

## «*Nous avons une mission, mais ne faisons pas de prosélytisme*»

**Malgré sa philosophie basée sur le concept de l'anthropologie, Weleda SA est bien implantée dans la réalité de ce monde et doit faire face à des questions de croissance. Pour Pierre-Alain Widmer, responsable du marketing, l'essentiel est que l'entreprise continue d'avoir des activités à visée globale.**

**Pierre-Alain Widmer, vous êtes responsable du marketing et de la distribution chez Weleda. Les produits Weleda sont commercialisés dans le monde entier depuis 15 ans. Que signifie «dans le monde entier»?**

**Pierre-Alain Widmer:** L'entreprise Weleda a été fondée en Suisse. Nous avons aujourd'hui 21 filiales et sommes présents dans 53 pays (sur 193). Bien que les produits cosmétiques représentent maintenant 65 % de notre chiffre d'affaires, l'histoire de l'entreprise a commencé avec la fabrication de médicaments. Des filiales ont ainsi vu le jour à l'initiative personnelle de médecins. Vu la croissance constante du groupe Weleda et l'harmonisation des exigences réglementaires en Europe ces 15 dernières années, la tâche centrale des trois entreprises principales de Weleda Suisse, Allemagne et France a été la fabrication de l'assortiment. Weleda continue cependant de produire des spécialités en très petites quantités pour la thérapie individuelle, lesquelles sont toujours fabriquées sur place. Weleda fournit ces «préparations magistrales» directement aux pharmacies ou aux médecins.

**Selon votre site internet, Weleda entend être au service des hommes, pour maintenir et fortifier leur santé. En ce sens l'entreprise développe des produits de soins corporels à visée globale et des médicaments sur la base de l'approche thérapeutique anthroposophique. Cela ressemble à une véritable «mission». Comment concilier cela avec des critères d'économie d'entreprise?**

Nous avons une mission, mais nous ne faisons pas de prosélytisme. Je pense que chaque entreprise saine représente une vision, un modèle et les valeurs qui en découlent. Notre travail est entièrement au service de la santé. En substance, cela signifie: fabriquer des produits qui ont une visée globale et qui sont produits en harmonie avec l'être humain et la nature. Les responsables de l'entreprise comme d'ailleurs les collaborateurs cultivent, respectent et étudient ces valeurs. C'est ainsi que les activités d'entreprise peuvent avoir une visée globale. A titre d'exemple, Weleda Allemagne et ses 1500 collaborateurs a été nommée entreprise la plus favorable aux familles. Weleda a aussi une approche respectueuse de la

nature et respecte le principe de durabilité. Un exemple: les collaborateurs de notre service externe ne reçoivent pas de bonus. Ils ont cependant reçu un cadeau de «remerciement»: un cours de conduite écologique pour apprendre à conduire de manière plus respectueuse de l'environnement. Weleda a ainsi pu réduire sa consommation d'essence de 15 %.

**Reste la question: comment concilier philosophie et économie d'entreprise?**

Rentabilité et durabilité vont de pair chez nous. Nous devons faire des bénéfices pour pouvoir financer d'importants investissements dans la pharmacologie et les procédures d'autorisation. Cela nous permet d'assurer l'avenir de l'entreprise. Dans le domaine des médicaments, cela signifie par exemple de réaliser des études scientifiques pour garantir la diversité des produits thérapeutiques. Cela coûte beaucoup d'argent.

**Revenons-en aux fondamentaux: pensez-vous que l'entreprise Weleda soit encore aujourd'hui en accord avec la pensée de Rudolf Steiner, le créateur de l'anthroposophie?**

Rudolf Steiner était en fait en avance sur son temps. A titre d'exemple, l'agriculture biodynamique qu'il prônait n'a cessé de se développer. Elle est aujourd'hui bien connue par la marque «Demeter». Dans nos cultures de plantes médicinales nous utilisons aussi des méthodes respectueuses de l'environnement. Nous ne volons pas les matières premières de la nature mais nous veillons strictement à suivre les cycles écologiques et à avoir des rapports équitables avec nos fournisseurs. Ainsi, près de 3000 personnes peuvent aujourd'hui vivre de notre projet de roses sauvages en Turquie. Nous assurons des débouchés à nos partenaires et établissons avec eux des contrats à long terme. Cela porte ses fruits.

