

# Zydus vise le Top 10 en France

Présent dans le monde entier et en particulier sur les marchés à forte croissance, où son activité va des génériques aux biosimilaires en passant par les vaccins, le laboratoire indien Zydus est en France depuis 2003, où il entend renforcer son offre de produits et services en se concentrant sur la valeur ajoutée apportée aux pharmaciens et aux patients. Dans un marché qui est passé depuis cette date de 847 millions d'euros à plus de 2 milliards, la stratégie du groupe a consisté à proposer des nouveaux produits dès l'échéance des brevets des médicaments princeps. « Les sites de fabrication de plus de 40 de nos spécialités ont été audités et certifiés par l'AFSSAPS », rappelle Pankaj R. Patel, président de Zydus, qui ajoute : « Nous sommes également centrés sur les services au patient. Nous pensons que créer une relation forte entre le patient, l'entreprise et la marque est le meilleur moyen d'apporter une valeur ajoutée différentiate. » Des services spécifiques sont à cette fin proposés aux pharmaciens, centrés sur l'aide et l'information qu'ils peuvent apporter au patient, « y compris en matière d'éducation thérapeutique. Il ne s'agit pas seulement de vendre un produit mais d'apporter une valeur ajoutée dans l'accompagnement du patient, ce qui profite à la fois à l'entreprise et au pharmacien dans sa relation à son client ». Les ambitions du groupe ne manquent pas en



DR Le président de Zydus, Pankaj R. Patel, ambitionne de détenir 5 % du marché français des génériques à l'horizon 2012.

France. « Nous allons poursuivre cet effort en lançant des produits dès le premier jour des échéances brevetaires. Nous voulons également élargir notre portefeuille à des produits difficiles à fabriquer et, lorsque la législation le permettra, aller dans des domaines pour lesquels il n'existe pas encore de génériques. Notre objectif est de faire partie des dix premiers acteurs de ce marché avec une part de marché de 5 % à l'horizon 2012. » Si Zydus est ouvert à toute nouvelle opportunité de croissance et d'accès au marché, « nous ne pensons pas toutefois réaliser une acquisition en France dans les deux années à venir », précise Pankaj R. Patel.

D. M.