

3 questions à Jean-Louis Méry

Président d'Alliance Healthcare France

1. Alliance santé est devenue Alliance Healthcare ; pourquoi le choix d'un nom anglo-saxon ?

En réalité, nous n'adoptons pas une dénomination anglaise, mais une appellation universelle. « Alliance » est un terme français et d'origine latine, qui est compréhensible dans de nombreux pays. Quant à « healthcare », c'est tout simplement la traduction du mot « santé » dans la langue la plus répandue au monde. Quant à notre signature, « la santé toujours plus proche », elle reste identique. J'ajoute que nous conservons le même logo avec les quatre flèches entourant la croix de pharmacie.

Vous voyez donc que, pour la France, les éléments de continuité l'emportent sur la rupture. En conclusion, nous pouvons dire que c'est notre appellation qui a été retenue et généralisée à l'ensemble de nos marchés.

2. L'entreprise a changé plusieurs fois de nom. Après Thomas, COF, CPC, ERPI, IFP et Alliance Santé, à quoi correspond ce nouveau changement ?

Je rappelle qu'Alliance Santé était née du rapprochement et de la fusion de plusieurs sociétés locales et régionales. Aujourd'hui, l'évolution de notre identité reflète le passage d'une dimension nationale à une envergure internationale.

En effet, la nouvelle marque Alliance Healthcare sera progressivement développée dans tous les pays où nous sommes présents, notamment l'Italie, l'Espagne, le Portugal, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, la République Tchèque et la Russie.

Plus globalement, notre présence sur des marchés aussi différents nous donne la capacité de tirer le meilleur parti des expériences des uns et des autres (best practices) et d'en faire bénéficier nos clients.

3. Qu'est-ce que le changement de nom implique pour les clients d'Alliance Healthcare France ?

Je pense que ce nouveau changement traduit avant tout le dynamisme de notre entreprise et notre capacité d'adaptation à un environnement en constante évolution. C'est en soi très positif pour nos partenaires et clients. Nous accompagnons ce changement d'identité par le développement et la structuration de notre offre de services en amont et en aval de notre activité traditionnelle de répartition pharmaceutique.

Ainsi, pour l'industrie pharmaceutique, notre nouvelle marque va permettre de mieux identifier et valoriser l'offre de services et de solutions, à la fois complète et personnalisée, que nous proposons aux laboratoires : prestations de dépositaire, forces de vente directe à l'officine, opérations de marketing direct et phoning, approvisionnement du réseau national des officines, etc.

Pour les pharmaciens d'officine, ce changement d'identité nous donne l'opportunité de mettre en évidence l'étendue des services dédiés que nous développons à leur intention. Alliance Healthcare France entend plus que jamais renforcer son partenariat avec les pharmaciens qui est au centre de sa stratégie. Je tiens à souligner que les pharmaciens indépendants sont le cœur de notre clientèle. Ce sont eux qui inspirent et motivent l'essentiel de nos actions.