

«Ne pas être tributaire des modes»

Depuis 35 ans, l'entreprise Parsenn-Produkte SA parvient régulièrement à se positionner avec succès sur le marché avec des produits de niche. Erich Lüscher, président du conseil d'administration nous révèle pourquoi cette entreprise familiale arrive à s'affirmer même face à des géants de la branche cosmétique.

Erich Lüscher, votre crème «Tal» pour les pieds a été nommée l'année passée pour le «Prix de Beauté» du magazine Annabelle. Vous drainez régulièrement de tels succès. Quel est donc le secret de la petite entreprise de Prattigau?

Erich Lüscher: Nous gardons les yeux et les oreilles ouverts, essayons d'avoir un esprit d'avant-garde et nous investissons dans des idées non conventionnelles. Il y a 35 ans, quand nous avons lancé la crème «Tal», personne n'avait encore eu l'idée d'utiliser de l'huile d'olive comme composant d'une crème pour les mains. Une histoire similaire est en train de se reproduire aujourd'hui. Nous nous apprêtons en effet à fabriquer une crème à base de pépins de coing. Les pépins de coing sont un remède indigène très ancien, mais il n'existe à ce jour pas de produit fabriqué sur la base de ce composant. Des études sur la crème aux coings sont en cours dans deux cliniques universitaires.

Et quand pourra-t-on trouver ce produit dans les rayons des magasins?

Cela risque de prendre encore un certain temps, avant que l'on trouve un premier produit à base d'extrait de coing. La recherche et le développement ainsi que la procédure d'autorisation de mise sur le marché prennent du temps. Mais nous lancerons au moins trois nouveaux produits de soins pour la peau durant cette année-anniversaire.

Vous parlez du produit «Tal Clinic» avec une nouvelle composition, du bain de pieds «Tal» et du «Déo Lavilin» sous forme de stick?

Oui, nous nous efforçons d'offrir une palette à la fois étendue et d'excellente qualité dans le domaine des soins pour la peau. Et nous comptons rester, durant les 35 prochaines années aussi, un partenaire fiable ayant toujours une solution si possible naturelle et efficace à proposer en matière de problèmes de peau.

Le développement et l'enregistrement d'un nouveau remède ou de produits cosmétiques est un processus très lourd, pour une PME. Pourquoi Parsenn se donne-t-elle régulièrement cette peine?

Cela demande bien sûr un sacré enthousiasme, de l'endurance, mais aussi la certitude que nous ne pouvons pas nous permettre de brasser de l'air. Cela implique également d'être prêt à satisfaire aux exigences élevées des autorités. Qu'elles soient justifiées ou exagérées et même si elles n'ont parfois plus rien à voir avec la qualité.

Pouvez-vous nous en dire plus à ce sujet?

Ce qui exige le plus de patience et de temps de notre part, c'est le fait qu'un produit n'est autorisé aujourd'hui qu'à partir du moment où les autorités en ont publié la monographie correspondante. Dans le cas d'un nouveau composant – comme par exemple l'extrait de coing – cela peut prendre très longtemps.

Tal est une des rares crèmes qui est également utilisée dans le domaine clinique et qui a toujours su se maintenir sur le marché, mis à part le recul d'il y a quelques années. Comment réussissez-vous cela?

Nous développons des produits dont la composition n'est pas tributaire des modes. Nous nous efforçons plutôt de trouver des solutions à des problèmes cutanés. L'expertise de la clinique universitaire de Heidelberg qui attribue à la crème «Tal» un effet <prophylactique et renforçateur pour le soin de la peau et des ongles pendant une chimiothérapie > a bien sûr été très positive pour nous.

Vos produits ne sont commercialisés en Suisse que dans les drogueries et les pharmacies. Comptez-vous rester fidèle au commerce spécialisé à l'avenir aussi?

Oui, tous nos produits doivent être remis de préférence sur conseil, c'est pourquoi nous resterons fidèles au commerce spécialisé. A long terme, je ne peux toutefois rien promettre. Car notre problème, en tant que petite entreprise, c'est le fait qu'un grand nombre de commerces spécialisés se concentrent non plus sur le marché mais uniquement sur les marges. En tant qu'entreprise familiale, nous ne pourrions pas défier la concurrence à cet égard.

