drogueries et leur donne plus de poids dans les négociations avec les fournisseurs, ce qui leur garantit de meilleures prestations. Certains groupements, comme Nux Galenica, sont de simples sociétés d'achats, alors que d'autres, comme Dromenta, Dropa, Impuls ou Swidro, prennent en charge non seulement les achats mais aussi, par exemple, le marketing. Par ailleurs, le groupement Dropa n'offre pas seulement un système de franchise, il possède aussi ses propres drogueries. Outre les groupements, la branche compte également des chaînes de drogueries, comme les drogueries Sanovit, présentes dans les centres Manor.

## **Les groupements actuels de la branche**

Apdrowell, Dromenta, Dropa, Horizont, Impuls, Natur, Nux Galenica, Pedro, Swidro

# Pourquoi les drogueries sont-elles indispensables?

## Les drogueries suisses...

- 1** offrent la garantie, grâce à la formation très complète de droguiste ES qui dure 8 ans, de posséder d'excellentes compétences spécialisées et sociales dans les domaines de la prévention, des soins de santé et de l'automédication.
- 2** appliquent un système d'assurance qualité uniforme qui garantit une qualité élevée lors de la fabrication de médicaments propres (autrement dit selon une formule) et d'autres préparations, ainsi que lors de la manipulation et de la remise des médicaments.
- 3** disposent de toutes les compétences nécessaires à la vente dans le domaine de l'automédication.
- 4** offrent des conseils professionnels dans le domaine de la médecine complémentaire (par ex. l'homéopathie, la phytothérapie ou les sels de Schüssler).
- 5** s'engagent pour une prise de conscience accrue de la responsabilité individuelle en matière de santé et d'automédication.
- 6** ménagent les deniers publics et participent à la réduction des coûts de la santé en fournissant des prestations dans ce domaine sans générer des frais supplémentaires à charge du système.
- 7** financent leurs activités grâce leurs marges et dispensent leurs conseils gratuitement.
- 8** proposent des solutions sûres et avantageuses en cas de maladies bénignes.
- 9** sont l'adresse de référence pour la prévention et la promotion de la santé.
- 10** disposent d'un réseau de distribution très dense, garantissent une grande disponibilité de leurs produits et sont particulièrement proches de la population.
- 11** proposent un vaste assortiment de produits et prestations.
- 12** sont en mesure de s'adapter rapidement aux changements et à la nouveauté.



Association suisse des droguistes

Case postale 3516 | 2500 Bienne 3 | Téléphone 032 328 50 30 | Fax 032 328 50 31 | [info@drogistenverband.ch](mailto:info@drogistenverband.ch) | [www.droguerie.ch](http://www.droguerie.ch)