



Personnes

Couleurs, formes et normes

Évènement Partenaire Rotpunkt 2024 Environ 280 personnes se sont réunies le 29 mai au Bocken (Horgen, Zurich) pour la manifestation annuelle des pharmacies Rotpunkt. Comme toujours, des conférences de premier ordre, une atmosphère de réseautage, des délices culinaires et bien d'autres choses encore étaient au rendez-vous.

TEXTE: JÜRIG LENDENMANN

Les tendances du monde du commerce de détail et les vagues qui se dessinent à l'horizon, c'est ce qu'a expliqué Martin Hotz de Fuhrer & Hotz. Images à l'appui, il a emmené les invités au magasin Boeing-747 de Coach, à la boutique phare Nespresso à Amsterdam et dans les magasins de 's Fachl. Il a expliqué le concept du Stradivarius WAVE Store et a décrit la montée en puissance de la chaîne à bas prix Action, qui prévoit d'ouvrir ses premiers magasins en Suisse en 2025. Selon Hotz, des études ont mis en évidence les tendances suivantes dans le commerce de détail:

- > Le temps devient une ressource cruciale dans les décisions des consommateurs.
- > Les entrepreneurs se focalisent sur moins de mesures lors de la mise en œuvre.
- > Les entreprises considèrent que le plus grand besoin d'action se situe au niveau des systèmes et des processus (par exemple, efficacité, simplicité, fluidité).

«Je n'ai jamais essayé de le faire, je suis donc tout à fait sûr que je vais réussir!»

Fifi Brindacier

- > Les consommateurs sont bien, voire très bien informés lorsqu'ils entrent dans le magasin.
 - > Ce qui importe le plus pour ces derniers, c'est de pouvoir faire leurs achats sans problème (de manière simple, efficace et pratique).
 - > La publicité sur le point de vente: l'information doit être de qualité et apporter une valeur ajoutée, et ne doit pas être perturbante.
- «Qu'est-ce qui est le plus important pour une entreprise: le matériel ou les logiciels – les personnes?», a demandé Hotz. «Dans notre activité de conseil, nous constatons toujours qu'en fin de compte, c'est

l'homme qui fait la différence.» Une étude portant sur l'évolution des compétences au cours des prochaines années, a montré que les aptitudes sociales et émotionnelles seront essentielles à l'avenir, mais le savoir-faire technologique le sera encore plus. «Il y aura un large éventail de nouvelles normes qui devront être développées et internalisées.» Le conférencier a cité Pipi Longstocking comme modèle en termes de prise de risques en matière de nouveauté, «Je n'ai jamais essayé cela, je suis donc absolument sûr que j'y arriverai!» Car, selon Hotz, si l'on n'est pas capable de s'engager dans la nouveauté, on perd toute chance d'évoluer. «Nous devrions arrêter de penser «Nous n'avons jamais fait ça auparavant» et plutôt intérioriser à la pace «C'est super cool, si nous pouvons faire ça, nous serons les premiers.»

Microcapsules multifonctionnelles

Le Prof. Dr. Christoph Meier, de l'Université de Bâle, a présenté le développement d'une nouvelle forme galénique: des microcapsules multifonctionnelles (Template Inverted Particles, TIP) à base d'hydroxyapatite (phosphate tricalcique). Les TIP peuvent être chargés de substances actives: la charge maximale est d'environ 45%. Après séchage et cristallisation, les particules de TIP sont comprimées en comprimés orodispersibles (ODT, Orally Disintegrating tablet) – soit directement, soit, le cas échéant, avec un peu de fluidifiant. Une étude de bioéquivalence avec TIP-Ivermectin et Stromectol® a montré un temps réduit de 25% jusqu'à C_{max} , une biodisponibilité améliorée de 25% et une variabilité réduite de 50%. Le principe actif est rapidement libéré dans la cavité buccale même sans eau. Ce sont surtout les patients en pédiatrie (masquage du goût) et en gériatrie (difficultés de déglutition) qui pourraient en bénéficier le plus. D'autres domaines d'application incluent la médecine de voyage, la médecine vétérinaire, etc.



«Faites de vos vêtements votre identité visuelle!»

Jeroen van Rooijen

Couleurs, formes et normes

«Un bon style peut-il s'apprendre?» a demandé **Jeroen van Rooijen** au public. L'expert en style a raconté comment, à 16 ans, il a «appris la mode» et pris conscience du pouvoir des vêtements. De quels modèles les hommes doivent-ils s'inspirer: Bligg, Jeff Goldblum, Mark Zuckerberg, Sean Connery, Sergio Emoti ou Steve McQueen? Les hommes s'accordent à 90% sur Sean Connery, a déclaré van Rooijen. Pour les femmes, c'est plus compliqué: Amal Clooney, Audrey Hepburn, Billie Eilish, Dua Lips, Kim Kardashian ou Zendaya?

«Le vêtement n'est pas quelque chose de non significatif. C'est une expression élémentaire de la culture», a affirmé l'expert. «Les vêtements sont extrêmement importants, car beaucoup de gens paraissent encore plus beaux avec les bons vêtements.» «Aujourd'hui, tout est très décontracté, on veut être accessible à tous.» Mais quel style convient à l'équipe d'une pharmacie?

Faut-il que ce soit le blanc? Pas nécessairement, selon van Rooijen; il n'est pas indispensable que la tenue soit «froide et clinique». Cappuccino, sauge, vert tilleul, rouge...

Que faut-il éviter dans les pharmacies? «Tout ce que je vois chez les touristes: si le style de vie est trop accentué» explique l'expert en style. «On a bien d'autres occasions d'être soi-même.»

Peut-on se parfumer pour aller au travail? «Les parfums d'aujourd'hui ont une activité brutale; ils ne peuvent pas s'évaporer. Ils devraient être réglementés dans les restaurants gastronomiques.»

Que faut-il penser des faux ongles? «Les salons de manucure et les coiffeurs barbiers pour les hommes sont deux dérives – deux fléaux de notre époque», estime l'expert en style, toujours avec un clin d'œil.

Les shorts ne devraient pas non plus être portés pour travailler en pharmacie. Et par temps chaud, le polyester est à proscrire; le lin, la soie ou les tissus fins sont le bon choix.

Puis-je porter des jeans à la pharmacie? «Si c'est authentique, alors oui», déclare Jeroen van Rooijen. «Mais cela doit se faire en connaissance de cause. Faites de vos vêtements votre thème, votre identité visuelle!» <

JÜRGEN LENDENMANN est docteur en biologie végétale. Après des années de pratique pharmaceutique, il écrit depuis 2001 en tant que rédacteur pour des médias spécialisés. Il travaille pour des médias grand public, principalement sur des thèmes liés à la santé.