

Entité

DOULEURS

Galenica Santé

MOIS 20%

MOIS

clients.

ament / produit sorti de
échangé ceci afin de
de nos produits.

DE LA JOIE

RECHENKARTE
CARTES CADAU
CARTA REGALO

50.-

RECHENKARTE
CARTES CADAU
CARTA REGALO

100.-

RECHENKARTE
CARTES CADAU
CARTA REGALO

50.-



AMAVITA

AMAVITA+

Crédibilité et compétence pour créer la confiance

Chers actionnaires, Mesdames, Messieurs,

Galenica Santé et 2016: une année pleine d'entrain! Tous les Domaines d'activités se sont bien développés au cours de l'exercice. L'augmentation du chiffre d'affaires de Galenica Santé de 3.2% à CHF 3'008.9 mio. montre que nous avons su exploiter nos compétences clés pour avancer sur notre voie, celle d'être le premier choix pour la santé, la beauté et le bien-être pour nos clients dans toute la Suisse. Nous avons regroupé nos forces. En effet, les prix des médicaments continuent d'être sous pression et le tourisme d'achat qui était seulement ponctuel s'est pérennisé. En outre, la saison grippale de 2016 a été faible et, par conséquent, beaucoup moins de médicaments ont été vendus.

Toutefois, Galenica Santé a pu augmenter le chiffre d'affaires 2016: grâce à l'acquisition de nouveaux clients et à l'extension du réseau de pharmacies. Nous

sommes confiants de pouvoir acquérir de nouveaux potentiels. Le résultat d'exploitation (EBIT), qui a de nouveau dépassé la croissance du chiffre d'affaires, montre que nous sommes bien préparés à cela. Il a augmenté de 6.2% à CHF 136.0 mio. En 2016, nous avons réalisé des investissements d'un montant total de CHF 34.7 mio. (année précédente: CHF 43.8 mio.), qui ont été consacrés, entre autres, à l'achèvement des travaux d'agrandissement de Galexis à Niederbipp.

Nous envisageons d'élargir la base du chiffre d'affaires et du bénéfice. Pour cela, nous devons rester mobiles et agiles. Nos clients attendent des offres spécialement conçues pour répondre à leurs besoins. Notre exigence est d'anticiper les tendances et de participer activement au développement du marché suisse de la santé avec des innovations.

Au second semestre 2016, le Conseil fédéral a décidé d'étendre la fonction des pharmacies pour devenir le premier lieu d'accueil en termes de prestations médicales. Les pharmacies doivent également jouer un rôle clé dans la prévention de la santé et le traitement des malades chro-



Jörg Kneubühler
CEO Galenica Santé

Chiffre d'affaires net en mio. CHF



Groupe Galenica CHF 4'118.4 mio.

EBIT en mio. CHF



Groupe Galenica CHF 361.5 mio.

Nombre de collaborateurs



Groupe Galenica 8'661

niques. La condition est de disposer d'une pièce séparée pour organiser des consultations. Galenica Santé prévoit d'exploiter deux pharmacies avec de telles prestations médicales élargies dans le cadre d'un projet pilote en 2017. L'objectif est d'identifier de nouveaux besoins des clients dans le cadre des soins de base.

Alors que ces prestations prennent de l'ampleur, une gamme complète de produits avec des marques fortes reste au cœur de notre offre. Nos marques propres Algifor®, Anti-Brumm®, Perskindol® et Trioфан® font partie des produits leaders sur leur segment. L'assortiment de produits de Galenica Santé sera progressivement complété par des produits de soin et de beauté exclusifs de partenaires renommés. Nous avons ainsi conclu un accord en 2016 avec Pierre Fabre, le deuxième laboratoire de dermocosmétique au monde, pour la distribution exclusive des produits A-Derma. Le lancement a remporté un franc succès dans les trois formats de pharmacies Amavita, Sun Store et Coop Vitality. Depuis début 2017, nous distribuons en exclusivité en Suisse les marques de dermatologie Lierac et les marques capillaires Phyto du groupe français Alès Groupe. D'autres partenariats exclusifs suivront.

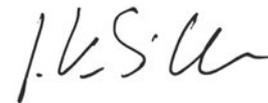
Galenica Santé exploite la plus grande chaîne de pharmacies en Suisse et garantit une distribution efficace et sûre de près de 500 points de vente propres, pharmacies Coop Vitality, et pharmacies partenaires Amavita et Winconcept. Le centre de logistique élargi de Niederbipp permet de traiter de grands volumes dans les délais impartis. L'acquisition début 2017 du grossiste en propharmacie Pharmapool contribuera à proposer des solutions intégrées d'un seul tenant aux différents acteurs du marché dans toute la Suisse.

L'augmentation de l'efficacité est une mission centrale de Galenica Santé. Dans ce but, nous avons renforcé l'interaction à la fois au sein et entre les trois Domaines d'activités en 2016 et accordé les processus communs plus étroitement entre eux. Les deux centrales du Domaine d'activités Retail à St-Sulpice et à Berne seront successivement regroupées sur un seul site à Berne, le projet s'achèvera d'ici mi-2017.

