

Vista EXPO : optimisation parfaite

Les attentes face à la deuxième édition de ce jeune salon étaient élevées. Le concept optimisé de Vista EXPO 2011 a convaincu à tous les niveaux. Le public, venu en grand nombre malgré le beau temps, l'a plébiscité. Le StageOne Convention Hall, à l'atmosphère sympathique et conviviale, s'est avéré le lieu idéal pour le réseautage.

Jürg Lendenmann



Les importants préparatifs préalables au deuxième salon Vista EXPO ont été payants : malgré le magnifique temps printanier du week-end, le nombre de visiteurs a largement dépassé les attentes, tant des organisateurs que des exposants (voir commentaires, ainsi que www.vistaexpo.ch et www.pharma-blog.ch). Environ 4000 visiteurs (exposants non inclus) se sont rendus à la foire. Fait étonnant, il ne s'agissait pas uniquement de seniors intéressés : le grand nombre de jeunes visiteurs a également démontré que le thème de la santé était d'actualité pour les jeunes âgés de 15 à 30 ans.

Attrayant à plusieurs niveaux

La situation idéale du salon a contribué à son succès : Zurich jouit d'une position centrale et le StageOne Convention Hall est à deux pas de la gare de Zurich Oerlikon. Là, une première surprise attendait les visiteurs : deux cyclo-poussettes électriques faisaient la navette entre la foire et la gare. Ceux qui ne souhaitaient pas

marcher trois minutes ou qui voulaient simplement tester ces cyclo-poussettes modernes ont pu en profiter.

Les tests de santé ont remporté un franc succès. Avec leur ticket d'entrée, les visiteurs ont reçu un carnet de tests dans lequel les différents résultats des tests ont été notés. Ces tests et conseils gratuits étaient fournis par des spécialistes, tels des médecins, des pharmaciens et des nutritionnistes. Une autre attraction de la foire a sans conteste été la Droguerie Dropa, moderne et parfaitement équipée.

Congrès CAP - un complément idéal

Le grand nombre de visiteurs venus le dimanche déjà est également dû à l'excellente organisation du congrès de formation CAP, qui a eu lieu en même temps. Les pharmaciens et assistants en pharmacie intéressés ont été recherchés en bus à différents endroits de la Suisse, puis ramenés le soir.

La plupart des exposants n'avaient pas compté avec un nombre important de jeunes droguistes et pharmaciens avant le lundi. Et pourtant, le dimanche après-midi, certains stands étaient déjà en rupture de stock d'échantillons et de gadgets. Dès lors, il ne restait plus grand-chose pour les visiteurs venus le lundi.

Propice au réseautage – aussi entre spécialistes

Le samedi soir, en plus d'un excellent repas, un spectacle captivant attendait les exposants : Roswitha Döbeli (www.artonair.ch) a envoûté son public avec un incroyable spectacle – un mélange parfaitement réussi entre art et danse, le tout sur deux tissus aériens rouge sang. Outre cet événement spectaculaire, l'atmosphère conviviale de la salle a créé un climat de confiance et suscité des conversations approfondies tout au long du salon. Un moment propice au réseautage ! L'idée de séparer spatialement les secteurs B2C et B2B s'est avérée particulièrement probante. Ainsi, les représentants de l'industrie, de groupements et de magasins spécialisés ont eu l'occasion de s'entretenir en toute tranquillité.

3^e édition de Vista EXPO prévue du 8 au 10 septembre 2012 !

