

# «A la pharmacie, je préfère rester anonyme»

A la fin de l'automne 2023, Cedric Schild, humoriste, professionnel des réseaux sociaux et comédien suisse alémanique, est devenu l'emblème des pharmacies suisses pour lesquelles il s'est montré actif en tant qu'ambassadeur de la campagne «Consultation en pharmacie». Depuis, Cedi, tel qu'il est surnommé de l'autre côté de la Sarine, a publié avec son équipe un film sur les arnaques aux faux petits-enfants, lancé son one man show et joué le rôle de «Smetterling» dans la série culte Tschugger. Nous vous proposons un point de situation avec le sympathique Zurichois.

INTERVIEW: MARTINA TSCHAN, SOCIÉTÉ SUISSE DES PHARMACIENS



## **Cedi, comment vas-tu?**

«De nouveau mieux. J'avais attrapé un petit refroidissement après un spectacle. Grâce au vaccin contre la grippe, c'est resté bénin, et après un passage en pharmacie, un médicament éprouvé m'a remis sur pieds.»

## **Quels sont tes objectifs pour 2025?**

«J'essaie simplement de reprendre là où nous nous étions arrêtés. Le plaisir de créer prime sur tout, c'était déjà le cas en 2024. La différence réside peut-être dans le fait que je peux envisager les projets à venir avec un peu plus de sérénité: mon premier one man show est derrière moi et le film sur les arnaques aux faux petits-enfants a également été un grand succès. Je pense que nous sommes sur la bonne voie.»

## **Quelles ont été les réactions à ton engagement en tant qu'ambassadeur des pharmacies?**

«Totalement positives: toutes les personnes de mon entourage se sont amusées, mais surtout, elles ont perçu de l'authenticité. C'était une situation win-win pour tout le monde.»

## **Pourquoi as-tu accepté ce mandat?**

«J'ai eu un bon sentiment dès le début. De plus, je trouvais tout à fait judicieux de faire comprendre aux gens qu'il ne faut pas se précipiter aux urgences à la moindre bagatelle. Cela permet de réduire l'affluence dans les cabinets médicaux et aux urgences, ce qui, au final, nous aide tous.»

## **Qu'as-tu appris sur les prestations fournies en pharmacie?**

«Que l'on peut obtenir de nombreux médicaments sans ordonnance médicale, et pourtant, cela s'avère plus difficile qu'on ne le pense. Une fois, j'ai essayé en vain d'obtenir une boîte de Resyl-Plus,

des gouttes contre la toux, dans trois pharmacies différentes alors que je souffrais d'une toux persistante...»

## **Et quelle prestation proposée en pharmacie recommanderais-tu personnellement?**

«Le conseil en santé sexuelle, bien sûr. What else ?»

## **As-tu été reconnu lors de tes consultations en pharmacie après le lancement de la campagne?**

«Je pense que les gens de ce milieu sont suffisamment professionnels pour ne pas l'avoir laissé paraître, si tant est que cela ait été le cas.»

**Est-ce que l'image que tu te faisais des pharmacies a changé depuis que tu es ambassadeur de la campagne?**

«Uniquement en bien. Les pharmaciennes et pharmaciens en blouse blanche étaient déjà pour moi comme des médecins qu'on ne doit pas attendre. Avec juste le stéthoscope en moins.»

**As-tu déjà envisagé d'intégrer le thème de la pharmacie dans ton one man show?**

«C'est un spectacle d'humour et on dit bien que le rire est le meilleur remède. Alors si je devais manquer de blagues, je recommanderais certainement à mes spectatrices et spectateurs d'aller à la pharmacie.»

**En parlant de one man show: est-ce que tu t'attendais à ce que tous tes spectacles soient complets?**

«On ne sait jamais rien de tel à l'avance. Nous venons du monde connecté en ligne et la scène a été une expérience totalement nouvelle pour nous. C'est du coup étonnant que tout ait si bien fonctionné dès le premier instant.»

**Est-ce que cela veut dire que le show va être prolongé?**

«Bien sûr. De nombreux spectacles sont déjà complets pour la nouvelle année et d'autres dates viendront s'y ajouter. Et pour que cela ne devienne pas ennuyeux, nous adaptons toujours le texte, réécrivons les scènes ou essayons de nouvelles choses.»

**Quelles sont les différences entre «être sur scène» et «être devant la caméra»?**

«Devant la caméra, tu as un script auquel tu dois te tenir. De plus, tu as plusieurs essais avant de réussir ta prise. Sur scène, cela devrait au mieux fonctionner du premier coup. Cela demande à son tour beaucoup de travail, comme les répétitions, la mémorisation des textes ou l'interaction avec la technique.»



**Vous avez créé votre propre communauté avec «Izzy Projects», celle-ci se compose principalement de jeunes. Comment se présente ton public sur scène?**

«C'est un peu comme un puzzle Ravensburger: de 15 à 99 ans, il y a de tout. Au début, il y avait surtout des jeunes, mais avec le temps, la moyenne d'âge a un peu augmenté, je trouve que c'est bien de s'adresser à un public intergénérationnel.»