Notre histoire montre que nous disposons des expériences et des capacités nécessaires pour un avenir couronné de succès: une pensée entrepreneuriale, une aptitude au changement et la passion. Nous avons de fortes exigences envers nous-mêmes et envers tous les collaborateurs. C'est à eux que s'adressent nos re-

merciements, leur performance mérite le respect. En effet, ils répondent à notre exigence de créer la confiance par leur crédibilité et leur compétence, chaque jour. En tant qu'équipe expérimentée, ils permettent à Galenica Santé d'avancer vers un avenir couronné de succès.

Berne, le 14 mars 2017



Jörg Kneubühler
CEO Galenica Santé

+6.2 %

augmentation de l'EBIT

CHF
34.7 mio.

investissements



HCI Solutions gère des bases de données et développe des solutions de gestion spécialement adaptées aux besoins du marché de la santé.

Segment

Health & Beauty

Domaines d'activités Products & Brands et Retail



Jörg Kneubühler
CEO Galenica Santé

Santé, beauté et bien-être

Galenica Santé dispose du plus grand réseau de pharmacies en Suisse et ainsi d'un réseau exceptionnel de distribution pour les solides marques propres de même que pour les produits de leurs partenaires commerciaux. D'un point de vue stratégique, la position de leader dans les domaines de la douleur, de la toux, des refroidissements et des maladies respiratoires doit être renforcée et les segments de marché de la cosmétique et de la beauté doivent être étendus.

Le segment Health & Beauty qui comprend les Domaines d'activités Products & Brands et Retail a augmenté son chiffre d'affaires net 2016 de 3.1% à CHF 1'437.0 mio. Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est amélioré de 7.2% à CHF 96.2 mio. Par rapport à l'année précédente, le rendement du chiffre d'affaires (ROS) a augmenté à 6.7%. Les investissements se sont montés en 2016 à CHF 14.9 mio. (année précédente: CHF 17.7 mio.).

Segment Health & Beauty

Chiffres clés 2016

- Chiffre d'affaires net: CHF 1'437.0 mio.
- EBITDA: CHF 118.7 mio.
- EBIT: CHF 96.2 mio.
- ROS: 6.7%
- Investissements: CHF 14.9 mio.
- Collaborateurs: 4'637
(3'423 postes à plein temps)
- Dont:
 - Products & Brands: 107
(93 postes à plein temps)
 - Retail: 4'530
(3'330 postes à plein temps)

Chiffre d'affaires net

en mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 mio.

EBIT

en mio. CHF



Galenica Santé CHF 136.0 mio.

Products & Brands

Santé, beauté et exclusivité d'une seule source

«Nous offrons aux partenaires commerciaux un réseau unique, un vaste savoir-faire et un accès rapide au marché.»

Priorités stratégiques 2017

- Soutenir la position de leader des catégories de produits OTC avec l'accent sur la douleur, la toux, les refroidissements et les maladies respiratoires
- Consolider et continuer de développer la part du marché de la santé dans les pharmacies et les drogueries dans tout le pays
- Etendre le commerce de marques à de nouveaux domaines et développer les compétences associées
- Développer des compétences d'approvisionnement en vue de répondre à tout le spectre d'opportunités

Solide portefeuille pour la santé

En 2016, le Domaine d'activités Products & Brands a augmenté son chiffre d'affaires de 0.5% à CHF 89.3 mio. La croissance a été influencée par la suppression du portefeuille de la marque Equazen™ qui, fin 2015, a été cédé avec Potters à Soho Flordis International. Sans cet effet, Products & Brands a progressé de 6.2%.

Vifor Consumer Health a réalisé un chiffre d'affaires global de CHF 81.4 mio., au niveau de celui de l'année précédente. En Suisse, grâce à ses marques OTC renommées, l'entreprise est parvenue à clairement dépasser la croissance totale du marché stable (IMS Health 2016): le chiffre d'affaires a augmenté de 3.5% par rapport à l'année dernière, pour s'établir à CHF 65.6 mio. La distribution exclusive des produits A-Derma de la société française de dermocosmétique Pierre Fabre, qui ont été très bien accueillis par les clients en Suisse depuis leur lancement à l'été 2016, y a aussi contribué.

Les activités d'exportation se sont inscrites à CHF 15.8 mio., en recul de 12.6% en raison de la suppression mentionnée du portefeuille de la marque Equazen™.

Plus de 60 marques sont gérées par Vifor Consumer Health, dont des marques fortes telles qu'Algifor®, Triofan®, Perskindol® et Anti-Brumm®. Algifor®, leader sur le marché des antidouleurs en Suisse, a surperformé le marché durant la période sous



Torvald de Coverly Veale
Responsable Domaine d'activités
Products & Brands

Chiffre d'affaires net

en mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 mio.

