

Aromalife intègre entièrement la famille ebi-pharm

Dialogue entre Stefan Binz et Jürg Horlacher

ebi-pharm et Aromalife sont convaincues des synergies à développer: Jürg Horlacher, fondateur et responsable d'Aromalife et Stefan Binz, directeur général d'ebi-pharm, amorcent un dialogue et dévoilent le contexte et les possibilités d'évolution de leur collaboration pour le futur. Leur satisfaction et leur motivation sont résolument perceptibles.



ebi-pharm et Aromalife dessinent ensemble un avenir commun. Quelles en ont été les étapes? La phase de planification a-t-elle été longue?

SB: Tout a commencé lors d'un repas où nous refaisons le monde et discussions des défis rencontrés sur le marché que nous connaissons bien tous les deux. Nous avons alors non seulement immédiatement ressenti le même enthousiasme pour cette matière, mais également constaté les nombreuses similitudes qui nous réunissent très clairement. Nous avons alors poursuivi notre discussion en imaginant d'aborder la prochaine étape ensemble. Et tout à coup, tout s'est déroulé très vite.

JH: C'était passionnant de constater à quel point nous abordions et observions les choses de la même manière et de réaliser que nos préoccupations étaient identiques. À ce moment-là, Aromalife était en fait engagée dans une réflexion profonde portant sur un nouveau développement interne.

Et pourtant, tu t'es résolu à faire le pas. Quel a été l'élément déclencheur?

JH: Je réfléchissais depuis longtemps à ma succession et ebi-pharm constituait pour moi dès le départ une option de choix. Après avoir abordé les discussions dans cette optique, j'ai immédiatement réalisé que c'était la bonne solution et que c'était le moment d'agir – même si cela s'est finalement composé un peu plus vite que prévu.

SB: L'aromathérapie a toujours représenté un réel intérêt à nos yeux. Nous avons toujours cherché à offrir un assortiment global dans le domaine de la médecine complé-

mentaire, les huiles essentielles n'étaient pas encore présentes dans celui-ci alors que sommes convaincus de leur énorme potentiel! Notre concept thérapeutique global sera ainsi parfaitement complété.

JH: Cela correspond parfaitement à la dimension émotionnelle de notre gamme. Avec nos lignes de parfums, nous proposons un vaste portefeuille de produits. Très appréciée depuis de longues années, la gamme Arolle constitue un long-seller. Nous disposons également de marques de haute qualité qui complètent l'assortiment telles que Sonnentor, les produits Dresdner Essenz ou le miel Manuka.

Lorsque deux entreprises fusionnent, l'intégration de deux cultures différentes représente toujours un défi. Comment avez-vous vécu ce rapprochement?

JH: Nous nous complétons effectivement très bien. Nous parlons le même langage et vivons les mêmes valeurs. Au sein des deux entreprises, l'individu et la nature sont placés au centre des préoccupations, tout comme les projets sociaux et l'économie durable.

SB: Ce n'est pas un hasard non plus si nous travaillons tous les deux en étroite collaboration avec la fondation pour l'intégration professionnelle GEWA – Aromalife dans le domaine de la production, ebi-pharm pour ses besoins logistiques en particulier. La collaboration avec GEWA nous permet d'une part de nous appuyer sur un partenaire fiable, et d'autre part de soumettre une activité utile aux personnes souffrant de troubles psychiques. Nous les soutenons ainsi dans leur parcours de réinsertion dans le monde du travail. Cette formule est vraiment précieuse pour toutes les parties impliquées!

Quelles sont vos ambitions et quels sont les principaux atouts pour votre clientèle?

SB: Je désire sincèrement que la cliente ou le client ne remarque pas ce changement. J'affirme cela délibérément, car ils apprécient Aromalife et les produits tels qu'ils sont. Si nous réussissons à poursuivre sur cette voie, nous aurons alors fait les choses correctement.



