

# «Nous voulons innover et rester indispensables!»

**Une vieille marque qui s'offre un bain de jouvence et lance de nouveaux produits. Lentement, mais sûrement, Merz Pharma (Suisse) maintient son cap grâce à cette double stratégie et vise à devenir indispensable au commerce spécialisé.**

**Martin Künzel, vous qui venez du Sud de l'Allemagne, qu'est-ce qui vous plaît particulièrement dans le marché suisse?**

**Martin Künzel:** Le marché helvétique me captive plus que certains autres marchés européens. Le consommateur suisse est par exemple très attentif à la qualité: il connaît la valeur des bons produits et en accepte le juste prix.

**Qu'est-ce que cela signifie pour Merz?**

Continuer à développer des produits et des marques de qualité supérieure. C'est la meilleure façon de satisfaire les exigences élevées du marché suisse en matière qualitative. Et comme bon nombre de ces produits nécessitent des conseils spécifiques et que certains d'entre eux sont soumis à ordonnance, nous les commercialisons via le commerce spécialisé.

**Vous fêtez cette année le 60<sup>e</sup> anniversaire de votre marque Halibut®. Quelle place tiennent la tradition et l'esprit qualitatif dans votre entreprise?**

Le nom de Merz symbolise la tradition et l'innovation à la fois. La marque traditionnelle Halibut en est le parfait exemple. Après avoir réinvesti dans son développement, nous avons rajeuni la marque grâce à une nouvelle présentation et de nouvelles possibilités d'utilisation. Nous proposons ainsi une offre spécifique pour les jeunes, tout en continuant à satisfaire les besoins des personnes plus âgées.

**Quelles ont été les réactions vis-à-vis du coup de jeune de la marque?**

Le lancement s'est très bien déroulé. Les consommateurs ont bien accueilli les changements et nous avons eu de nombreuses réactions positives.

**Parmi vos produits, certains sont vendus uniquement via le canal du commerce spécialisé. Quel rôle jouent les drogueries et les pharmacies à vos yeux?**

Elles sont très importantes. Elles conviennent parfaitement à notre image liée à la vente de produits de qualité. Un bon partenariat associé à la qualité et à la confiance, voilà ce qui nous tient à cœur. Voilà pourquoi nous tenons à vendre certains de nos produits

à travers le commerce spécialisé. Nous souhaitons être un partenaire transparent, prévisible et indispensable. C'est la seule manière de créer des situations gagnant-gagnant.

**Qu'est-ce que cela signifie au quotidien?**

Notre tâche consiste à soutenir étroitement le commerce spécialisé dans le cadre des conseils fournis au consommateur. Notre service clientèle est le lien le plus important et le plus précieux avec nos partenaires et clients. Il est à même de nous communiquer leurs besoins. Par ailleurs, nos collaborateurs internes rendent régulièrement visite à nos clients afin d'entretenir les relations. Ce mode de fonctionnement nous permet à la fois d'obtenir directement des renseignements importants pour notre entreprise et d'informer nos contacts.

**Etes-vous aussi concerné?**

Bien entendu. J'accompagne moi aussi nos collaborateurs externes en visite auprès de nos clients. Ce genre de rendez-vous est essentiel grâce aux voix critiques qui s'élèvent. Il n'y a rien de pire que de ne rien entendre. Si le silence règne, c'est qu'il y a quelque chose qui cloche!

**Halibut, Antidry, Pantogar, Axura etc. Vos marques se rapportent à des produits complètement différents. Y a-t-il une raison précise à cela?**

Notre assortiment actuel dans le secteur OTC et pharmaceutique s'est développé à partir de l'histoire de l'entreprise. Certains produits comme Halibut ou Antidry sont issus de l'ancienne Adroka, une société qui est restée partenaire de Merz pendant de nombreuses années. Le traitement capillaire Pantogar ou le médicament anti-Alzheimer Axura (sur ordonnance) viennent de notre maison-mère en Allemagne. Pour l'anecdote, rappelons que Pantogar est à l'origine un produit développé en Suisse que Merz a ramené sur le marché helvétique – et mondial.

**Comment va évoluer Merz Pharma (Suisse)?**

Nous souhaitons continuer à établir solidement des produits attrayants dans le secteur OTC et pharmaceutique. Autrement dit, développer des marques connues et élargir notre gamme de produits de

manière synergétique. Nous nous concentrons sur les domaines de la dermatologie/alopécie, de la neurologie et des compléments alimentaires.

### **Ne craignez-vous donc pas les crises, les marchés stagnants et le marasme économique?**

Non; bien sûr, le terrain sur lequel nous évoluons ne cesse de changer, mais le succès est une simple question de concept. La croissance des marchés n'est plus aussi importante qu'il y a quelques années, et le consommateur a davantage conscience du coût des choses. Mais malgré tout, je persiste à voir de bonnes perspectives de croissance au cours des prochaines années. En tant que petite entreprise pharmaceutique, nous devons garder un œil sur les gros fournisseurs du commerce spécialisé afin de toujours trouver les bonnes réponses.

