

vitawell vu par les exposants

Le salon des professionnels de la pharmacie, de la santé et de la beauté, vitawell, est bouleversé. Le changement d'organisateur modifie le concept du salon qui se tiendra à Zurich et à Lausanne. Qu'en disent les exposants ? Quels sont leurs besoins ? OTX World a glané des informations sur le salon lui-même.

Interviews : Jürg Lendenmann, Miriam Röthlisberger

- 1 Êtes-vous satisfait du vitawell 2008 ?
- 2 Approuvez-vous le nouveau concept prévoyant deux sites ?
- 3 À quels besoins doit répondre un salon pour que vous participiez ?



Fredy Gremlich, Directeur des ventes Voigt SA

- 1 Pour nous, dimanche fut le meilleur lancement depuis des années. Nous avons reçu beaucoup de visiteurs. Nos attentes ont été comblées. Bien sûr, notre jeu de hasard et la présence de Miss Suisse sur notre stand ont aussi contribué à ce succès. L'important est surtout la présence des décideurs qui ont pris rendez-vous à l'avance.
- 2 Je suis sceptique. Les deux sites atteindront-ils la taille critique ? Pour nous, cela impliquerait une majoration du coût initial et des frais de personnel.
- 3 La présence du groupe cible principal, pharmaciens et droguistes, doit être proportionnelle aux moyens investis. De nos jours, ce n'est plus le nombre de rencontres qui compte, mais les contacts personnels précieux qui ont lieu dans ce contexte.



Thomas Schwarz, Directeur commercial Suisse alémanique, Zambon Schweiz SA

- 1 Hier dimanche, oui. Aujourd'hui, le public est restreint, que ce soit les assistants en pharmacie ou les acheteurs. L'année dernière, le lundi avait été meilleur.
- 2 En principe oui. Je suis favorable au site de Zurich en automne car cela nous rapproche de la Suisse orientale. Mais pour nos « produits d'hiver », le printemps à Lausanne va compliquer les choses, car les produits contre les rhumes sont commandés à l'automne, pas au printemps. vitawell est important pour la constitution de réseaux. Sans ce salon, beaucoup de contacts pris en dehors de vitawell vont disparaître. En un mot, la plate-forme est nécessaire, mais ne doit pas être divisée.
- 3 La fréquentation, des acheteurs comme des assistants en pharmacie ! Il est aussi important de se mettre en réseau avec l'industrie.



Stephan Bosshard, Directeur des ventes Consumer Healthcare Suisse, Vifor SA

- 1 Le tassement de l'importance du salon est une tendance qui se poursuit. Cette année, j'ai été étonné de voir un nombre relativement élevé de personnes acheter, probablement plus que l'année dernière. Il m'est difficile d'évaluer l'avenir de ce salon. Je ne sais pas s'il est bon de poursuivre sous la forme actuelle.
- 2 Si la formule reste telle quelle, je n'y vois aucun avantage. Prendre Zurich comme lieu d'implantation pour la Suisse alémanique n'amènera pas grand-chose. Organiser deux salons au lieu d'un, cela coûtera le double à l'industrie. Je doute que les exposants qui sont ici participeront une deuxième fois dans l'année, surtout en Suisse romande, où Sun Store organise le salon Mednat Expo ouvert au public et aux professionnels.
- 3 De nos jours, l'industrie apprécie de pouvoir discuter avec le commerce spécialisé. Mais elle devrait aussi développer ses contacts avec le public, pour obtenir un meilleur feed-back. Cela nous manque car nous agissons toujours avec des intermédiaires (le commerce spécialisé). Un salon « divisé en deux » pourrait être intéressant de ce point de vue : une journée pour les professionnels, l'autre pour les consommateurs finaux, avec bien sûr une offre en conséquence.



Ruedi Kuster, Chef du service Vente aux commerces spécialisés, Hänseler SA

- 1 Cinq heures que je suis là et je suis content. Il y a beaucoup de visiteurs à midi et le taux de commandes est aussi très bon, ce qui est essentiel étant donné le coût élevé du salon.
- 2 Difficile à dire. Sur le principe, je trouve que c'est bien de séparer. Les exposants peuvent décider librement où participer. Mais il est dommage que de moins en moins de sociétés pharmaceutiques exposent. Le vitawell va bientôt se dégrader comme la Muba.
- 3 Un plus grand nombre d'exploitants devrait venir. Il y a actuellement beaucoup de collaborateurs et peu d'exploitants.



Fritz Müller, Directeur Marketing & Ventes, Iromedica SA

- 1 Les taux de fréquentation et de contacts étaient plus bas que l'an dernier. Côté commandes et chiffre d'affaires, les résultats répondent à nos attentes.
- 2 Je ne suis pas du tout favorable à ce concept. Pour nous exposants, deux sites, cela signifie doubler les coûts. L'an prochain, vitawell ne se tiendra qu'à Zurich. À mon avis, ce n'est intéressant ni pour La Suisse romande ni pour le Plateau.
- 3 De nombreux décideurs devraient être présents. Les assistants en pharmacie aussi, mais tout compte fait, nous sommes là pour rencontrer des interlocuteurs qui décident d'un assortiment.

- 1 Pourquoi n'avez-vous pas participé au vitawell ?
- 2 Approuvez-vous le nouveau concept prévoyant deux lieux ?
- 3 À quels besoins doit répondre un salon pour que vous participiez ?



Christoph Glasstetter, Directeur des ventes OTC, Merz Pharma (Suisse) SA

- 1 Mes objectifs personnels ont été atteints. Je m'explique : je ne tiens pas de stand mais j'exploite ici mes connaissances et mes contacts en situation. J'ai eu des « small talks », (ces petits entretiens typiques si importants) avec des fournisseurs, des clients et des concurrents.
- 2 Je ne pense pas que ce concept soit applicable tel qu'il est programmé aujourd'hui. La branche est trop limitée pour ça : deux sites augmenteraient le coût financier sans accroître le chiffre d'affaires en proportion. Il est en effet peu probable que les salons de Zurich et Lausanne rassemblent à eux deux plus de visiteurs que n'en compte Berne aujourd'hui.
- 3 On a toujours besoin de se rencontrer. C'est vrai pour les fournisseurs comme pour les droguistes et les pharmaciens. Mais personne n'a de solution optimale pour que ça se fasse. Le point de départ serait de prévoir plus de formation continue. Des formations faisant gagner aux pharmaciens des points FPH pourraient attirer du monde. Le côté multilatéral est important, l'aspect purement salon sera de plus en plus refusé. Un salon doit être une opportunité de faire des rencontres, un lieu où on peut se voir et discuter.



Markus Hinder, Directeur Marketing & ventes, Omida SA

- 1 Le positionnement du salon est flou. C'est pourquoi le groupe cible visé n'est pas assez représenté. L'estimation du nombre de visiteurs de vitawell pour cette année le montre : comparé à l'an dernier le nombre de droguistes diplômés a diminué d'environ 40 pour cent et le groupe cible « autres » a été multiplié par 1,8.
vitawell doit mieux répondre aux besoins des acteurs du marché. On devrait par exemple organiser l'assemblée générale de l'Association suisse des droguistes à proximité de vitawell, prévoir des occasions de rassemblements ou de réunions d'associations.
- 2 Que vitawell se tienne à Zurich ou à Berne n'est pas important. Il faut avant tout répondre aux besoins. À Lausanne, la présence de groupements est encore plus importante.
- 3 Il faut enrayer cette tendance à la baisse du nombre de visiteurs parmi les droguistes diplômés. Il faut un salon, mais qui présente un intérêt.