

# LÀ OÙ LE CHEMIN NOUS MÈNERA...

Au programme de ce Swiss Pharma Forum: l'avenir. Plus de 150 participants ont suivi les interventions de conférenciers de haut vol sur le thème «Pharmacies et drogueries: quo vadis?». Avec une conclusion essentielle: avec du courage, l'avenir s'annonce toujours plus brillant. Texte: Carmen Hunkeler

En novembre, Sanatrend SA organisait pour la neuvième fois le très apprécié Swiss Pharma Forum à l'hôtel Trafo Baden. Pharmacies, drogueries et représentants de l'industrie et du commerce attendaient avant tout des journées riches en événements et en discussions, et ils n'ont pas été déçus. Après un discours très clair de Fabian Vaucher, président de pharmaSuisse, Stephan Sigrist a présenté un aperçu hypothétique de la pharmacie de demain, en abordant non seulement la question de l'offre, mais également celle des futurs besoins: «Après tout, la capsule Nespresso n'a pas été développée parce qu'on savait que la technologie le permettait, mais parce que tout indiquait que les gens allaient l'aimer.»

Ruedi Andres, Rotpunkt-Pharma AG, Stefan Wild, TopPharm AG, et Christopher Thielen, Rowa Germany GmbH, ont quant à eux présenté les concepts sur lesquels ils travaillent pour le succès de leurs entreprises et pour préparer l'avenir. Tous ces sujets ont donné de la matière pour les débats animés ensuite par Martin Bangerter, président de l'Association suisse des droguistes.

## Des algorithmes pour un autodiagnostic?

Tollé sur les écrans tactiles dotés d'algorithmes numériques pour permettre aux clients des pharmacies de s'autodiagnostiquer. Christopher Thielen, le fabricant, a présenté cet écran comme un «point of sales» supplémentaire améliorant la qualité des services – notamment pour les clients les plus jeunes. Ruedi Andres a insisté sur l'importance du conseil personnalisé. «L'interlocuteur doit être un humain», a souligné Martin Bangerter. Fabian Vaucher était quant à lui plus serein: «Avoir les mêmes produits et les mêmes prestations dans chaque pharmacie, c'est du passé. Le marché doit être dynamique.»

## Start-up numériques qui montent et prise en charge intégrée

La santé est-elle mesurable? C'est la question à laquelle Peter Ohnemus, fondateur de la plateforme de santé numérique dacadoo, a répondu dans son intervention: «Le patient analogique devient de plus en plus numérique.» Kathrin Lehner a présenté un nouveau modèle avec sa start-up: la «numérisation du bouche-à-oreille» mise en pratique par son entreprise coachfrog est en plein essor. Le PDG du groupe Medbase, qui fait depuis l'année dernière partie de Migros, Marcel Napierala, a ensuite abordé le sujet de la prise en charge intégrée. Thomas Hochreutener lui a ensuite succédé à la tribune: le directeur commercial GfK Suisse est revenu sur les dernières évolutions du commerce de détail en Suisse.

## Plan de projet de la révision de la LPT

Enfin, Urs Schneeberger de l'Office fédéral de la santé publique a débattu avec Geni Merz (Merz Marketing) du plan de projet de la révision de la Loi sur les produits thérapeutiques. Pour l'OFSP, la priorité du plan est d'améliorer la prise en charge et la sécurité des patients. Pour Geni Merz aussi, en tant que représentant de l'industrie, ces sujets sont au premier plan. L'OFSP a déjà commencé à modifier la LPT, un projet est déjà rédigé et devrait être soumis à une procédure de consultation de janvier à avril 2017. Une commission spécialisée étudiera la question de la délimitation des produits des listes D et E au printemps/été prochain. Comme toujours, l'argument est très clair: «Tout produit nécessitant un conseil pharmaceutique, médical ou tout autre conseil professionnel ne peut figurer dans la liste E», a expliqué Urs Schneeberger. Il n'est pas prévu non plus de pouvoir reclasser un produit thérapeutique en cosmétique ou en aliment. //

- 1 Discussions approfondies au café du matin: Marianne Grätzer (Rotpunkt-Pharma AG) et David Teleki (L'Oréal).
- 2 Insync: Bruno Messerli (Messerli Display) et Beat Schori (Sanofi).
- 3 L'organisateur Dani Späni souhaite la bienvenue aux invités du Swiss Pharma Forum.
- 4 Innovation: Kathrin Lehner, CEO de coachfrog.
- 5 Fabian Vaucher, le patron de pharmaSuisse, dans son élément.
- 6 Birgit Wagner (Medinova) avec Andreas Baumgartner (Excom Media).
- 7 Salle comble au Trafo à Baden: le public est venu en grand nombre à des conférences de haut niveau.
- 8 La société Rowa était présente elle aussi au Swiss Pharma Forum (de g. à dr.): Zdenek Schmitz, Christopher Thielen, Peter Heinzer (adroplan) et Nicole Schmitz.
- 9 De nombreuses discussions sur le podium. Photo (de g. à dr.): Martin Bangerter (SDV), Christopher Thielen (Rowa), Dr méd. Markus Meier (modérateur), Dr Ruedi Andres (Rotpunkt-Pharma AG), Fabian Vaucher (pharmaSuisse).
- 10 Le futurologue Stephan Sigrist (W.I.R.E.) explique comment pourraient se présenter les pharmacies de demain.
- 11 Peter Ohnemus explique aux invités le fonctionnement de sa plateforme dacadoo.
- 12 Romano Häni (Axanova) avec Birgit Wagner (Medinova) et Romana Friedli-Moretti (fortis concept).
- 13 Barbara Eberhard et Jérôme Beck de Nestlé Health Science avec Sara Zehnder (faktor Zehnder).

