

La santé vécue de très près

Au terme de la quatrième édition de Vista EXPO, les organisateurs tirent un bilan mitigé. Mais les trois jours du salon de la santé n'ont pas été infructueux pour autant, offrant de nombreuses possibilités de nouer des contacts, d'accroître sa notoriété et d'étendre ses connaissances.

Daniel M. Späni

Les trois derniers jours de septembre étaient entièrement placés sous le signe de la santé: la quatrième édition du salon Vista EXPO a attiré tant les professionnels que les consommateurs finaux. Les résultats ont cependant été variables selon les jours et la météo (voir déclarations ci-contre).

La coopération avec l'Inselspital de Berne a sans conteste été un point fort. Des médecins et soignants ont présenté leur travail et leurs domaines de spécialité à un vaste public. Les deux exercices d'urgence quotidiens et les divers tests gratuits, notamment, ont éveillé la curiosité de bien des visiteurs.

Le premier soir, l'enthousiasme des exposants était modéré. Ils espéraient davantage du nouveau site de Berne ainsi que des autres innova-

tions et attendaient de surcroît un public plus nombreux. La possibilité de se remonter le moral en dégustant le traditionnel apéro des exposants au bar OTX World a donc été largement utilisée.

La seconde journée a débuté par un feu d'artifice: les participantes au congrès CAP ont débarqué à Berne par cars entiers et se sont ruées au salon pendant la longue pause de midi. Beaucoup d'exposants ont été littéralement pris d'assaut, d'autant que les consommateurs finaux étaient eux aussi venus en masse vivre la santé. Le ciel couvert et les températures fraîches n'y étaient certainement pas étrangers.

Enfin, le lundi a été prioritairement consacré aux discussions et aux contacts entre professionnels.

Chaque journée du salon avait ses propres présentations spéciales ou événements à offrir: ainsi, le lundi, l'IFAK organisait sa journée du futur, animée par le Dr méd. Markus Meier. Des conférenciers renommés ont évoqué l'avenir des officines et abordé des thèmes tels que le géo-marketing (Markus Häfeli, GfK Switzerland), les médias sociaux (Klaus Abele, OCHO VENTURES SA), les applications pour smartphones (Beat Losenegger, HCI Solutions SA) ou la nouvelle carte d'assurance (Hans-Peter Schönenberger, SASIS SA). Les participants, peu nombreux mais très intéressés, ont bénéficié d'un aperçu complet de la pharmacie de demain. ■

Déclarations de quelques exposants de la 4^e Vista EXPO



Roger Bachmann, responsable Commerce conventionnel, Bio Partner Schweiz AG

«Nous ne sommes pas venus au salon pour vendre beaucoup mais pour soigner notre image de marque et nouer de nouveaux contacts, et cela marche! C'est notre troisième participation, dans le but de créer une continuité et de nous faire mieux connaître en tant que grossiste. Avant, on nous associait uniquement aux cosmétiques naturels. Grâce à Vista Expo, entre autres, les visiteurs prennent conscience de l'ensemble de notre assortiment. Nous aurions aimé que les professionnels, surtout les décideurs, soient plus nombreux.»



Daniel Schwery, Brand Supporter, Curaden International AG

«Je préfère ce salon, plus grand et mieux structuré, à celui de Zurich. Je l'imaginai toutefois plus grand encore et il est dommage que les professionnels – le vrai public cible – se soient faits rares. La collaboration avec l'Inselspital est un point fort. Les visiteurs ont notamment apprécié les interactions, les conférences et la participation aux concours. On voit que Vista EXPO n'en est pas à son coup d'essai: l'organisation est excellente et tout se déroule sans heurts.»



Dominique Reusser, direction de la marque Dr. Hauschka Schweiz, WALA Schweiz GmbH

«Le salon a pour l'instant été très positif pour nous, nous avons pu nouer de précieux contacts et acquérir de nouveaux clients. Notre stand propose les médicaments WALA et la ligne de soins spéciale Dr. Hauschka Med. Les deux étant des marques fortes dans le commerce spécialisé, notre présence dans le secteur B2B est optimale. J'aurais souhaité plus de public professionnel le lundi.»



Dr Federico Geiser, Sales, Key Account et Product Manager, IBSA

«Mon bilan intermédiaire: le samedi a été mauvais, mais le dimanche très bon. Lundi fera pencher la balance, en fonction du nombre de visiteurs – pour l'instant, ils étaient tout juste assez. Le deuxième jour, la grande affluence nous a permis de déployer vraiment notre concept, élaboré spécialement pour une forte fréquentation.»



Florian Meier, pharmacien dipl. féd. ETH/FPH, patron société Adler

«Je suis ravi. Ce genre de salon est parfait pour présenter nos nouveautés. Nous avons la crème pour les mains Apothekers Original et la pommade pour chevaux Apothekers Original. Il s'agit d'un vieux remède paysan au romarin et à l'arnica, développé pour les chevaux, puis adapté à l'homme. Nous en sommes le distributeur exclusif en Suisse et fournissons les pharmacies, drogueries et grossistes. Nous avons eu beaucoup de visiteurs et pu nouer de bons contacts. L'organisation est très attentionnée et chaleureuse.»



Simone Wegmüller, responsable du service Marketing, Inselspital de Berne

«Si les visiteurs étaient moins nombreux qu'attendu, ils étaient très intéressés et ont largement utilisé nos offres. En tant qu'hôpital, c'était une grande première pour nous de sortir et de donner un visage à l'Inselspital; nous aimerions que cela se pérennise. Les médecins et les soignants aussi ont apprécié d'expliquer et de présenter pour une fois leur travail à des personnes en bonne santé, en dehors des locaux des cliniques.»



Emil Mahnig, président, Osteoswiss

«Hier, dimanche, a été une très bonne journée. Aujourd'hui, je suis surpris du nombre de passants qui s'arrêtent à notre stand. Le salon est moderne, l'ambiance agréable. Je me bats dans toutes les foires où nous allons contre la séparation des secteurs grand public et professionnels: les consommateurs compétents devraient tout voir. J'apprécie particulièrement que la souplesse de l'organisation nous ait permis d'installer notre stand juste à côté de celui de l'Inselspital, avec lequel nous collaborons. Nous faisons des tests de risques et les personnes concernées ont pu être envoyées directement en consultation au stand de l'Inselspital.»



Armin Landtwing, responsable Marketing & Ventes, Heidak SA

«Cette année encore, j'ai trouvé le salon passionnant. Le second jour, les contacts avec les clients et prospects ont été extraordinairement nombreux, c'était génial. Et comme chaque fois, l'organisation a été très sympathique et professionnelle. Je ne saurais dire ce qu'on pourrait améliorer. Malheureusement, l'événement est encore trop peu pris en compte et exploité par la branche, alors qu'il offre de nombreuses possibilités d'échange.»



Sandra Scheidegger, Product Manager, Gebro Pharma

«Si nous avons eu peu de contacts le samedi, la fréquentation a été bonne le dimanche. Les assistantes en pharmacie, surtout, sont venues en masse au stand. Entretenir ces relations est décisif pour nous. Cette année encore, j'ai trouvé l'organisation très ouverte aux activités – en particulier notre journée Jesse Ritch.»



Donat Baur, directeur, Optima Medical Distribution SA

«Le samedi ne vaut pas la peine d'en parler. Le dimanche a par contre été formidable avec un bon cocktail de professionnels et de consommateurs finaux. Je consacre le lundi au réseautage, j'ai déjà eu quelques entretiens de qualité et j'attends la suite avec impatience. Le salon est magistralement organisé mais, entre nous, je n'en attendais pas moins.»