

*René Jenny, Président et administrateur délégué d'Interdelta SA*

## « Automédication: Interdelta joue dans la cour des grands »

Active dans le marché hautement concurrentiel des médicaments en vente libre, la PME fribourgeoise Interdelta, basée à Givisiez, a fait du chemin depuis sa création en 1979. Aujourd'hui importatrice de nombreuses formules d'automédication européennes, cette entreprise s'illustre avec l'exclusivité de brevets internationaux pour la Suisse. **Par Stéphanie Spiess**

### **Monsieur Jenny: Quelles sont les particularités de votre entreprise?**

**René Jenny:** Le secteur des médicaments OTC («Over The Counter»), c'est-à-dire en vente libre, est un marché hautement concurrentiel dans lequel sont également très actifs les grands noms de la pharma internationale. Si notre PME emploie trente personnes, elle répond aux mêmes exigences que ces groupes en termes de qualité et de traçabilité. Notre but n'est cependant pas de les concurrencer sur leur propre terrain mais plutôt de proposer une approche différente, axée sur des produits de niche spécifiques à certaines classes thérapeutiques.

### **C'est-à-dire? Quel est votre « core business »?**

Interdelta SA se focalise sur des produits de niche ciblés: amaigrissement, lutte contre les refroidissements et la toux, cosmétiques, anti-parasites, tests (grossesse, pression artérielle, thermomètre) ou encore hygiène bucale. Notre assortiment compte aussi bien des spécialités enregistrées auprès de Swissmedic et des compléments alimentaires que des dispositifs médicaux ou encore des enregistrements auprès de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). Compte tenu de notre taille réduite, nous ne fabriquons pas nous-mêmes nos formulations; nous travaillons avec des sous-traitants, en Suisse comme en Europe. Nous importons également des spécialités de la zone Euro en les adaptant aux normes suisses et en les commercialisant en notre nom. Nous gérons ainsi l'exclusivité de brevets internationaux pour la Suisse.

### **Quelle est la situation de votre branche actuellement?**

Hausse des coûts de la santé oblige, le secteur de la pharma se retrouve régulièrement sous les feux de la rampe médiatique. L'ensemble de la chaîne de valeurs de la pharmacie – de l'industrie jusqu'à l'officine – est soumise à critique notamment pour le calcul de ses marges en comparaison europé-

enne, comme en témoigne la récente étude publiée par santésuisse. Ce débat, placé au niveau des médicaments remboursés, a toutefois des répercussions sur le marché de l'automédication: le patient consommateur compare lui aussi les prix! Particularité du marché suisse, 90 pour cent des achats de médicaments est groupé via des conditions négociées. Cette concentration du retail représente un défi majeur pour l'approvisionnement de ce marché. Pour y faire face, Interdelta a notamment engagé un key account manager chargé des négociations avec les grossistes, groupes et chaînes. Neuf représentants continuent quant à eux de sillonner les pharmacies et drogueries de Suisse pour conserver un lien privilégié avec le terrain.

### **Les forces de votre entreprise: plutôt innovation ou perpétuation de la tradition?**

L'innovation est une valeur clé dans le marché hautement concurrentiel des médicaments en vente libre. Interdelta se positionne de manière dynamique en proposant chaque année un renouvellement de son assortiment en termes galéniques, à savoir la mise sur le marché de déclinaison des formules permettant de varier les types d'administration (gélules, crèmes, comprimés, etc.). Notre assortiment compte 65 produits, dont 30 marques majeures, le tout commercialisé en 160 déclinaisons. Dans ce contexte de diversification, nous mettons un point d'honneur à conserver un lien étroit avec le terrain – droguistes et pharmaciens – pour développer ensemble des formules répondant à leurs besoins spécifiques.

### **Concrètement, comment cela se passe-t-il?**

Lors de sa création en 1979, Interdelta avait pour objectif premier d'associer les professionnels en bout de chaîne – droguistes et pharmaciens – au développement de l'entreprise; une forme de coopérative pharmaceutique en quelque sorte! Cette philosophie est toujours présente aujourd'hui. Nous



**René Jenny** a fait ses études d'économie aux Universités de Fribourg et de Stanford. Il se forge un solide bagage dans la pharma en intégrant les rangs de Galenica et reprend les rênes d'Interdelta en 2005. Fraîchement nommé à la Présidence de la CCF, il entend mettre son expérience au profit de son canton. Elargir les prestations, valoriser les PME, favoriser les échanges: autant d'objectifs pour faire de la CCF un élément incontournable de la vie économique fribourgeoise!

mettons régulièrement sur pied des groupes de discussion intégrant des professionnels pour définir ensemble les nouvelles niches à creuser. Notre entreprise organise également des formations directement chez les détaillants pour tirer le maximum d'avantages des formules proposées. Il est en effet vital de garder un lien avec les praticiens; leur input est une vraie plus-value pour nous!

**Quelles sont les clés de votre succès? Votre ouverture vers de nouveaux marchés?**

Notre adaptation constante aux besoins du marché – en particulier pour les détaillants en bout de chaîne – tout comme notre dynamisme constituent de véritables atouts pour notre développement. Nous bénéficions en outre d'un excellent réseau au niveau européen. En marge de mes activités chez Interdelta, je préside également le GIRP (Groupement international de la répartition pharmaceutique); il s'agit d'un réseau qui chapeaute plus de 600 grossistes pharmaceutiques au niveau européen, soit l'équivalent d'un chiffre d'affaires de près de 120 milliards au total.

A ce titre, je me rends à Bruxelles une fois par semaine pour mener à bien des activités de lobbying et défendre les intérêts du secteur auprès de la Commission Européenne. Cette ouverture européenne permet à Interdelta de bénéficier d'un large réseau de prospection et maintient l'entreprise en contact direct avec les dernières décisions européennes.

**Selon vous, quelles sont les forces et les faiblesses de la place industrielle suisse?**

Le tissu économique suisse, formé en grande partie de PME, est une réelle force pour l'industrie de notre pays. L'excellent niveau de formation du personnel en général, le fort développement du multilinguisme tout comme les savoir-faire extraordinaires dans des secteurs les plus disparates constituent des atouts de poids. Je m'attache d'ailleurs à défendre ce point de vue au travers de ma nouvelle position de Président de la Chambre de commerce de Fribourg (CCF). Du côté de la pharma, la Suisse joue en outre un rôle crucial sur

le plan international: elle reste la valeur de référence pour de nombreuses entreprises, notamment en termes de standards de qualité et d'innovation. A mon sens, nous sommes en quelque sorte la pharmacie de l'Europe!

**Quels objectifs vous mobilisent en priorité?**

Outre le développement de nouveaux produits et déclinaisons, je mise avant tout sur la pérennisation des activités d'Interdelta. Le marché pharmaceutique suisse compte près de 400 acteurs, grands et petits confondus. Si aujourd'hui Interdelta appartient au top 15 du marché suisse, mon objectif est d'intégrer rapidement le top 10. ■

Stéphanie Spiess est rédactrice chez Cadence Conseils à Lausanne et à Sion.