

Naturellement meilleur et dynamique

Depuis 60 ans, Somona S.à r.l. se développe de façon constante et structurée. Recette de son succès: produits bio de qualité et cosmétiques naturels permettant aux drogues, pharmacies et magasins diététiques de se démarquer.

1952: l'alimentation de qualité n'est pas encore à la mode. Maître boulanger et pionnier du mieux vivre, Anton Stoll et son gendre Bruno Moll fondent Somona S.à r.l. à Olten. «L'huile de lin figurait parmi les premiers produits commercialisés», raconte Felix Hug, propriétaire de Somona, au début d'une anecdote sur les années de création. «Le produit était déjà connu à l'époque pour sa forte teneur en divers acides gras insaturés. Mais quand Bruno Moll le présente aux magasins de produits diététiques, il a souvent entendu: «Pardon, M. Moll, vous vous êtes trompé d'endroit, le magasin de peinture se trouve à deux pâtés de maison d'ici.»

La moitié du CA avec les produits suisses

Le commerce des produits diététiques et des biocosmétiques a permis à la société de poursuivre son développement sur le marché. «Nous ne nous contentons pas de stocker des produits, nous offrons une palette de prestations globale», selon F. Hug, qui a repris la société en 1995. «Lorsque le fabricant est étranger, nous vérifions que son produit est commercialisable en Suisse, nous nous occupons de sa mise sur le marché, de la logistique, de la vente dans les magasins spécialisés et organisons la promotion, etc.» Au cours de ces dernières années, Somona a fortement augmenté la proportion de produits suisses. «Depuis, nous réalisons la moitié de notre chiffre d'affaires avec des produits fabriqués en Suisse. Pour bon nombre d'entreprises, souvent des PME, nous nous chargeons de toute la logistique et de la commercialisation.» Parmi les plus célèbres sociétés suisses représentées par Somona figurent Gerber Biscuits, Holderhof, Naturkraftwerke, Pakka, Soyana et Swipala.

Des produits pour se démarquer

Somona fournit exclusivement les magasins spécialisés, drogueries, pharmacies, magasins bio et diététiques, commerces alimentaires indépendants. «Nos produits ne sont pas distribués là où le client se sert seul», déclare F. Hug. «Les magasins spécialisés disposent de personnels bien formés et constituent un important point d'écoute pour les questions sur la santé et la nature. Notre gamme s'inscrit particulièrement bien dans ce cadre et offre à ces magasins l'opportunité de se démarquer dans le secteur des compléments alimentaires. Nous essayons donc de distribuer exclusivement des produits avec des arguments de vente uniques: les produits alimentaires possèdent ainsi une valeur ajoutée en termes nutritionnels, en plus de leur goût exceptionnel et d'une bonne présentation.»

1800 produits, 4 groupes de gammes

Le portefeuille Somona compte plus de 1800 produits provenant de 30 fournisseurs étrangers et suisses, répartis en 4 groupes:

La Dolce Vita: en-cas diététiques (barres, tartines, biscuits, pâtes de fruits, fruits secs, confitures, miels, muesli, jus).

Sans viande: conserves de légumes bio, sauces, soupes, produits pour pâtisserie, infusions et thés aux fruits, plats végétariens.

Méditerranée: pâtes alimentaires, huiles pressées à froid, olives confites, câpres, produits à base de tomates, antipasti.

Beauté naturelle: gammes de soin certifiées pour les cheveux, le corps et le visage.

Marques de produits alimentaires et cosmétiques naturels éprouvées

Parmi les marques les plus connues dans l'alimentaire figurent la mélasse de canne à sucre Appleford's, «le miracle noir», Gerber Biscuits, Kanne Brottrunk, Silicea Balsam (gel d'acide silicique) et Tartex (spécialités végétariennes); parmi les quatre marques de cosmétiques naturels, Sante et Heliotrop sont les principales.



Un choix des produits bio de l'assortiment Somona

Dans le domaine des cosmétiques, F. Hug voit une forte opportunité de marché pour les drogueries, en raison de leur savoir-faire en matière de conseils et de la demande toujours croissante en cosmétiques naturels. La qualité de ces produits s'est améliorée ces dernières années, selon F. Hug. En outre, leur rapport qualité-prix est exceptionnel, c'est pourquoi les fabricants de cosmétiques naturels, contrairement à ceux de produits classiques, fonctionnent avec un très petit budget marketing et investissent davantage dans le développement de leurs produits.