Nombre de collaborateurs



Galenica Santé 6'131

«Depuis janvier 2017, la marque Lierac de produits dermatologiques de haute qualité ainsi que les produits capillaires de la marque Phyto sont distribués exclusivement en Suisse.»

revue et le lancement des nouvelles capsules Algifor® Liquid capsules 400mg Ibuprofène a été très bien accueilli par le marché. Le chiffre d'affaires du produit répulsif pour insectes leader sur le marché, Anti-Brumm®, a nettement augmenté à la fois sur le marché national et international, renforçant sa position de leader en Allemagne. La gamme complète de médicaments sans ordonnance (OTC) de Vifor Consumer Health est disponible dans toutes les pharmacies et drogueries en Suisse. L'équipe de Vifor Consumer Health est en mesure de répondre rapidement aux demandes de la clientèle, de planifier des campagnes adaptées et de mettre en œuvre des offres. L'une des réussites incontestées dans le soutien de Vifor Consumer Health aux pharmaciens est le programme de formation régulier délivré par l'équipe de consultants expérimentés de Vifor Consumer Health, qui est désormais reconnu comme un élément clé du service de premier ordre pour la clientèle.

Exporter une sélection de marques

L'intention de Vifor Consumer Health avec sa solide position sur le marché suisse de la santé, est de mieux exploiter son potentiel à travers l'ensemble des pharmacies suisses.

Vifor Consumer Health prévoit également de renforcer sa présence internationale par le biais de produits sélectionnés.

Anti-Brumm® et Perskindol® jouissent déjà d'une demande satisfaisante et d'une reconnaissance dans certains pays tels que l'Allemagne et la Thaïlande.

De puissants services aux partenaires

Vifor Consumer Health distribue également des produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques pour le compte de tiers. Le chiffre d'affaires a augmenté sur ce segment, stimulé par l'introduction de nouvelles marques. Un bon exemple est l'accord signé avec Procter & Gamble en 2015 pour commercialiser et distribuer Clearblue® et OralB® dans toutes les pharmacies suisses.

Healthy Beauty – marques exclusives

Products & Brands a signé un contrat de distribution exclusive avec la société française de dermocosmétique Pierre Fabre, numéro deux mondial sur ce marché. La gamme de produits A-Derma, proposée exclusivement par Galenica Santé en Suisse, a été très bien accueillie. Basée sur

un principe actif nommé Avoine Rhealba®, A-Derma est la première marque de dermocosmétique dotée d'un principe actif végétal qui apaise et protège la peau irritée et sensible. L'accord avec Pierre Fabre a marqué la première étape dans la création d'une solide activité sur le marché suisse de la dermatologie. L'accord de distribution a été renforcé par différentes activités de marketing ainsi que la formation du personnel dans les pharmacies Amavita, Sun Store et Coop Vitality.

Un contrat avec le groupe français Alès Groupe a été signé mi-2016; leur marque de dermatologie Lierac ainsi que la marque capillaire Phyto sont distribuées en exclusivité en Suisse par Galenica Santé depuis début 2017.

Nouvelle année, nouveaux lancements

A l'avenir, le Domaine d'activités Products & Brands entend poursuivre sa stratégie qui a déjà prouvé son succès: renforcer la franchise de la santé sur le marché suisse des OTC, lancer des produits avec de nouveaux partenariats, notamment avec des produits de cosmétique et de beauté, et stimuler les ventes à l'exportation avec des produits sélectionnés.

Dans ce but, Vifor Consumer Health a signé un contrat avec la société autrichienne Adler en 2016. L'objectif est de lancer leurs produits «Sels de Schüssler» exclusivement en Suisse. Ces sels minéraux sont des compléments alimentaires sans gluten destinés à favoriser le bien-être général ou à compenser des carences ou des déséquilibres en minéraux spécifiques, à l'origine de dysfonctionnement d'organes. La distribution exclusive en Suisse d'Excilor®, un médicament antifongique, est également prévue. L'introduction de nouveaux produits soutiendra la croissance des marques existantes et étendra le portefeuille de produits à de nouvelles catégories.

Les entreprises du Domaine d'activités Products & Brands

Vifor Consumer Health

- Commercialise des médicaments vendus sans ordonnance (produits OTC) développés par Vifor Consumer Health, vendus sous licence ou commercialisés pour des tiers.
- Joue un rôle prépondérant sur son marché domestique, la Suisse, avec des marques phares comme Algifor®, Trioфан®, Perskindol® et Anti-Brumm®.

G-Pharma

- Lance et distribue des produits de Consumer Healthcare pour les marques propres de Retail.

Retail

«Continuer d'avancer grâce à l'efficacité.»

«Compétence, crédibilité et passion caractérisent notre service à la clientèle.»

