

Maintien du cap sur la croissance

«Surmonter ses limites», telle a été la devise de la TopLounge 2012. L'état des lieux du Groupe Topwell a révélé que la croissance réjouissante des dernières années allait se poursuivre et que les nouveaux projets ne manquaient pas. Le funambule Freddy Nock a démontré toute l'importance de la confiance en soi pour dépasser ses propres limites.

Jürg Lendenmann



«Croissance, innovation, différenciation et dynamisme, voilà ce qui nous distingue», a déclaré Daniel Mächler, CEO du Groupe Topwell.

«Eviter, dépasser, ignorer les limites: tels sont les thèmes qui ont accompagné le Groupe Topwell ces dernières années», a déclaré son CEO, Daniel Mächler, le 5 juillet lors de la TopLounge 2012. Le Groupe avait invité quelque 130 représentants de l'industrie, des producteurs, des grossistes et du conseil d'administration des filiales Topwell, Egli, ainsi que d'X-Med, à l'occasion de son état des lieux annuel.

Une croissance continue depuis des années

«Dans son ensemble, notre Groupe ne cesse de croître. L'an dernier, nous avons atteint le seuil magique des 100 millions de francs de chiffre d'affaires», a expliqué Daniel Mächler. «Toutes les unités ont contribué à ce bon résultat, les pharmacies d'officine, le secteur bio (magasins de dié-

tétique Egli) et X-MED.» L'objectif 2012, atteint à 55 pour cent fin juin, est de 120 millions.

X-Med et TopProfessional™

Le CEO a attiré l'attention sur un autre seuil, lui aussi franchi. «En joint-venture avec le Groupe Pill, nous avons créé X-MED, une entreprise de commerce en gros du secteur médical. Nous sommes allés activement à la rencontre des médecins, ce qui nous a permis, au semestre dernier, d'afficher une forte hausse des transactions Rx dans nos pharmacies d'officine.»

Pour une organisation décentralisée de 470 collaborateurs, proposer une offre efficace de formations est un vrai défi. «Sous le label TopProfessional™, nous réunissons tous les types de formation du Groupe Topwell», a déclaré Daniel Mächler. Cette année, les formations centralisées proposées au siège, celles organisées sur les sites par des partenaires externes, ainsi que les formations décentralisées ont été complétées par des offres de type e-learning et en ligne. «A cette fin, une plate-forme de communication a été créée ces dernières années au sein de l'entreprise. Elle permet l'accès à tous les documents et tous les modules de formation 24 heures sur 24.»

Magasins bio Egli: se différencier et se repositionner

Pour les magasins bio Egli, 2011 a marqué un tournant positif. «Dans ce secteur aussi, nous avons pu dépasser nos limites», a déclaré le CEO. Après les difficultés que tous les marchés et magasins spécialisés ont connues dans les années 1990, la situation s'est renversée – comme l'avait prévu l'Institut Gottlieb Duttweiler. Daniel Mächler: «Nous pouvons en attester au sein du Groupe Egli.»

Lancé il y a trois ans, le concept «natural beauty» s'est avéré une réussite malgré l'échec qui lui avait été prédit. «Grâce à lui, nous avons enregistré une croissance annuelle de 15 à 20 pour cent sur l'ensemble du Groupe.» Le tout dernier concept, unique sur le marché suisse, s'appelle «natural beauty & more™». Extrêmement bien située, la boutique de la Neuengasse à Berne s'est spécialisée dans les cosmétiques naturels certifiés, les vins et les thés de qualité, ainsi que divers accessoires, cadeaux et chocolats.

«Croissance, innovation, différenciation et dynamisme, voilà ce qui nous distingue», souligne Daniel Mächler. «Ce ne sont pas de simples slogans, c'est ce que nous vivons.»

Participation active à netCare

Au cœur de l'exposé de Rinaldo Just, directeur marketing/ventes, figurait le projet netCare auquel participe Topwell. Rinaldo Just: «C'est l'exemple même de projet innovant du secteur de la santé suisse auquel contribuent toutes les parties prenantes.» Retransmise en live depuis la pharmacie-droguerie Bahnhof Enge, Miriam Pfiffner, gérante adjointe, rapporte les premières expériences avec netCare. «Ce nouveau modèle de prestations nous séduit. Pour nous pharmaciens, cela signifie disposer d'une fonction supplémentaire de triage. Nous pouvons à présent proposer un conseil médical direct en pharmacie aux clients que nous aurions sinon adressés à un médecin.» Les clients auraient réagi de manière très intéressée et positive. «Nous sommes très motivés et souhaitons faire connaître ce service à la population et lui en permettre l'accès», déclare Miriam Pfiffner. «Nous sommes persuadés que ce projet sera bien accueilli.»

Entre ciel et terre

Intervenant extérieur, Freddy Nock rapporte son expérience, captivante et riche, de funambule. Tout au long de sa carrière, il a travaillé sans harnais de sécurité ni filet. Pour rendre l'impossible possible, tel est le message de ce «Swiss Award Winner 2011», il faut avoir confiance en ses propres talents et capacités. Freddy Nock: «Quand tu fais quelque chose, tu dois te fier à toi-même. Le contrôle, c'est moi qui dois toujours l'avoir sur le fil, et non le fil, sur moi.» ■

Des photos de cet événement sont visibles sur www.pharma-blog.ch (en allemand).