«Nous disposons de notre propre service commercial aussi bien pour l'alimentaire que pour les cosmétiques naturels. Il suit les revendeurs, les conseille, les forme et leur propose les nouveautés.»

Modernisation et nouvelle extension

Depuis 2009, l'entrepôt de Dulliken est entièrement informatisé. Toutes les commandes entrantes sont traitées de façon dématérialisée, efficace et écologique. «Nous fournissons toute la Suisse, où nous travaillons depuis plus de dix ans avec deux sociétés de transport. C'est écologiquement plus durable que de gérer son propre parc», justifie F. Hug. «Une spécificité de notre entreprise: presque tous les produits peuvent être achetés à l'unité. En outre, la livraison est franco dès CHF 350.- de commande.»



1 Bâtiments de la société et extension, achèvement fin 2012

2 Effectif du service logistique Somona

3 Effectif du service interne Somona

4 Daniel Lüthi, chef commercial, Felix Hug, propriétaire et directeur

5 Annick Gendre, service de vente



Les locaux s'agrandissent, et pas seulement en raison de l'extension permanente de la gamme. F. Hug: «Nous avons aussi besoin de plus d'espace pour pouvoir garantir à l'avenir des services et une logistique de qualité. De nombreux détaillants n'ont actuellement que de petits entrepôts, voire aucun. Nous souhaitons à terme continuer à les livrer de manière ponctuelle et précise.»

Grâce à cette extension, le nombre de palettes stockées passera de 1400 à 3000. Les anciennes installations de chauffage traditionnelles seront également remplacées par une nouvelle pompe à chaleur géothermique alimentant toute l'entreprise en une énergie alternative.

Croissance organique

Somona est totalement fidèle à sa philosophie. «Nos gammes ne laissent pas de place aux animaux morts», confirme F. Hug qui ajoute: «Exception faite des oursons en gélatine.» Il se réjouit de la mode actuelle du «vég». Depuis sa création, Somona propose par conviction des produits végétariens. «C'est fascinant pour moi de regarder en arrière et de voir que non seulement nos produits sont organiques et biologiques mais que l'entreprise prospère aussi de façon structurée. Notre concept de communication comprend aussi un site Internet soigné. Les consommateurs finaux y trouvent non seulement des informations concernant tous les produits, mais également sur toutes les sources d'approvisionnement.»

Perspectives d'avenir

F. Hug regarde l'avenir avec confiance: «Nous sommes convaincus par le marché (alimentation saine, commerce équitable, mode de vie sain).» De par ses besoins importants en termes de diffusion du savoir, Somona construira dans le cadre de l'agrandissement une salle de formation et invitera les détaillants spécialisés à Dulliken à des formations ciblées par gamme. En outre, les locaux plus grands donneront plus de place à la logistique et à l'entreposage, pour prendre en charge le stock des petites sociétés suisses.

Somona continuera à étendre et développer sa gamme de manière ciblée. La prochaine coopération planifiée concerne la marque Clipper, numéro un en Angleterre dans le thé bio issu du commerce équitable. Cette collaboration a également vu le jour de manière structurée: «La société est convaincue par les études de marché que Somona est pour elle le partenaire idéal pour la Suisse.»

Somona S.à r.l. fête ses 60 ans

- 1952 Pionniers du «mieux vivre», Anton **Stoll** et Bruno **Moll** fondent Somona S.à r.l. à Olten.
- 1954 Eden et Dr Ritter: les deux premières représentations commerciales acquises
- 1977 La société déménage vers Dulliken.
- 1985 Felix Hug (marketing et vente) entre dans l'entreprise.
- 1995 Felix Hug reprend la société.
- 2002 Inauguration de la première extension du bâtiment
- 2012 22 collaborateurs, portefeuille de 30 marques, 1800 produits.
800 clients: drogueries, pharmacies, magasins diététiques, magasins bio, détaillants privés spécialisés dans l'alimentaire.
60 livraisons par jour, 2000 tonnes par an.
Deuxième extension prévue à l'automne avec augmentation du nombre de palettes à 3000.

60ans
somona
Naturellement meilleur.

Somona S.à r.l.
Bodenackerstrasse 51, 4657 Dulliken
Tél. 062 295 46 46, fax 062 295 32 59
info@somona.ch, www.somona.ch