Priorités stratégiques 2017

- Un service client activement vécu: avec des offres sur mesure, de nouvelles prestations de services, des marques propres innovantes et une forte présence de tous les formats de pharmacies
- Créer une organisation légère et flexible: exploiter les synergies lors de l'achat, de la gestion de l'assortiment et dans l'ensemble des prestations de services
- Marge de manœuvre pour les futures mesures de baisses de prix: améliorer des processus commerciaux efficaces
- Favoriser la croissance: grâce à la force interne combinée aux acquisitions et à l'extension du réseau avec des pharmacies propres et des partenaires indépendants

Croissance du chiffre d'affaires dans un environnement de marché exigeant

En 2016, le Domaine d'activités Retail a continué de se développer avec succès dans un environnement de marché exigeant, enregistrant une hausse de son chiffre d'affaires à CHF 1'348.6 mio. (+3.1%, sans Coop Vitality). L'extension du réseau de pharmacies a été le principal moteur de cette croissance. Les pharmacies propres comprennent onze nouveaux sites et sont donc maintenant au nombre de 329. Sur une base comparable, le chiffre d'affaires a augmenté de 1.6%. Fin 2016, le réseau de pharmacies de Galenica Santé comptait près de 500 sites avec les pharmacies non consolidées Coop Vitality et les pharmacies partenaires Amavita et Winconcept.

Pour donner une plus large assise à l'évolution du chiffre d'affaires, différentes mesures stratégiques ont été lancées pour les mois à venir.

L'environnement est resté exigeant en 2016, car les baisses de prix des médicaments sur ordonnance ont continué d'avoir un impact négatif. De même, le tourisme de consommation persistant, la pression sur les prix exercée par les grands distributeurs et la vague de grippe plus faible que l'année précédente ont laissé des traces sur le marché des pharmacies.



Jean-Claude Cléménçon
Responsable du Domaine d'activités Retail

Chiffre d'affaires net

en mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 mio.

Nombre de collaborateurs



Galenica Santé 6'131

«Désormais, les clients peuvent télécharger une ordonnance scannée sur une plate-forme et l'envoyer par voie électronique à la pharmacie de leur choix. Celle-ci reçoit un e-mail avec l'ordonnance et peut donc la préparer à l'avance. Cela réduit le temps d'attente sur place, lorsque le client vient chercher les médicaments prescrits.»

Baisse des coûts grâce à la facturation directe

A l'instar des pharmacies Sun Store en 2015, les pharmacies Amavita sont passées à la facturation directe aux caisses maladie en 2016. Grâce à la plate-forme TriaFact® conçue par HCI Solutions et à l'échange direct entre la pharmacie et la caisse maladie, les coûts de traitement des factures sont réduits et la qualité des données augmente. Le projet a été mis en œuvre comme prévu et le taux de rejet des caisses maladie a encore baissé.

Réseau de pharmacies élargi

Galenica Santé a considérablement élargi le réseau de pharmacies pendant l'année sous revue: la fermeture de trois pharmacies Sun Store a été compensée par l'arrivée de cinq pharmacies Amavita, cinq pharmacies Coop Vitality et quatre participations majoritaires. Suite à la résiliation de trois partenariats Amavita et trois partenariats Winconcept, le réseau de pharmacies comptait au 31 décembre 2016 un total de 496 points de vente.

La part des marques propres dans l'assortiment n'a cessé d'être élargie chez Amavita et Coop Vitality, ce qui permet de renforcer la renommée et la présence sur le marché des deux formats de pharmacies.

La satisfaction des clients est influencée par la qualité du conseil. Le programme Team Performance garantit le traitement rapide et aisé des processus administratifs, de sorte que les collaborateurs puissent consacrer la plupart de leur temps au conseil et à la vente. Ce programme a été lancé dans tous les points de vente Coop Vitality en 2015 et mis en œuvre sur d'autres sites Amavita et Sun Store en 2016. Désormais, l'offre complète de produits de santé et de beauté est également à la disposition des clients en dehors des heures d'ouverture dans les boutiques en ligne de Sun Store, d'Amavita et de Coop Vitality. La présence de Coop Vitality sur la place de marché en ligne Siroop devrait également fournir de nouvelles informations sur les besoins et le comportement des clients. Créée par Coop et Swisscom, la start-up Siroop permet aux fournisseurs de différents secteurs d'acheter leurs produits en ligne.

L'esprit d'équipe est également au cœur de la promotion de la relève. Fondé sur la conviction selon laquelle les personnes qui se connaissent s'engagent davantage dans leur travail et auprès de leurs collègues, un camp pour apprentis de trois jours est proposé depuis 15 ans. Le succès de «Kuuuhli» prouve que cet engagement est très apprécié des jeunes collaborateurs.

De nouveaux tests de santé dans l'offre

Les pharmacies Coop Vitality ont élargi l'offre de tests de santé avec le test d'intolérance au gluten. De leur côté, les pharmacies Sun Store ont proposé pour la première fois des tests d'allergie rapides. La campagne lancée par pharmaSuisse sur le dépistage du cancer du côlon a également été un vif succès, avec au total plus de 3'800 tests réalisés dans les pharmacies Amavita et Coop Vitality. Par ailleurs, une nouvelle étape a été franchie dans le domaine eHealth avec le projet pilote «Téléchargement d'ordonnances», mené dans un point de vente Sun Store à Lausanne. Désormais, les clients peuvent télécharger une ordonnance scannée sur une plate-forme et l'envoyer par voie électronique à la pharmacie de leur choix. Celle-ci reçoit un e-mail avec l'ordonnance et peut donc la préparer à l'avance. Cela réduit le temps d'attente sur place, lorsque le client vient chercher les médicaments prescrits. La prestation est désormais proposée dans toutes les pharmacies Sun Store, Coop Vitality et Amavita.

