

Exposé de M. Claude CHOLLET,
Directeur international des Laboratoires
Beaufour-IPSEN International

(M. Claude Chollet précise qu'il s'adresse à l'assistance en tant que responsable d'entreprise et en tant que praticien).

Beaufour-IPSEN est un groupe international pharmaceutique, de 1,7 milliard de chiffre d'affaires, de 1 700 personnes, au 5ème rang de l'industrie pharmaceutique française.

Quand on part à la recherche de la MÉGAMERCATIQUE dans le dictionnaire on rencontre : le MÉGACEROS, ruminant fossile remarquable par le développement de ses bois, le MÉGALOSAURE, reptile dinosaurien, et même le MÉGATHERIUM, mammifère édenté mesurant 5 m de long et 2 m de haut, mais point de MÉGAMERCATIQUE.

J'en ai déduit que ces animaux appartenaient au passé mais que la MÉGAMERCATIQUE appartenait, elle, à notre présent et à notre avenir.

Comment cette mégamercatique se conjugue-t-elle, comment se vit-elle dans l'industrie pharmaceutique ? Dans la pharmacie, nous sommes en contact permanent avec le législateur. En effet, nous sommes soumis à autorisation de mise sur le marché, ce qui est bien normal puisque les Pouvoirs publics doivent mesurer le rapport risque/bénéfice du médicament car tout médicament présente un risque potentiel.

Nous sommes aussi en contact avec le législateur en ce qui concerne les prix puisque nous sommes un des derniers secteurs économiques sinon le dernier à avoir des prix administrés.

Nous sommes aussi en contact avec la recherche et nous sommes une industrie à gestation lente : il faut de 7 à 10 ans pour développer un nouveau médicament.

Nous sommes en contact également avec l'environnement social au sens large du terme, que ce soit les syndicats puisque la gestion de la santé est un enjeu social et sera de plus en plus un enjeu social, et avec le mouvement mutualiste puisque ce sont eux qui payent.

Nous sommes en contact avec nos clients, c'est bien évident : pharmaciens, médecins et, in fine, patients.

Mais je dirai que le concept de mégamercatique, qui doit être un peu plus large, doit aussi s'appliquer à nous-mêmes. Il doit aussi s'appliquer à la mobilisation des ressources de l'entreprise. Ceci peut passer par un projet d'entreprise, qui existe au sein de BEAUFOUR-IPSEN, qui s'appelle "responsable pour un monde de santé". Ça passe aussi, je pense, par une certaine culture d'entreprise, et, je crois qu'une entreprise c'est aussi un style, et le style de BEAUFOUR-IPSEN, ce pourrait être la manière de favoriser la recherche mais ça, je crois que ce n'est pas très original pour une société pharmaceutique. Je pense aussi qu'il y a plus original, à savoir des actions de parrainage que nous menons, non pas auprès de sportifs mais je dirai d'aventuriers ; nous avons parrainé, je dis bien parrainé, c'est écrit en haut et à

droite "parrainage : Laboratoires BEAUFOR-IPSEN", un jeune plombier qui avait à l'époque 28 ans, qui a traversé l'Atlantique sur un bateau pneumatique de 5 m de long. Il a fait naufrage : la 1ère fois, il a été recueilli par un chalutier espagnol ; la 2ème fois, il a échoué sur un port marocain. On l'a pris pour un espion du Polisario, il a fallu qu'on aille le récupérer. Il a réussi la 3ème fois. Pourquoi une entreprise pharmaceutique va-t-elle parrainer ce type d'exploit ? Tout simplement parce que ce garçon, qui s'appelle Christian SAUVAGE, qui est maintenant devenu un ami, nous a prouvé qu'avec très peu d'argent et beaucoup de tripes, on pouvait réaliser quelque chose.

La mégamercatique ce sont aussi les concurrents. Et je ne résiste pas au plaisir de citer SUN TZU, philosophe et général chinois qui a vécu il y a 25 siècles : "celui qui se connaît et connaît son adversaire gagne toujours ; celui qui se connaît et ne connaît pas son adversaire gagne parfois et perd parfois ; celui qui s'ignore et ignore son adversaire perd toujours".

Ça, c'est la mégamercatique et la pharmacie.

Mais, finalement que sommes-nous en train de faire aujourd'hui, sinon de la mégamercatique appliquée au français des affaires ? Nous avons en effet réunis autour de nous des représentants des Pouvoirs publics, des représentants de la recherche avec de nombreuses commissions de terminologie, l'environnement du français des affaires les médias, les entreprises, le monde culturel et universitaire, la remise de la 1ère Coupe francophone du français des affaires. J'étais un peu plus gêné à propos des concurrents parce que nous n'avons pas de vrais concurrents, nous n'avons pas d'adversaires nous-mêmes, nos adversaires ce ne sont pas les langues étrangères, ce n'est sûrement pas l'anglais, nos adversaires, c'est nous-mêmes, les Francophones et les Français peut-être au tout premier rang, qui péchons par faiblesse, par pusillanimité, du latin "pusillus" (petit) et "anima" (qui a une petite âme, une âme faible). Et je pense que les Français donnent très souvent le mauvais exemple aux Francophones, parfois par un certain travers qui est un sens du ridicule un peu trop développé quand les Français n'osent pas défendre leur propre langue.

Mais, il n'y a pas de mégamercatique sans mégamercaticien, comme il n'y a pas d'orchestre sans un bon chef d'orchestre. Et aujourd'hui il y a un chef d'orchestre qui a su réunir médias, chefs d'entreprise, pouvoirs publics et ce chef d'orchestre qui défend la cause du français des affaires avec ardeur, avec ténacité, avec courage, avec imagination, ce chef d'orchestre, et je pense qu'il faut aussi lui rendre un coup de chapeau, c'est Jean Marcel Lauginie, mégamercaticien du français des affaires que je vous demande d'applaudir.