

20 ANS APRÈS LE DÉBUT D'UNE NOUVELLE ÈRE

C'est entourée de partenaires commerciaux et d'amis que Sanatrend SA a fêté le jubilé de ses 20 ans au Bienengarten de Dielsdorf, de façon à la fois opulente et originale. La maison d'édition de Neerach regarde vers l'avenir grâce à une équipe rajeunie et percutante.

Texte: Jürg Lendenmann

«Le 24 mars 1996, Kaspar Weber, Herbert Marti, Danny Chandler et moi-même avons créé Sanatrend», se souvient Dani Späni, administrateur délégué de Sanatrend, lors du jubilé qui a eu lieu fin juin au Bienengarten de Dielsdorf. «Après le Feelgoods Mail et les magazines spécialisés OTX World et OTC World, devenus aujourd'hui OTXWORLD, nous avons racheté le magazine de santé Vista puis créé plusieurs projets en ligne.» De nouveaux concepts stratégiques auraient encore pu voir le jour aux côtés du rédacteur en chef Markus Meier. Après son départ fin 2015, c'est Hans Wirz qui a assuré l'intérim de ce poste.

Aujourd'hui ce dernier présente celles qui lui ont succédé: Vivien Wassermann, la nouvelle rédactrice en chef de Vista, et Carmen Hunkeler, qui reprend les rênes de la rédaction d'OTXWORLD. La DRH Karina Schildknecht en est convaincue: «Avec cette toute nouvelle équipe, nous entrons dans une nouvelle ère.» Dani Späni dévoile ensuite quelques objectifs de l'éditeur: «Nous voulons sortir de nouveaux produits, continuer d'étendre OTXWORLD entre gynécologues et dermatologues et aussi renforcer le secteur hospitalier. Avec votre soutien, nous pouvons relever ces défis avec succès.»

Quant à l'engagement surprise de la jeune poétesse slam Hazel Brugger, il démontre que chez Sanatrend l'humour est un composant essentiel de la réussite.

Les voix du réseau sur le jubilé

Fabian Vaucher, PDG de pharmaSuisse: Il y a longtemps que Sanatrend a réussi ce que d'autres publications tentent toujours en vain de faire: gagner un lectorat multidisciplinaire. Bravo pour cet exploit et pour sa longévité!

Pierre-Alain Widmer, directeur général des Ventes de Weleda SA: «Pour nous Sanatrend ce n'est pas n'importe quel éditeur mais le «Blick de la pharmacie suisse», comme nous l'appelons parfois entre nous. Sanatrend est rapide, moderne et pas compliqué. Il bénéficie d'un réseau dense sur le marché et en fait profiter ses fournisseurs. Il ne se contente pas de vendre des



Du rire aux larmes: le slam poétique de Hazel Brugger a enthousiasmé le public.

publicités mais assure aussi un rôle de «conseil» en apportant des idées et concepts auxquels le fournisseur n'avait pas pensé.»

Stephan Künzler, directeur Marketing chez Amedis-UE SA: «Grâce à OTXWORLD de Sanatrend, Amedis communique activement avec ses clients. De même, Amedis bénéficie de son extraordinaire réseau dans l'industrie, avec les parties prenantes, les clients, etc. La force de Sanatrend, c'est incontestablement son journalisme actif et ses contributions judicieuses aux moyens de communication, conjugués à une équipe sympathique et compétente.»

Rinaldo Just, directeur Marketing & Vente de Topwell-Apotheken AG: «20 ans de passion et d'investissement. Je souhaite à Dani Späni et son équipe de vivre encore de nombreuses années de succès. Topwell est et restera partenaire de Sanatrend.»

Andy Bürki, directeur de publicité à Zurich, membre du CD de NZZ Media Solutions SA:

«Depuis près de 10 ans, autrefois chez Tamedia SA et aujourd'hui pour NZZ Mediengruppe, j'ai eu l'honneur de mener de dures mais justes négociations avec Dani et je sais pouvoir compter sur Vista comme partenaire de nos produits. L'équipe de Sanatrend avec Dani à la barre comme «Master of Sales» a toute mon estime pour son style à la fois proactif et dynamique. Affrontant au large les flots d'un univers médiatique multiforme et des défis structurels permanents, ils impressionnent par la justesse de leur Vista et leur portée inégalée. Ils exigent des résultats et par leur disponibilité, favorisent un merveilleux partenariat.»

Sanatrend est le partenaire idéal. Il apporte à notre lectorat commun des connaissances approfondies et suivies sur le marché de la santé. Un vrai plus pour nos lecteurs et lectrices et donc aussi pour les publicitaires.» //