Quel bilan tirez-vous de ces 35 années? Qu'est-ce qui s'est amélioré?

Le plus positif pour nous est que le terme de «cosmétique» est en pleine évolution. Ainsi, les produits cosmétiques peuvent aujourd'hui «agir», c'est-à-dire «réparer» des défauts, alors qu'autrefois, ils ne pouvaient que les «cacher». Il y a quelques années en Allemagne, nous avons ainsi dû retirer deux mille affiches avec le slogan <Tal régénère la peau>. Cette nouvelle conception élargit bien sûr notre champ d'action.

... et qu'est-ce qui est devenu plus difficile?

La recherche ainsi que le développement d'un produit pharmaceutique, tel que notre crème contre l'herpès, sont devenus extrêmement difficiles pour les PME. On nous met bien des bâtons dans les roues. Ainsi, des matières premières pour lesquelles on détient déjà un certificat d'analyse doivent être soumises à une nouvelle analyse interne et obtenir un nouveau certificat. Dans ces circonstances, la recherche prend beaucoup de temps et exige beaucoup d'argent.

Une dernière question au sujet de cet anniversaire: vous avez non seulement élargi votre palette de produits, mais aussi adapté votre image. Parsenn affiche donc un nouveau logo et un bouquetin orne désormais les produits. Quel objectif souhaitez-vous atteindre ainsi?

Nous souhaitons désormais apparaître non seulement sous le label «produit suisse», mais pointer plus particulièrement notre provenance régionale, c'est-à-dire les Grisons. Nous sommes fiers de nos origines et l'appartenance aux Grisons apporte un avantage concurrentiel en Suisse, tandis que la provenance suisse apporte un avantage sur le marché étranger.

Flavia Kunz / trad: ls

Fiche personnelle

Chimiste de formation, l'entrepreneur Erich Lüscher a ouvert une droguerie en 1973 à Küblis (GR), alors qu'il se trouvait en congé sabbatique, parce qu'il n'existait ni droguerie ni pharmacie dans cette région du Prättigau. A 38 ans, il se décide sur le vif à accomplir une formation accélérée de droguiste tenant compte de ses connaissances préalables. Mais il se rend vite compte que la droguerie ne l'occupe pas complètement et qu'il souhaite offrir à sa famille une base existentielle plus solide. Il se met en quête des créneaux existant sur le marché et découvre alors la crème «Tal», créée par un chimiste russe. Il en acquiert les droits de distribution (par la suite la licence) et pose ainsi la première pierre des produits Parsenn SA. Cet alerte septuagénaire entend continuer à se rendre presque chaque jour dans son entreprise comme il le fait aujourd'hui, du moins aussi longtemps qu'il se sentira prêt à relever les nouveaux défis. Son credo: «J'ai la vie devant moi».

Parsenn-Produkte SA

Erich Lüscher a fondé l'entreprise Parsenn-Produkte SA en décembre 1975. Il exerce toujours la fonction de président du conseil d'administration. Ses fils Christian (40 ans) et Olivier (37 ans) sont entrés à la direction de l'entreprise. Cette société indépendante occupe actuellement 18 personnes et réalise chaque année quelque 5 millions de chiffre d'affaires. En 1993, une filiale a été ouverte en Allemagne, Parsenn-Produkte GmbH, d'où l'entreprise gère ses affaires sur le marché européen. Parsenn-Produkte SA se consacre principalement à la recherche, la fabrication et la commercialisation de produits pharmaceutiques et cosmétiques. Elle s'est spécialisée en particulier dans le domaine des «soins de la peau». Parmi les produits les plus connus, les lignes de soins «Tal», les sels de bain médicinaux de la mer Morte, ainsi que la «crème Parsenn contre l'herpès» et les déodorants Lavilin. L'ensemble des produits est disponible uniquement dans les pharmacies et les drogueries en Suisse.