

Donner confiance dans la médecine complémentaire

Pour Herbert Schwabl, Président du Conseil d'administration de Padma, une stratégie de croissance à proprement parler n'est pas en tête des priorités, la politique de l'entreprise étant avant tout de préserver les acquis. Mais Padma prépare néanmoins la commercialisation d'un nouveau produit.

Herbert Schwabl, la création de Padma SA ne s'est pas faite d'une façon typiquement suisse. Que reste-t-il de cet esprit pionnier?

Herbert Schwabl: Quand Karl Lutz a fondé l'entreprise Padma SA, en 1969 à Zurich, personne ne parlait encore de remèdes naturels – et encore moins de médecine tibétaine. Aujourd'hui, le caractère progressiste se traduit peut-être justement par le fait que nous nous en tenons strictement à la composition originale, que nous préservons nos acquis et que nous ne cherchons pas à introduire constamment et à tout prix des nouveautés sur le marché. Cet esprit pionnier a toujours été étroitement lié aussi à la nécessité de vaincre les résistances. Padma, c'est 40 ans d'histoire, dont 30 ans pour la seule certification de nos produits principaux, Padma 28 et Padma Lax. Dans le domaine de la médecine complémentaire, la politique des petits pas a toujours prévalu, hier comme aujourd'hui.

Padma 28 passe pour une sorte de remède miracle contre les troubles de la circulation, jusque dans les milieux médicaux. Quels en sont les composants?

Padma 28 réunit les principes actifs de vingt plantes et épices différents. Pour nos esprits occidentaux, même dans le secteur de la médecine complémentaire, ceci paraît extrêmement compliqué. Or faire infuser un mélange de plantes comme tisane ne nous paraît nullement bizarre. A propos, relevons que Padma 28 sera disponible à partir du mois d'octobre sous une nouvelle forme galénique, à savoir sous forme de pastilles. La composition, le dosage et le mode d'action ne diffèrent pas. Le but est simplement d'améliorer la facilité d'utilisation pour le patient.

Comment se fait-il qu'il n'y ait pas de contrefaçons de ce remède à succès?

Certains ont bien essayé de copier Padma 28. Mais la fabrication d'un bon produit ne requiert pas seulement des plantes de bonne qualité, mais aussi la technique adéquate de transformation. Il n'est pas facile de transformer un produit végétal issu de l'agriculture en un produit médical de haute qualité. A fortiori quand il s'agit de combiner harmonieuse-

ment vingt plantes différentes. Les autorités de certification ont aussi certaines difficultés à ce sujet.

Outre Padma 28, vous commercialisez encore Padma Lax. Une stratégie basée sur deux produits seulement n'est-elle pas risquée?

Dans le canton d'Appenzell, nous commercialisons encore d'autres produits Padma. Nous avons aussi initié la procédure de certification pour un nouveau produit auprès de Swissmedic. Mais les ressources d'une société de petite taille ne sont pas illimitées. Nous mettons l'accent sur la production des produits évoqués et sur la recherche. Nous espérons que nos produits soient admis à la commercialisation dans d'autres pays européens, c'est ainsi que nous envisageons notre croissance. Pour en revenir à l'esprit de pionnier, il convient aujourd'hui d'éliminer la peur et de renforcer la confiance des autorités dans la médecine complémentaire. La tâche n'est pas aisée, on le voit aussi dans les relations difficiles entre la Suisse et l'Europe. En Allemagne, par exemple, Padma 28 ne peut être vendu sans autorisation, bien qu'on puisse admettre qu'un remède qui a fait ses preuves en Suisse, devrait également être bénéfique aux gens dans d'autres pays.

Qu'en est-il de la distribution: Padma jouit d'une cote de fidélité élevée dans le commerce spécialisé. Souhaitez-vous atteindre un jour les grands distributeurs?

Je suis autrichien d'origine et je peux affirmer que les compétences spécialisées des droguistes suisses sont sans équivalent en Europe. Les prestations en matière de conseil sont en comparaison très basses à l'étranger. C'est pourquoi la grande distribution ne nous intéresse pas. J'ai également beaucoup de mal à l'idée de vendre un remède dans un supermarché. Le patient, lorsqu'il a un problème, cherche une solution et il doit pouvoir être certain d'être bien conseillé. La question du coût est également un mauvais argument. Pour moi, le marketing est une affaire d'éthique. Je ne suis pas convaincu par le type de marketing qui consiste à s'imposer uniquement grâce à de belles images colorées. Padma fonctionne sans service extérieur. Chez nous c'est toujours le

produit qui est au centre et il doit convaincre par son efficacité.