Galerie >

Plus d'impressions sur cet événement et d'autres encore sur [www.otxworld.ch/galerie](http://www.otxworld.ch/galerie) (en allemand)



Photos: Sanatrend SA



# OTX|WORLD Le magazine indépendant pour les marchés Rx et OTC 9<sup>e</sup> Swiss Pharma Forum



«Pharmacies et drogueries: quo vadis?»



COMMENTAIRES SUR LE 9<sup>e</sup> SWISS PHARMA FORUM

**Tanja Zimmermann**  
PDG Antistress AG  
Burgerstein Vitamine

«J'ai beaucoup apprécié les débats publics de cette année, car ils ont permis d'aborder différentes problématiques et de se faire une bonne image d'ensemble. Il est intéressant de voir que dans notre secteur, les perspectives d'avenir sont nombreuses. Les prestations et la personnalisation sont certainement les orientations les plus importantes, car l'achat simple peut désormais être assuré par le monde numérique, mais pour la santé, le conseil est essentiel.»



**Herbert Schwabl**  
PDG Padma AG

«Ce qui me plaît dans cette édition du SPF, c'est qu'on ait choisi un sujet moderne, avec une application résolument moderne elle aussi. J'ai particulièrement apprécié l'intervention de Stephan Sigrist du Think Tank W.I.R.E. Pour l'année prochaine, j'aimerais que l'on s'attarde davantage sur les nouveaux défis comme la nouvelle loi sur les produits thérapeutiques, l'ordonnance sur les compléments alimentaires ou encore la loi sur l'assurance-maladie.»



**Gerd Sielker**  
Weleda SA

«C'est la première fois que je viens au SPF. J'apprécie particulièrement l'atmosphère détendue qui règne ici. Le sujet «Pharmacies et drogueries: Quo vadis?» est très important pour notre secteur, car nous sommes de bons partenaires des drogueries et pharmacies, et nous souhaitons le rester. Comment doit-on se positionner à l'avenir pour couvrir leurs besoins?»



**Hans Ruppanner**  
Propriétaire  
move and win

Le SPF est un événement de réseau essentiel car nos partenaires clés de l'industrie et du commerce sont présents, et que ce forum présente toujours des nouveautés intéressantes. Ce matin, j'ai beaucoup aimé l'intervention des groupements de pharmacies ainsi que le débat public, très bien animée. À cette occasion, nous avons clairement vu qu'à l'avenir, ce n'était plus le produit qui devait être placé au centre, mais le client et ses attentes.



**Danny L. Chandler**  
Executive Director  
DL Consulting GmbH

«J'aimerais apprendre quelque chose de nouveau. Il y a un statu quo dans le secteur. On entend par exemple parler depuis longtemps d'une LPTH qui n'arrive pas. Bien sûr, ce n'est pas non plus très bon pour cet événement. Il manque de nouvelles informations, d'une certaine façon. En revanche je suis toujours ravi de venir pour tisser des réseaux.»



**Thomas Roth**  
Directeur des ventes Pharma  
Alcina AG

«Mon but était d'entendre ce que les groupements avaient à dire et de prendre des nouvelles du secteur. Je me réjouis de pouvoir entretenir des contacts... Lors du prochain SPF, on pourrait aborder la place que donnent les chaînes et groupements à la diversité des produits dans leurs magasins. Dans le contexte de la pression croissante sur les prix, cela pourrait permettre de souligner les opportunités et possibilités qui s'ouvrent aux plus petits partenaires.»



**Henry Jager**  
conartix health ag

«Deux raisons me poussent à venir au SPF: les présentations, pour penser à l'avenir, et la possibilité de tisser des réseaux avec mes collègues. J'ai trouvé que les débats étaient très riches, et j'étais ravi de voir qu'il y avait des polémiques et que les participants représentaient différents intérêts. Enfin, j'étais très intéressé d'entendre comment les idées théoriques pouvaient être mises en pratique.»



**Christian Henseler**  
Directeur Primary Care  
Zur Rose Suisse SA

«J'aime le SPF pour deux raisons: d'une part, pour les contacts avec des représentants du secteur. D'autre part, parce que c'est l'endroit où l'on peut découvrir les nouveautés du marché, regarder vers l'avenir et avoir en une journée une vue d'ensemble sur les tendances actuelles et les possibilités qui s'ouvrent. Le mélange des sujets, les intervenants de haut vol et la possibilité d'aborder des questions sur des éléments précis du débat sont également uniques.»