Le service de vaccination reste un thème récurrent

La prestation introduite en 2015 «Vaccination en pharmacie sans ordonnance médicale» a été étendue à d'autres cantons. Ce sont les cantons qui délivrent les autorisations de vacciner aux pharmaciens. La condition requise reste que les pharmaciens qui vaccinent attestent d'une formation de cinq jours avec l'obtention du certificat de capacité FPH pour vaccination et prise de sang. Actuellement, la vaccination est possible dans les cantons de Fribourg, Neuchâtel, Soleure, Zurich, Saint-Gall, Schwyz, Thurgovie, Schaffhouse, Bâle-Campagne, Genève, des Grisons et du Jura. De plus, un projet pilote a été lancé à Berne, dans le canton de Vaud et dans le Valais pour une vaccination contre la grippe saisonnière dans les pharmacies. La plate-forme de pharmaSuisse (www.vaccinationenpharmacie.ch) répertorie toutes les pharmacies autorisées, dont de nombreuses pharmacies Amavita et Coop Vitality, avec leurs offres de vaccination et le point de vente concerné.

CardioSnip – écouter son propre corps

La vie professionnelle est synonyme de pression accrue. Les gens ont de longues journées de travail, mangent sur le pouce, voyagent d'un fuseau horaire à l'autre. Bien que la tendance soit à une hygiène de vie saine (par exemple moins ou plus du tout de viande, pas de tabac ni d'alcool ou peu), de plus en plus de personnes atteignent les limites de leur résistance. Lorsque les signaux d'alarme ne sont pas identifiés à temps, les conséquences peuvent parfois être graves, avec des crises cardiaques, des ulcères de l'estomac ou des burn-out.

Un petit appareil peut alors être d'une grande aide: CardioSnip est un système d'un nouveau genre, qui reconnaît les signaux de surcharge psychologique et physique. A cet effet, la personne qui le porte enregistre elle-même un ECG (électrocardiogramme) pendant une journée normale de 24 heures. CardioSnip est placé directement sur la poitrine comme un patch, sans fil ou appareil d'enregistrement supplémentaire. Immédiatement après la mesure, l'utilisateur peut réaliser une évaluation simple avec l'application et identifier des surcharges éventuelles, qu'elles soient physiques ou psychologiques. L'évaluation repose sur un algorithme breveté. La phase pilote effectuée au 4^e trimestre 2016 s'est achevée sur des résultats positifs. Le lancement sur le marché est prévu en 2017. L'appareil a été développé par MediService en collaboration avec des entreprises partenaires externes et sera distribué en Suisse exclusivement dans les pharmacies Sun Store, Coop Vitality et Amavita.

Pharmacies propres et participations

	31.12.2016	31.12.2015	Variation
Pharmacies Amavita ¹⁾	150	145	+ 5
Pharmacies Sun Store ¹⁾	99	102	- 3
Pharmacies Coop Vitality (joint-venture avec Coop) ²⁾	69	64	+ 5
Pharmacie spécialisée MediService ¹⁾	1	1	-
Participations majoritaires dans d'autres pharmacies ¹⁾	8	4	+ 4
Participations minoritaires dans d'autres pharmacies ²⁾	2	2	-
Total points de vente propres	329	318	+ 11

¹⁾ Entièrement consolidées

²⁾ Consolidées par mise en équivalence

Partenaires indépendants

	31.12.2016	31.12.2015	Variation
Partenariats Amavita	9	12	- 3
Pharmacies partenaires Winconcept	158	161	- 3
Total partenaires indépendants	167	173	- 6

Winconcept fête ses 15 ans

Winconcept est une véritable success story: l'entreprise de services propose à 158 pharmacies indépendantes des concepts marketing axés sur la communication et la qualité depuis le 31 décembre 2016. Du système de gestion de la qualité aux formations des collaborateurs en passant par des prestations de conseil tels que Mystery Shopping et les enquêtes auprès des clients, l'offre vise à créer de la valeur et à décharger les pharmaciens.

Les pharmacies rattachées se présentent sous le label «Feelgood's». Grâce à leur propre magazine «Feelgood's news», elles informent régulièrement leurs clients de Suisse alémanique, de Suisse romande et du Tessin sur des sujets d'actualité dans les domaines de la médecine et de la santé. Les clients fidèles se voient offrir une carte client et un calendrier.

