

# *Présence visuelle lumineuse à l'école supérieure de droguerie*

**L'ESD étant un établissement semi-privé, elle dépend également du soutien des milieux économiques. Diverses entreprises contribuent largement au succès de l'école.**

La classe Strath, la classe Similasan ou la classe Demopharm sont bien connues des dernières volées de l'école neuchâteloise. Mais aujourd'hui, inutile de les chercher. Les contrats pour ces «classes d'entreprises» étant arrivés à échéance – et ce type de présentation n'étant plus guère au goût du jour – ils seront remplacés par un nouveau concept de sponsoring. Son objectif est double: continuer à soutenir la relève et, à travers elle, le secteur de la droguerie et, d'autre part, permettre aux mécènes de se présenter aux étudiants sous différents atours.

## **Moderne et «visiblement attrayant»**

Aujourd'hui, lorsqu'on franchit le seuil de l'école, on pénètre dans un monde lumineux et coloré: les sponsors présentent leur entreprise et leurs produits dans des vitrines illuminées et par la diffusion d'un spot actuel sur un écran plat – juste à l'entrée du bâtiment principal. Les vitrines peuvent être changées sans difficulté jusqu'à quatre fois dans l'année et

l'écran plat permet même de présenter chaque mois des nouveautés. Par ailleurs, les étudiants auront pour tâche de présenter un des articles des différents partenaires au public dans une droguerie. Et pour finir, les sponsors peuvent aménager un point de vente dans la droguerie-modèle de l'école.

## **Les sponsors**

Les premiers contrats sont scellés et les vitrines sont prêtes à être mises en fonction. Dix entreprises de renom de la branche de la droguerie se sont engagées à soutenir l'ESD durant trois ans au moins: Bayer, Bio-Strath, ebi-pharm, Heidak, Holle, Mepha, Omida, Rausch, Tentan et Vifor. Un investissement dans l'avenir qui mérite d'être applaudi.

Flavia Kunz / trad: ls