

Augmentation de la pression du temps

«Aujourd'hui, une minute est plus courte qu'il y a 30 ans», dit Christian H. Lutz, fondateur de la société pharmaceutique Permamed. Fin 2010, cet entrepreneur de 65 ans se retirera de la direction opérationnelle de sa firme et aura davantage de temps pour lui.

Christian H. Lutz, Permamed fête cette année ses 30 ans. Comment se présentait le paysage pharmaceutique suisse en 1979?

Christian H. Lutz: A l'époque, on pouvait faire les choses plus calmement et les contacts avec les autorités, les médecins et les cliniques étaient plus directs et plus simples. Les personnes atteintes de maladies de la peau n'osaient pas se laver. Les médecins nous ont alors demandé de créer un savon synthétique. Nous avons donc développé, en collaboration étroite avec les dermatologues, l'émulsion dermolavante Lubex®, qui est idéalement adaptée à la peau avec son pH de 5,5, donc légèrement acide, et offre en outre un effet antibactérien et antimycosique.

D'où vient le nom de Permamed?

Je m'occupais du secteur dermatologique dans l'entreprise de mon père Lubapharm. En 1979, quand j'ai fondé ma propre firme, la dermatologie a continué d'occuper une place centrale: Dermamed s'est alors imposé comme nom. Après trois, quatre ans, les produits de la médecine sportive et rhumatologique s'y sont ajoutés. Mais les médecins sportifs et les rhumatologues ne trouvaient pas le nom très adapté. Et comme il était clair pour nous que nous voulions nous occuper «en permanence» de produits «médicaux», nous avons pensé à Permamed.

Quelles sont les principales conditions de succès dans le domaine pharmaceutique actuellement?

Le point positif est qu'aujourd'hui encore, de nombreux médecins soignent leurs contacts avec l'industrie pharmaceutique. Si nous développons une nouvelle préparation, nous discutons dès le début avec des médecins et adaptons nos idées à leurs besoins. Suivent ensuite des études cliniques sérieuses pour prouver l'efficacité et la tolérance. En revanche, les rapports avec l'Institut suisse des produits thérapeutiques Swissmedic se sont compliqués et les exigences pour une autorisation ont énormément augmenté.

Dans quelle mesure? Donnez-nous un exemple.

Nous avons dans notre assortiment phytothérapeutique des produits qui sont enregistrés depuis longtemps à l'étranger et qui ont fait leurs preuves. Mais ça ne suffit pas à Swissmedic comme recommanda-

tion; nous devons refaire tout le processus d'enregistrement NCE de A à Z. Je pense pourtant que le pire est derrière nous. Swissmedic a tendance, ces dernières années, à se réorienter vers le marché. Aujourd'hui, il est à nouveau possible de mettre sur le marché une nouvelle préparation dans un délai raisonnable.

Et à quoi ressemblera le paysage pharmaceutique à l'avenir?

Je pense que Swissmedic – malgré la meilleure sensibilité pour le marché dont j'ai parlé – continuera de renforcer ses exigences. Les obstacles pour obtenir des autorisations augmenteront certainement. Du point de vue de la société, l'augmentation des coûts de la santé est certainement le principal enjeu du futur. Les prix des médicaments continueront d'être fortement sous pression. Mais nous ne pourrons pas contrôler les coûts de la santé uniquement en diminuant les marges des médicaments. Ainsi, les hôpitaux dont les coûts sont moins transparents que les nôtres, devraient aussi suivre.

Permamed a une large palette de produits, parmi lesquels des produits dermatologiques, contre les maladies veineuses, les dépressions ou les blessures sportives. Comment gérez-vous un tel assortiment?