Les 15 ans d'existence ont été fêtés en octobre 2016 en présence de 130 convives. L'ancien conseiller fédéral Adolf Ogi, qui avait été invité à s'exprimer, a salué avec humour la longévité et les résultats obtenus en reprenant l'adage que son père ne cessait de lui répéter: «Quand on veut, on peut!».

«L'esprit d'équipe est également au cœur de la promotion de la relève. Le succès du camp de formation (Kuuqli) prouve que cet engagement est très apprécié des jeunes collaborateurs.»

Le Conseil fédéral veut confier plus de responsabilités aux pharmacies

La décision du Conseil fédéral de confier davantage de responsabilités aux pharmacies suisses a suscité beaucoup d'attention de la part du grand public. En octobre 2016, le Conseil fédéral a publié un rapport dans lequel il souligne que les pharmacies et plus uniquement les médecins de famille doivent permettre un «accès facilité» aux prestations médicales. Les pharmacies devaient également jouer un rôle clé dans la prévention en matière de santé et le traitement des maladies chroniques, à condition toutefois de disposer d'une pièce séparée pour organiser les consultations. La revalorisation des pharmacies comme premier point de contact pour les douleurs mineures est à saluer, mais il faut attendre de voir comment la situation va évoluer et quelles décisions contraignantes vont être prises. Dans une prochaine étape, la Confédération va suivre scientifiquement deux projets pilotes concernant les enfants et les maladies chroniques, dans le cadre desquels de tout nouveaux modèles de collaboration vont être testés. L'évaluation des résultats sera probablement disponible en 2018. En 2017, Galenica Santé va mener un projet pilote dans le cadre duquel elle va également exploiter deux pharmacies avec ce type de prestations médicales élargies, l'une en Suisse alémanique et l'autre en Suisse romande. L'objectif est d'acquérir de nouvelles informations sur les besoins des clients en matière de soins de base.

Favoriser le professionnalisme et la qualité

La demande de soutien professionnel par Winconcept s'est maintenue en 2016. L'intérêt s'est surtout porté sur Process One, un système de gestion de la qualité rationalisé destiné aux pharmacies indépendantes qui les soutient dans leur planification, sans générer de frais administratifs élevés.

L'offre de formation continue «CAS Gestion d'entreprise pour les pharmaciens», développée en collaboration avec l'Université de Bâle, obéit également à l'impératif de qualité. Cette formation de deux ans en cours d'emploi met l'accent sur la conduite, la gestion du personnel et l'économie d'entreprise en pharmacie. Une dizaine de pharmaciens y participent à chaque fois, et 13 participants sont actuellement inscrits pour la sixième promotion.

Connaissances et informations accessibles de manière centralisée

MediService s'est développée grâce à l'élargissement de différentes coopérations et divers programmes de niche. Après un essai pilote fructueux chez Sun Store en 2015, le changement a été intégralement opéré en 2016: désormais, la livraison centralisée de médicaments onéreux se fait via MediService, ce qui permet de minimiser les risques tels que les commandes erronées ou les dates de péremption échues.

Avec l'introduction de SharePoint dans les trois formats de pharmacies Amavita, Sun Store et Coop Vitality, une plate-forme de communication uniformisée a été créée. L'application web facilite la collaboration, permet l'échange rapide et aisé d'informations, et sert en même temps d'archive centralisée pour les fichiers.

2016 a également vu la fin des travaux de préparation pour l'introduction du logiciel TriaPharm® chez Coop Vitality. Cette application soutient les pharmaciens, de la vente et la gestion des commandes à la fixation des prix et aux tâches administratives, en passant par l'entrée des marchandises et la gestion des stocks. D'ici fin 2017, Coop Vitality doit également intégralement passer à TriaPharm®.

Perspectives: croissance grâce à la force interne et à une efficacité accrue

Le Domaine d'activités Retail reste attaché à sa stratégie. La croissance doit résulter d'une part de ses propres forces avec par exemple de nouvelles offres et de nouvelles prestations et, d'autre part, d'acquisitions et d'ouvertures ciblées. Dans le même temps, l'efficacité doit être améliorée par le biais de la simplification et de l'uniformisation des processus. L'introduction systématique du logiciel pour pharmacies TriaPharm® en est un bon exemple. Des plates-formes uniformisées facilitent la collaboration au sein du back-office commun des formats de pharmacies et créent ainsi une valeur ajoutée pour tous. Des mesures adaptées soutiennent également les efforts faits pour préserver la marge de manœuvre pour les futures mesures de baisses de prix.