La troisième édition de Vista EXPO est prévue en automne 2012 au lieu du printemps. Elle se déroulera pendant le deuxième week-end de septembre. Ce changement a été plébiscité par la plupart des exposants. La prochaine édition fera également l'objet de nombreuses améliorations. Au revoir et à l'année prochaine ! ■



Thomas Schwarz, directeur des ventes, Suisse alémanique chez Zambon Suisse SA : « Notre stand a accueilli beaucoup plus de visiteurs que l'an dernier – pas seulement le dimanche, jour de la formation CAP. Le panel de visiteurs était correct et le public professionnel est également venu samedi et dimanche. Comme nos produits sont « adaptés à l'hiver », repousser le salon à l'automne nous conviendrait parfaitement, cela nous permettrait d'enregistrer plus de commandes globales. »



Ruedi Kuster, chef de service chez Hän-seler AG : « Le salon marche très bien, bien mieux que l'an dernier. Nous avons pour la première fois cette année participé au carnet de commandes. Nous sommes ravis du nombre de commandes enregistrées. Globalement, l'automne nous conviendrait mieux, mais ce n'est pas vraiment décisif. Je souhaiterais un peu plus de publicité en Suisse orientale. »



Beatrice Zanga, directrice de BZ Collection : « Le salon était mieux préparé, tout le monde était bien informé et le personnel est très motivé. Le concept est bon, les locaux sont beaux. La fréquence des visiteurs était, jusqu'à maintenant (dimanche), bien plus élevée que l'an passé. A la gare, le salon devrait être mieux indiqué, les possibilités de restauration sont plutôt modestes cette année et l'identification des professionnels pourrait être plus claire. »



Dr Federico Geiser, Sales & Key Account Manager chez IBSA Institut Biochimique SA : « Nous avons eu plus de visiteurs que l'an dernier et j'ai une bonne impression du salon. Toutefois, les visiteurs venus aujourd'hui (dimanche) n'étaient pas habitués à acheter. Nous attendons les personnes correspondantes lundi. Pour nous, il est préférable que le salon ait lieu au printemps car les manifestations sont nombreuses en automne (ASD, par exemple). »



Michele Borri, Head of Sales chez Novartis Consumer Health : « J'aime beaucoup ce salon. Comparé à l'année dernière et malgré le beau temps, nous avons eu beaucoup plus de visiteurs. La séparation entre grand public et professionnels est bonne, l'idée du congrès CAP est excellente. La construction du stand a été parfaite, tout se trouvait sur place. »



David Pestalozzi, CEO/propriétaire de Bio-Strath AG : « J'ai été étonné de la grande affluence des clients tôt le matin et du nombre de collaboratrices venues sur notre stand. La vente par la droguerie Droga n'a pas marché comme nous l'avions espéré ; il serait préférable de pouvoir vendre nos produits directement sur notre stand, mais à la caisse Droga : la conclusion de ventes est motivante. Nous sommes très satisfaits que le prochain salon Vista EXPO ait lieu en automne. »



Thomas Roth, Country Manager Suisse chez Sidroga AG : « Je suis agréablement surpris par l'affluence malgré le beau temps. Nous avons pu présenter notre nouveau concept et tester l'attrait des nouveaux thés et emballages. Pour nos produits haut de gamme, il est important que les clients puissent sentir l'arôme. Car ils n'achètent les thés bios que s'ils sont convaincus de leur qualité. Le salon en automne – la haute saison pour nous – serait parfait. »



Hans-Ruedi Schweizer, directeur Marketing & Ventes chez Spagyros AG : « Le salon Vista EXPO convainc les visiteurs grâce à une animation agréable et diversifiée qui ne fait pas oublier le sérieux de la santé. Cette année, il a été possible de créer un agréable mélange de public professionnel et de consommateurs finaux. L'exposition est moderne et fluide. Il est difficile de savoir si, en plus des sacs pleins d'échantillons, de produits originaux et d'articles publicitaires, les gens repartent avec des informations nuancées sur les produits. »



Dr Ruth Amstein, Zurich Heart House : « Nous avons fait des rencontres précieuses sur notre stand. Outre des personnes âgées avec des problèmes cardiaques que nos médecins ont examinées et à qui ils ont recommandé – selon les résultats d'analyse – des examens complémentaires, j'ai été étonné de voir que de nombreux jeunes s'intéressent à la santé et à la nutrition. Ceci montre que la jeune génération attache de l'importance à la santé ainsi qu'aux problèmes de surpoids et de tension artérielle. »