

# Magasins spécialisés: dans la course

Les magasins spécialisés ont le plus souvent un bon feeling sur les principaux intérêts des consommateurs, selon les récents sondages publiés cette fois sur le thème de la «période estivale». Il arrive aussi que ces magasins se trompent dans leurs estimations, par exemple en surestimant la concurrence, du moins pour la vente de produits solaires. *Jürg Lendenmann*

Le sondage OTX World et Vista a livré à nouveau de nombreuses informations surprenantes. Nous avons ressorti et résumé les quatre principales questions.

## Quel est le budget de vos clients en moyenne pour la trousse à pharmacie de voyage?

Les magasins spécialisés (41%) et les consommateurs (38%) citent le plus souvent un budget de 50 francs pour la pharmacie de voyage. Les consommateurs se montrent plus attentifs au prix que ne le supposent les magasins spécialisés. Seuls 20% (hypothèse magasin: 28%) cherchent un bon conseil et non un tarif et presque 12% (4%) ne sont prêts à investir que 30 francs maximum pour ce type de pharmacie.

## Vos clients se font-ils vacciner chez vous?

Parmi toutes les pharmacies qui ont participé au sondage, une seule a répondu «Oui» à cette question. Il ressort côté consommateurs que plus de la moitié (55%) savait que certaines pharmacies effectuaient les vaccinations. Parmi les sondés, d'après une autre réponse des consommateurs, 58% seraient prêts à se faire vacciner en pharmacie. Bilan: le potentiel de la «vaccination en pharmacie» est encore loin d'être épuisé.

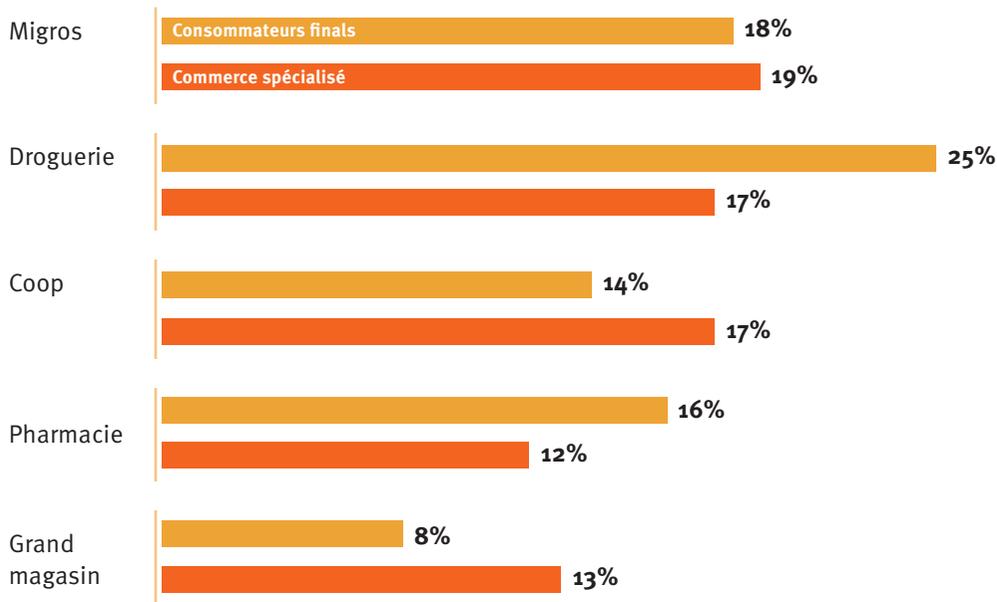
## Quelle importance vos clients accordent-ils aux critères suivants lors de l'achat de produit solaire?

Les magasins spécialisés et les consommateurs s'accordent sur les trois critères les plus souvent cités (somme de «important» et «capital»). Les plus cités sont «indice de protection élevé (30+)», «résistant à l'eau» ainsi que «crème/lotion qui pénètre bien». Les magasins comme les consommateurs attachent aussi une grande importance à «convient à toute la famille». Une différence fondamentale concerne toutefois les critères «composition» et «une seule application par jour suffit». Les consommateurs en tiennent plus fortement compte que les magasins. L'importance accordée par le consommateur à la composition permet de conclure que l'achat se porte sur des produits de grande qualité ainsi que sur ceux sans effets secondaires éventuels (mot clé: allergie). ■

## Où achetez-vous votre protection solaire pour les vacances?

### Où, selon vous, la plupart des consommateurs achètent-ils leur protection solaire pour les vacances?

(Plusieurs réponses possibles)



Le magasin spécialisé sous-estime sa position lors de l'achat de produit solaire. La différence est particulièrement frappante pour les leaders effectifs: alors que les magasins spécialisés estiment à 17 pour cent des consommateurs seulement les achats de produit en droguerie, 25 pour cent des consommateurs y font de préférence leurs emplettes.

Source: sondages «Période estivale» Vista et OTX World (en allemand)

## Le «Baromètre», un début de solution

Qui détermine le marché? Que «pense» celui-ci et comment évolue-t-il? Quelles sont les tendances durables? Disposer des réponses à ces questions permet de développer ses affaires en conséquence et de proposer des solutions d'actualité au bon moment. C'est pourquoi Sanatrend SA mène régulièrement des enquêtes auprès des consommateurs finals et des pharmacies et drogueries. Dix thèmes sont ainsi traités chaque année. A cela s'ajoutent des questions d'actualité sur des événements et sujets du moment. Certains détails de ces sondages B-to-B sont disponibles sur [www.otxworld-barometer.ch](http://www.otxworld-barometer.ch). Le détail des sondages B-to-C est visible sur [www.vista-barometer.ch](http://www.vista-barometer.ch) (en allemand).