**Avec le film sur les arnaques aux faux petits-enfants, vous avez non seulement remporté un grand succès, mais vous avez également pu vous positionner dans une niche en présentant un journalisme d'investigation divertissant et cependant implacable. Peut-on s'attendre à d'autres projets de ce type?**

«Avec <Izzy>, nous avons toujours mis en lumière de tels dysfonctionnements sociaux. Nous sommes un peu le Bon à savoir de la rue. Nous avons présenté le thème de l'escroquerie aux faux petits-enfants dans un format plus long et acquis ainsi une expérience précieuse.»

Nous savions déjà comment raconter une histoire en dix minutes sur Instagram. Pour le film sur les arnaques aux faux petits-enfants, nous avons investi 12 mois pour la recherche, les prises de vue, le montage, nous avons produit ce qui nous a semblé être 1000 versions et nous avons finalement obtenu 80 minutes de film.»

**VOTRE SOLUTION SANTÉ**  
 VOTRE PHARMACIE 

**Comment s'est déroulé le tournage de Tschugger et comment se poursuit ta carrière d'acteur?**

«Smetterling n'était au début qu'un rôle insignifiant, mais il s'est développé au fil des saisons. Je pouvais très bien m'identifier à lui; surtout parce que j'avais une grande confiance dans les réalisateurs. Le scénario et les gens me convenaient à 100 %.»

**Tu es actuellement partout en première ligne sous les feux de la rampe. Est-ce que tu vis bien avec ce rôle? Et est-ce que c'est aussi le cas pour ton équipe chez «Izzy»?**

«Il faudrait bien sûr poser la question aux autres. Mon impression? C'est toujours la cause qui est importante, et non moi. Les vraies stars, ce sont toutes les personnes qui m'accompagnent ici et qui rendent tout cela possible. Nous nous connaissons désormais par cœur, nous avons grandi dans nos rôles et nous nous y sentons bien.»

**Comment gères-tu ta notoriété? On t'interpelle probablement désormais à chaque coin de rue?**

«Au début, c'était certainement inhabituel. Il m'a fallu un moment pour comprendre que les 10 000 likes sur les réseaux sociaux sont de vraies personnes qui s'intéressent réellement à notre travail et qui en sont enthousiastes. Je prends toujours volontiers le temps d'un selfie ou d'un bref échange. La plupart du temps, je trouve les gens plutôt réservés et très amicaux.»

**Comment gères-tu en fait la pression de créer sans cesse de nouvelles idées?**

«Chez nous, tout le monde apporte des idées nouvelles. Les idées en soi ne sont pas un problème, c'est leur mise en œuvre qui constitue le grand défi. Parfois, ça ne marche pas. Se séparer alors d'idées dont on était convaincu au départ peut être douloureux.»

**Peux-tu nous donner un exemple?**

«Nous avons récemment produit un grand projet et avons déjà monté une demi-heure de contenu prêt à l'emploi. A la fin, nous en avons discuté en

équipe et nous avons constaté que cela ne fonctionnait pas. Sur le moment, j'étais bien sûr un peu énervé, mais à la fin, il était tout simplement préférable de laisser tomber et le projet a fini à la poubelle.»

**Vous faites en partie financer vos contributions «Izzy» par des sponsors en toute transparence. Avez-vous déjà été critiqués pour cela?**

«Nous aussi, nous devons financer

notre travail d'une manière ou d'une autre, les gens le comprennent généralement. Mais nous choisissons nos annonceurs avec beaucoup de soin et nous posons toujours la question de ce qui nous convient et avec qui.»

**En guise de conclusion: si tu entras maintenant dans une pharmacie, qu'est-ce que tu demanderais?**

«Une boîte de gouttes Resyl-Plus, merci beaucoup !»

**Quel type de patient-e êtes-vous ?**



**Une grande chance de gain avec le nouveau test de connaissances!**

Après une première année de campagne réussie, la Société Suisse des Pharmaciens pharmaSuisse poursuit sa campagne nationale en 2025 sur le thème de la consultation en pharmacie. Au cœur de l'action: le nouveau test de connaissances, qui permet de gagner notamment trois merveilleux week-ends de bien-être.

En février, un nouveau test de connaissances divertissant a été mis en ligne sur le site internet de la campagne [www.votre-solution-santé.ch](http://www.votre-solution-santé.ch). On y apprend de manière ludique pour quels problèmes de santé il faut aller chez le médecin ou aux urgences et pour lesquels on peut se rendre facilement et simplement à la pharmacie de confiance. A gagner: trois week-ends de bien-être dans l'Oberland bernois et encore bien d'autres prix attrayants.

**Le message de la campagne reste le même:** dans toute la Suisse, les pharmacies jouent un rôle central et important pour les soins médicaux de premier recours. Son objectif est ainsi de mieux faire connaître les nombreuses prestations proposées par les pharmacies.

Elle reprend les courtes vidéos amusantes et informatives de Cédric Schild, l'ambassadeur de la campagne. Grâce à la large présence de l'humoriste suisse alémanique dans les réseaux sociaux et à la propre communauté toujours plus nombreuse de la campagne, les contenus sont entendus et trouvent davantage d'écho.

En outre, la campagne est rendue de plus en plus visible dans toute la Suisse sur différents canaux en ligne et imprimés. L'essentiel est de pouvoir montrer qu'en Suisse, **les pharmacies sont le premier point de contact pour les questions de santé.** Ce qui permet de désengorger les cabinets des médecins de famille et les services d'urgence surchargés.