Comme je l'ai dit, tout a commencé avec les produits dermatologiques. Mais je connaissais beaucoup de médecins du sport et de rhumatologues qui souhaitaient des gels avec des combinaisons de principes actifs pour les accidents sportifs ou des produits chauffants pour les personnes souffrant de rhumatismes. Quelque chose qui n'existait pratiquement pas à l'époque. Nous avons alors bien examiné le marché suisse des médicaments et ses données, nous ne voulions pas mettre tous nos œufs dans le même panier pour des raisons de sécurité. Ainsi, au fil des ans, nous avons développé une large palette de préparations qui, à de rares exceptions près, figurent toutes sur la liste des spécialités et sont donc à ce titre remboursées par l'assurance maladie de base.

Actuellement, la liste des spécialités a plutôt tendance à se raccourcir qu'à s'allonger. Qu'est-ce que ça signifie pour vous?

L'augmentation des coûts des médicaments provient essentiellement des médicaments très chers contre les cancers. Or, on ne peut envisager régler ce problème en allégeant la liste des spécialités de médicaments avantageux figurant sur les listes C et D. Car ces préparations sont bénéfiques pour les patients. Nous avons nous-mêmes réagi à la situation en développant ces dernières années des produits OTC avec Lubex anti-âge. Ces produits ne sont disponibles que chez quelques médecins ainsi que dans les pharmacies et les drogueries.

Les chambres fédérales ont adopté il y a un an la nouvelle réglementation sur l'automédication. Nous ne savons pas encore ce que ça signifie en détail. Mais les listes vont bouger. Comment vous préparez-vous à cela?

Les droguistes sont très bien formés, spécialement dans le domaine de la vente. Une réunion des listes C et D signifierait pour les droguistes un élargissement de la palette des produits. Mais pour nous, ça ne changera pas grand-chose: nous sommes une entreprise pharmaceutique et restons dans le canal spécialisé.

Conservatisme ou innovation: vos produits ont une présentation médicale et objective. Est-ce votre caractéristique ou souhaitez-vous de temps en temps paraître plus moderne?

Tous ces produits sont mes «enfants». Leur emballage actuel est très important pour moi. La jeune génération qui me succédera peut entreprendre des changements. Mais nous avons déjà adapté notre apparence dernièrement en regard d'un Corporate Design. Il ne faut pas faire de trop gros changements d'un jour à l'autre car sinon les produits perdent leur reconnaissance. Mais il me semble aussi primordial de ne pas oublier que les produits ont des indications médicales, il s'agit de soulager des douleurs et des maladies. Avec le design actuel de l'emballage, nous voulons montrer que le patient tient dans ses mains un médicament. Avec des effets et des effets secondaires.

Katharina Rederer / trad: mh

Portrait d'entreprise

Permamed est une entreprise pharmaceutique suisse indépendante dont le siège est à Therwil près de Bâle. Elle a trouvé sa place sur le marché suisse avec ses préparations contre les maladies de la peau, les rhumatismes, les blessures sportives et les maladies veineuses. Permamed a trouvé un nouveau champ de compétences dans les produits phytothérapeutiques. Elle a ainsi réussi récemment avec Solevita forte RX à faire enregistrer par Swissmedic la première et seule préparation de millepertuis dans l'indication de la dépression légère et modérée. Permamed occupe au total 60 collaborateurs en Suisse et possède des filiales et des représentations dans différents pays.

Biographie

Christian Heinrich Lutz est né le 5 décembre 1944 à Bâle. Il est marié, père de deux enfants adultes et grand-père. Après sa maturité, ce joueur de violon enthousiaste a étudié quelque temps la musique avant de s'engager dans l'entreprise paternelle, Lubapharm. En 1979, il a fondé Permamed. En 2010, il remettra ses activités opérationnelles à la tête d'une équipe de direction de cinq personnes dont fait aussi partie son fils Tobias Lutz. Mais il continuera de s'engager pour l'entreprise comme président du Conseil d'administration. Il veut consacrer davantage de temps à ses hobbies – l'art, les voyages et les montres. Christian H. Lutz collectionne des montres mécaniques depuis ses 16 ans. Comme elles doivent fonctionner, il en porte toujours deux. Chaque semaine une autre paire.