### **Vous êtes une filiale à 100% de la société allemande Merz basée à Francfort. Dans quelle mesure êtes-vous indépendant?**

La filiale suisse est une des sociétés les plus indépendantes du groupe Merz. Notre chiffre d'affaires est constitué de nos propres produits à 45% et des produits de l'ensemble du groupe pour les 55% restants. Bien entendu, nos produits locaux ont une importance particulière à nos yeux. Nous les produisons en Suisse et nous pouvons ainsi directement réinvestir les bénéfices éventuels, tout en supportant nous-mêmes les risques y afférents. Le tout sous la houlette de notre maison-mère, l'entreprise familiale et internationale Merz, qui soutient notre stratégie spécifiquement adaptée à la sauce helvétique et les développements qui en découlent.

### **Quel est l'objectif principal de Merz Pharma (Suisse)?**

Nous voulons conserver notre statut de partenaire fiable du commerce spécialisé et surfer sur cette vague du succès avec davantage de produits et de marques attrayantes. Cela dit, nous nous basons toujours sur nos deux «piliers», le canal OTC et pharmaceutique.

### **Ce qui signifie, en chiffres?**

L'an dernier, nous avons réalisé un chiffre d'affaires d'environ 15 millions de francs suisses. Et pour l'année en cours, nous pouvons prévoir une croissance de quelque 7%. Si nous conservons la confiance de nos partenaires et des consommateurs, nous pourrions dépasser à moyen terme la barre des vingt millions, ce qui permettra de renforcer à long terme le site helvétique du groupe Merz.

### **Où sont les risques, dans tout ça?**

Parmi la concurrence. Elle est loin de se reposer sur ses lauriers. En même temps, la concurrence pousse

à aller de l'avant et nous oblige à garder la forme. Dans ce sens, c'est donc quelque chose de positif.

### **Et quelle est votre recette en matière de succès?**

Nos collaborateurs sont l'élément le plus précieux de l'entreprise. Pour moi, le plus important est donc de faire preuve de respect à leur égard pour la tâche accomplie. Même quand ils font des erreurs. Un supérieur doit se montrer constant dans ses réactions. Une autre chose qui me tient à cœur, c'est que chacun puisse s'exprimer, participer. Si l'engagement d'un collaborateur est reconnu et récompensé, cela permet de stabiliser les relations et incite à aller de l'avant. Plus la relation avec les employés est stable, plus ces derniers s'identifient à leur entreprise et contribuent donc à son succès.

### **Tout cela a l'air très simple. Est-ce vraiment tout?**

Pas tout à fait. Un chef d'entreprise est obligé de se forger une certaine vision des années à venir. Mon travail me permet donc de vivre à la fois dans le moment présent et dans l'avenir. Nous gardons toujours à l'esprit le fait que les nouveaux produits ou les nouvelles stratégies doivent servir le client. Pour qu'une «culture de l'erreur» comme la nôtre fonctionne, il faut que la rapidité d'apprentissage et de mise en place soit à la hauteur des exigences. C'est la seule manière d'assurer notre survie.

Flavia Kunz/trad: dg

## **Merz Pharma SA**

L'entreprise est une filiale du groupe Merz dont le siège central est à Francfort. Merz Pharma a été fondée en 1908 par le pharmacien et chimiste Friedrich Merz. Le groupe réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires d'environ 600 millions d'euros et dispose de nombreux sites dans le monde: Allemagne, Grande-Bretagne, France, Italie, Espagne, Suisse, Autriche, USA, Mexique, Russie et Canada. Merz Pharma (Suisse) SA a été fondée en 2001, après le rachat – entre autres – de l'ancienne société Adroka. La filiale commercialise principalement des produits dans le commerce spécialisé. Ses marques les plus célèbres du secteur OTC sont Halibut, Pantogar et Antidry. Dans le secteur purement pharmaceutique, c'est la mémantine, une substance qui agit contre la maladie d'Alzheimer (Axura en Suisse), qui a les faveurs du public; ce médicament a même atteint le statut international de «blockbuster». Cette entreprise familiale emploie au total 2300 collaborateurs, dont 35 personnes en Suisse.

## Personnel

Agé de 49 ans, Martin Künzel a fait des études médicales et pharmaceutiques. Après avoir travaillé quelques années en clinique, son intérêt pour les médicaments l'a fait passer du côté de l'industrie. Il a occupé différents postes dans plusieurs sociétés suisses, puis est arrivé en 2004 chez Merz Pharma, à Francfort, où il a travaillé dans plusieurs secteurs. Ce père de quatre enfants a vu son souhait de revenir en Suisse se réaliser en 2007, lorsque le poste de directeur de Merz Pharma (Suisse) s'est libéré. Grâce à ce grand sportif, un vent nouveau a soufflé dans la filiale. Martin Künzel aime passer son temps libre en famille et en faisant du sport. Été comme hiver, l'activité physique reste pour lui le moyen le plus efficace pour revenir dans le présent après avoir passé son quotidien professionnel dans l'avenir...

suisses, puis est arrivé en 2004 chez Merz Pharma, à Francfort, où il a travaillé dans plusieurs secteurs. Ce père de quatre enfants a vu son souhait de revenir en Suisse se réaliser en 2007, lorsque le poste de directeur de Merz Pharma (Suisse) s'est libéré. Grâce à ce grand sportif, un vent nouveau a soufflé dans la filiale. Martin Künzel aime passer son temps libre en famille et en faisant du sport. Été comme hiver, l'activité physique reste pour lui le moyen le plus efficace pour revenir dans le présent après avoir passé son quotidien professionnel dans l'avenir...