JH: La clientèle pourra évidemment aussi bénéficier de ce partenariat. De nombreuses synergies vont se créer. Stefan et son équipe s'appuient sur les mêmes exigences que nous en ce qui concerne la qualité des produits et les prestations de service. De plus, leur enthousiasme pour notre assortiment est bien présent.

SB: Il est essentiel à mes yeux que Jürg reste à la tête d'Aromalife et qu'il continue d'être le moteur en termes d'innovation et de développement des produits.

Les deux entreprises ont connu un développement plus important que la plupart des sociétés ces dernières années. Cette fusion permet la réunion d'un véritable concentré de dynamisme. Peut-on encore vous freiner?

SB: L'avenir nous le dira... Je peux cependant affirmer à quel point je me réjouis de cette nouvelle collaboration – en particulier de pouvoir travailler avec Jürg. Des discussions et des projets passionnants nous attendent.

JH: Non, nous n'avons pas mis les pieds sur le frein... Les dernières semaines et les derniers mois le montrent bien. Je suis très motivé pour ce projet et me réjouis du soutien des départements Marketing, HR et Sales d'ebi-pharm. Mon équipe et moi-même avons encore des idées plein la tête et je suis persuadé que nous sommes en bonne voie pour en réaliser quelques-unes. Pour l'instant, ce qui compte, c'est de soigner la préparation de la prochaine étape et de pouvoir ainsi intégrer le système de distribution d'ebi-pharm.

Quel sera le plan d'intégration? Avez-vous prévu de tout réunir en une seule étape?

SB: Le processus se déroulera en deux étapes. Nous allons réunir le plus vite possible les ventes et le marketing. La clientèle doit avoir un seul et unique interlocuteur pour toutes ses requêtes – sans se soucier de savoir si cela concerne ebi-pharm ou Aromalife.

JH: De mon côté, le plus grand défi se situe au niveau de la logistique. Nous avons besoin de plus de temps pour ce domaine et supposons qu'un regroupement ne sera réaliste que dans un deuxième temps, au plus tôt à la fin 2022. Nous travaillons avec acharnement sur des modèles plausibles.

«L'individu et la nature sont au centre des préoccupations des deux entreprises et toutes deux s'investissent dans des projets à caractère social et pour une économie durable.»

Jürg Horlacher

Et que vous souhaitez-vous mutuellement pour la prochaine phase commune?

SB: Je souhaite que toi et tes équipes vous sentiez en harmonie au sein de notre famille ebi et que vous poursuiviez votre travail avec le même plaisir et la même motivation! Par ailleurs, j'espère que nous réussirons à te décharger de la gestion quotidienne et que tu puisses ainsi te décharger du temps pour innover et être créatif.

JH: Je vous souhaite également beaucoup de plaisir et surtout de curiosité dans le monde passionnant des parfums. Et je suis certain que mon équipe travaillera avec le même enthousiasme que jusqu'à présent dans notre «atelier à parfums».



Aromalife propose également un assortiment de produits sélectionnés, de différents partenaires, comme les excellents thés de Sonnentor entre autres.

L'atelier à parfums d'Aromalife

Droguiste de formation, Jürg Horlacher fonde Aromalife dans la commune bernoise d'Utzenstorf en 2000. Aujourd'hui, l'entreprise produit plus de 100 huiles essentielles en provenance de cultures biologiques ou de cueillette sauvage. Des mélanges de parfums inédits sont composés dans leur propre laboratoire. Au cours des dernières années, différentes lignes de fragrances ont vu le jour telles que Fortes défenses, Être une femme, Enfants, Calme ou encore AROLLE – un vaste assortiment qui va du spray d'ambiance jusqu'aux sels de bain. La récente création, Waldbaden, renferme 10 essences de divers conifères issus principalement de forêts suisses. Par ailleurs, Aromalife a créé sa propre ligne de cosmétiques naturels, VitaBase. L'assortiment de cadeaux, toujours renouvelé, rencontre également un franc succès.

i Les principales modifications

Découvrez en dernière page ce que vous devez encore savoir.