Les Tibétains en exil en Suisse et le Dalai Lama jouissent d'une grande sympathie dans notre pays. La situation politique difficile des Tibétains a-t-elle influencé l'intérêt des Suisses pour la médecine tibétaine?

Les Tibétains en exil dans notre pays jouissent d'une certaine sympathie parce que leur intégration s'est faite de façon presque exemplaire. J'ignore s'il y a eu un rapport de cause à effet réciproque avec nos produits. Beaucoup de gens nous disent: c'est facile pour vous, il vous suffit d'apposer l'image d'un moine tibétain sur l'emballage pour avoir une stratégie publicitaire parfaite. Or, c'est justement ce que nous ne souhaitons pas. Ça me paraîtrait incorrect d'exploiter cette symbolique pour nos produits. Il y a avant tout un bon produit à l'avant-plan. Si quelqu'un prend Padma 28 contre ses problèmes de circulation et éprouve une certaine sympathie pour ce remède parce qu'il est constitué de substances naturelles et qu'il se met à s'intéresser de plus près à la médecine tibétaine le jour où il lit le texte en petits caractères sur l'emballage, tant mieux. Nous n'avons pas besoin de le lui mettre sous le nez de façon ostensible.

Padma s'est beaucoup engagé dans la campagne de votation pour les médecines complémentaires. Que s'est-il passé depuis le 17 mai dernier?

Les associations, les fabricants et les thérapeutes s'apprêtent à créer une association faitière pour les médecines complémentaires. Nous sommes également en contact étroit avec le groupe parlementaire pour les médecines complémentaires, car il faut maintenant élaborer des lois concrètes. Nous souhaitons développer un partenariat avec les autorités (OFSP, Swissmedic) et faire prendre conscience que les patients qui souffrent de maladies chroniques ont besoin d'un accompagnement médical et thérapeutique différent de ceux qui souffrent d'une maladie aiguë. Et c'est précisément là que la médecine complémentaire a beaucoup à offrir.

Vous êtes président du Conseil d'administration de Padma, mais on ne vous voit pas beaucoup sur la scène publique. Est-ce un choix délibéré?

Je suis biophysicien de formation et mes principaux intérêts restent la recherche, la création de réseaux et les affaires internationales. Il est vrai qu'occuper le devant de la scène n'est sans doute pas mon fort.

Katharina Rederer / trad: ls

Herbert Schwabl

Herbert Schwabl (1961) a étudié la physique à Vienne. Il a collaboré à des travaux de recherche qui visent à démontrer l'efficacité des méthodes de médecine complémentaire et comment il est possible de la mesurer avec des méthodes de physique. C'est ainsi qu'il a rencontré le fondateur de Padma, Karl Lutz, il y a plus de vingt ans et qu'il est resté «croché» en Suisse. Il est marié et père d'un garçon de 18 ans et d'une fille de 14 ans.

Portrait d'entreprise

L'histoire de la composition des produits Padma est celle de la route des moines tibétains, qui aboutit en Sibérie. En 1857, le médecin Tsultrim Badma émigre alors en Europe (c'est à lui que l'entreprise Padma doit son nom). Un neveu de Badma, Peter Badmajew, d'origine polonaise, offrit les compositions originales de la médecine tibétaine à l'Etat polonais, qui n'en voulut pas. Badmajew, qui connaissait le commerçant pharmaceutique suisse Karl Lutz, lui remit les recettes originales. Ce dernier créa l'entreprise Padma, en 1969 à Zurich, et fabriqua des remèdes à base de plantes sur la base de la composition traditionnelle originale de la médecine tibétaine. A sa mort, l'entreprise fut reprise par des collaborateurs à Schweezenbach (ZH), qui créèrent une société anonyme. Le président du Conseil d'administration est le Dr Herbert Schwabl. Avec ses 45 collaborateurs, Padma réalise un chiffre d'affaires annuel de 12 millions de francs environ et produit quelque 80 millions de comprimés par an, dont la moitié pour l'exportation. Padma 28 est l'un des trois médicaments de la médecine complémentaire en tête des ventes depuis de nombreuses années.