Les formats de pharmacies du Domaine d'activités Retail

Amavita	Sun Store	Coop Vitality	MediService	Winconcept
<ul style="list-style-type: none"> - Plus grand réseau de pharmacies en Suisse. - Enseigne fondée et gérée par GaleniCare. - Assortiment axé sur les médicaments sur ordonnance et en vente libre et sur les produits de beauté. - Points de vente situés dans des lieux publics attractifs. - Forte orientation client (formation des collaborateurs, services, marques propres). 	<ul style="list-style-type: none"> - Première chaîne de pharmacies en Suisse, appartient à Galenica depuis 2009 et est gérée par GaleniCare. - Assortiment axé sur les médicaments en vente libre et sur les produits de beauté, bien-être et santé. - Surfaces de vente de taille supérieure à la moyenne dans des lieux très fréquentés comme les centres commerciaux. 	<ul style="list-style-type: none"> - Joint-venture de Coop et Galenica. - Présence dans de grands centres Coop. - Gamme exhaustive de produits dans les domaines de la santé, de la prévention et de la beauté avec conseil et services professionnels. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pharmacie spécialisée pour le suivi de patients souffrant de maladies chroniques. - Offre d'accompagnement thérapeutique Home et Pharma Care pour le suivi des patients de longue durée à domicile, consistant en un suivi par des professionnels et la livraison directe de médicaments. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prestataire de services pour pharmacies autonomes et indépendantes. - Présence sur le marché sous le label «Feelgood's». - Enseigne développée pour les concepts de gestion et de marketing mettant l'accent sur la communication et la qualité.

Segment

Services

Domaine d'activités Services



Christoph Amstutz
Responsable du Domaine d'activités Services

Progression dynamique du chiffre d'affaires

En 2016, le segment Services a progressé autant en volumes d'activité qu'en rentabilité. Le chiffre d'affaires net a augmenté de 3.8% à CHF 2'328.9 mio. et le résultat d'exploitation (EBIT) de manière disproportionnée de 11.7% à CHF 41.4 mio. Le rendement du chiffre d'affaires (ROS) a ainsi pu être de nouveau augmenté à 1.8%. La vague de grippe plus faible que l'année dernière a été surcompensée par l'acquisition de nouveaux clients et l'élargissement de l'assortiment, spécialement sur le mar-

ché de la cosmétique. L'augmentation constante de la réglementation, à l'instar des directives européennes actuelles BPD pour les «bonnes pratiques de distribution des médicaments à usage humain», requiert des solutions globales. Le segment Services est prédestiné pour cela. Les investissements se sont montés à CHF 20.2 mio. (année précédente: CHF 26.9 mio.) et se sont concentrés, entre autres, lors de la dernière étape des travaux d'extension du centre de distribution de Niederbipp.

Segment Services

Chiffres clés 2016

- Chiffre d'affaires: CHF 2'328.9 mio.
- EBITDA: CHF 61.7 mio.
- EBIT: CHF 41.4 mio.
- ROS: 1.8%
- Investissements: CHF 20.2 mio.
- Collaborateurs: 1'494
(1'234 postes à plein temps)

Chiffre d'affaires net

en mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 mio.

EBIT

en mio. CHF



Galenica Santé CHF 136.0 mio.

Services

L'accroissement des investissements montre ses effets

«Le Domaine d'activités Services fonctionne avec succès dans la mesure où il exploite divers composants de la logistique des médicaments de manière modulaire, flexible et efficace en faveur de ses clients.»

Priorités stratégiques 2017

- Renforcer la compétitivité des clients grâce à des prestations de grande qualité et des offres innovantes
- Regrouper les compétences dans les domaines du commerce de gros et du prewholesale au profit des clients et des fournisseurs
- Développer des offres de cybersanté tournées vers l'avenir pour le marché suisse de la santé
- Augmenter l'efficacité par le biais de nouvelles optimisations de processus

Plus de capacité et d'efficacité chez Galexis

Le Domaine d'activités Services comprend les entreprises de logistique Alloga, Galexis, Unione Farmaceutica Distribuzione et Medifilm ainsi que HCI Solutions, active dans le domaine des banques de données et des solutions de management.

Galexis a achevé l'extension du centre de distribution de Niederbipp au cours du dernier exercice. La capacité ainsi que l'efficacité ont ainsi pu être augmentées: plus de place pour les articles, pour l'instant pour 6'100 articles supplémentaires, extensible à 11'000 articles. Galexis peut ainsi orienter sa gamme de produits en fonction des besoins des clients, en particulier dans le domaine de la cosmétique. Le supplément de capacité permet également de vendre des produits tendance comme les produits végétaliens, les smoothies et les produits autour du tatouage (Tattoo-Med®).

Les travaux d'extension constituent en outre les conditions architecturales de base pour de nouvelles augmentations d'efficacité dans le but de traiter un plus grand nombre de conteneurs par heure et par jour. Le débit horaire est passé à 4'000 conteneurs, soit une augmentation de plus de 30%. En parallèle, Galexis a mis en œuvre divers autres projets qui améliorent

Chiffre d'affaires net

en mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 mio.