**Le chiffre d'affaires 2008 a reculé par rapport au chiffre d'affaires 2007. Comment bouclez-vous l'exercice 2009?**

La maison-mère de Weleda siégeant à Arlesheim, les comptes du groupe sont exprimés en francs suisses. Cependant nous vendons et achetons beaucoup en

euros. Si l'on tient compte du taux de change, le chiffre d'affaires 2008 était de 10 % supérieur à celui de 2007. Et nous attendons une croissance du même ordre pour 2009. L'évolution est donc positive.

### **Quelles mesures le conseil d'administration a-t-il prises pour faire face à la crise économique mondiale?**

Nous avons instauré au niveau local des indicateurs permettant de détecter rapidement des signaux d'alarme. Au niveau mondial, il s'avère que les chiffres d'affaires ne reculent pas dans les différents pays; ils progressent au contraire. Cela signifie que lorsque les temps sont économiquement durs, les gens misent sur des marques qui incarnent la qualité, la confiance et la fiabilité. Nous en profitons. Mais ce qui préoccupe le conseil d'administration, c'est le taux relativement bas d'autofinancement. Comme il a fallu faire d'importants investissements dans le domaine pharmaceutique – pensez seulement à la nouvelle construction de Weleda à Arlesheim qui a coûté 20 millions de francs en 2006 –, le taux d'autofinancement ne s'élève plus qu'à 40 %. C'est trop peu.

### **Quel secteur gagnera de l'importance à l'avenir: les médicaments ou les produits de soins corporels?**

Comme la cosmétique naturelle est en plein essor et que la concurrence ne dort pas, nous commercialiserons quelques nouveautés dans le domaine des cosmétiques cette année et dans les prochaines années. Des nouveaux venus qui «prennent le train en marche» et les multinationales misent aussi de plus en plus sur les produits naturels. C'est pourquoi nous avons, entre autres, collaboré avec les plus grandes entreprises de produits cosmétiques naturels pour créer le label de qualité «NaTrue». Le consommateur peut ainsi savoir quels sont les produits qui proviennent vraiment d'une cosmétique naturelle authentique et conséquente. Nous nous intéressons aussi toujours aux médicaments – surtout en réalisant des études scientifiques pour préserver la diversité des produits thérapeutiques, mais aussi en développant de nouveaux médicaments. Aujourd'hui, le corps médical est plus ouvert à la médecine complémentaire qu'il y a une vingtaine d'années. C'est une grande chance pour Weleda. Et là aussi les défis sont importants: nous devons expli-

quer en détail le mode d'action de nos médicaments. Au final, une chose est sûre: nous voulons progresser dans ces deux domaines.

Katharina Rederer / trad: cs

### **Portrait**

Pierre-Alain Widmer, 51 ans, est né et a grandi à Berne. Il a fait un apprentissage de laborantin dans un laboratoire de chimie dans l'entreprise qui s'appelait alors Ciba-Geigy et, comme les entreprises le souhaitaient alors, a aussi fait carrière au militaire. Il a poursuivi ses études pour devenir préparateur en chimie. Après 11 ans chez Ciba-Geigy, il s'est engagé chez Sanofi où il a également travaillé 11 ans. Période durant laquelle il «participé et survécu» à plusieurs «mariages et fusions gigantesques». Il est depuis 10 ans responsable du marketing et de la distribution chez Weleda, à Arlesheim (BL). Pierre-Alain Widmer est marié et père d'un garçon de 12 ans.

### **Weleda SA**

Weleda SA, dont le siège est à Arlesheim (BL), est un groupe qui développe, produit et commercialise des produits thérapeutiques, diététiques et cosmétiques élaborés sur la base de l'approche anthroposophique de l'être humain et de la nature. Fin 2008, son chiffre d'affaires s'élevait à 352,7 mio. de francs suisses.

Weleda doit ses origines à Rudolf Steiner et Ita Wegmann, médecin: en 1920, l'entreprise «Futurum AG» était fondée à Dornach (SO) tandis que «Der kommende Tag AG» ouvrait ses portes à Stuttgart. Weleda a vu le jour en 1922, lors de la fusion de ces deux premières sociétés. Le nom «Weleda» est emprunté à une prêtresse germanique douée dans l'art de guérir qui aurait vécu au premier siècle après J.-C.