Nombre de collaborateurs



Galenica Santé 6'131

«Test de résistance» lors des travaux d'agrandissement de Niederbipp

Plus de 500 collaborateurs travaillent dans le centre de logistique de Galexis à Niederbipp. Les processus de travail sont définis de manière claire et les processus sont rodés. Afin de minimiser les inexactitudes après la mise en service de l'extension, Galexis a réalisé un test de résistance début août 2016 avec tous les collaborateurs – y compris ceux ne travaillant pas directement dans l'entrepôt mais qui ont par exemple une place de bureau. Tous ensemble, ils ont actionné le sélectionneur manuel pendant une journée et l'ont examiné dans tous les détails. Une journée faite d'apprentissages importants. Dès que l'exploitation normale a repris, les petits problèmes étaient déjà réglés. Totalement en accord avec l'une des cinq valeurs clés de Galenica: ensemble nous sommes plus forts!

«Grâce à l'extension du centre de distribution de Niederbipp, Galexis est en mesure d'assurer le suivi de nouveaux clients et de gérer de nouveaux assortiments, comme les assortiments exclusifs que sont les cosmétiques ou les gammes tendance.»

l'efficacité. Un nouveau logiciel d'exploitation commande automatiquement 80% environ des produits et médicaments auprès des fabricants et des partenaires commerciaux. Cela permet d'optimiser les stocks et de réduire significativement de plus de 50 le nombre de livraisons quotidiennes. Une nouvelle plate-forme IT simplifie les procédures de commande pour les pharmacies. Enfin, tous les produits peuvent être affectés automatiquement dans le nouveau centre de logistique depuis l'entrée des marchandises jusqu'à la «pick-zone», plaque tournante pour la préparation; ce qui économise de nombreuses étapes de travail.

Les pharmaciennes et les pharmaciens se voient accorder de plus en plus de possibilités d'intervenir dans le domaine des traitements médicaux. Grâce à ses compétences en technique médicale, Galexis peut fournir à ses clients l'infrastructure requise à cet effet. Cette offre de technique médicale spécifique appelée «Focus» et qui est proposée à des tarifs en euros a été élargie en 2016 pour devenir une offre complète à l'intention des pharmacies, par exemple pour la vaccination ou le CardioTest® dans les pharmacies.

En mai 2016, Galenica a soumis une offre d'achat aux actionnaires du grossiste en propharmacie Pharmapool. Jusqu'à la date de rachat fin août 2016, 100% des actionnaires de Pharmapool SA avaient accepté l'offre d'achat de Galexis et, fin décembre 2016, la Commission de la concurrence (COMCO) avait elle aussi autorisé l'acquisition, sans contraintes ni conditions. L'acquisition de Pharmapool a ainsi pu être exécutée début janvier 2017, ce qui renforce les activités logistiques de Galenica Santé.

Unione Farmaceutica Distribuzione étend son offre de boutiques en ligne

Unione Farmaceutica Distribuzione (UFD) s'est bien affirmée sur le marché tessinois en 2016. Sa spécialisation dans le domaine des boutiques en ligne pour clients tiers – une offre valable pour toute la Suisse – porte également ses fruits. La logistique et l'informatique sont étroitement liées l'une à l'autre, de la commande dans la boutique en ligne au dépôt à la Poste.

UFD accélère également la croissance du système de gestion des pharmacies pharma4.net, que HCI Solutions exploite en Suisse alémanique et en Suisse romande pour les pharmacies et drogueries de plus petite taille. Les ventes sont ainsi effectuées rapidement et efficacement, et la gestion du circuit des marchandises ainsi que la facturation sont simplifiées.

Alloga garantit la conformité des BPD dans tous les canaux de vente

Les nouvelles directives européennes de «Bonnes pratiques de distribution de médicaments à usage humain» (Good Distribution Practice GDP) prescrivent que les médicaments soient stockés et envoyés à des températures comprises entre 15 et 25 °C. Les 110 véhicules de livraison de Galexis ont été réaménagés en ce sens et répondent désormais aux exigences de BPD. Par ailleurs, la société de prewholesale Alloga a développé une solution d'envoi par la poste avec un partenaire logistique. Les paquets sont expédiés aux médecins et à de petits hôpitaux dans des camionnettes climatisées. Alloga garantit ainsi la conformité avec les BPD dans tous les canaux de vente.

«Les pharmaciennes et les pharmaciens se voient accorder de plus en plus de possibilités d'intervenir dans le domaine des traitements médicaux. Galexis leur apporte son soutien à cet égard.»

La logistique devient également plus compliquée en raison d'une nouvelle catégorie de médicaments anticancéreux, qui requiert une chaîne d'approvisionnement continue à moins 80 °C. Ces médicaments sont sur le marché depuis décembre 2016. Alloga a mis sur pied une logistique de chaîne de l'ultrafroid continue pour pouvoir en assurer le traitement.

Medifilm simplifie les processus de commande

Medifilm continue de se développer. Le pionnier de la mise sous blisters individuels de médicaments pour les patients a étendu ses capacités sur son site en 2016. Aujourd'hui, Medifilm est en mesure d'assurer le suivi jusqu'à 30'000 patients dans toute la Suisse. La plate-forme logicielle existante Mediproc a été équipée pour assurer une connexion directe avec les homes, de sorte que les processus de commande soient simplifiés.

HCI Solutions soutient les hôpitaux en matière de données sur les médicaments

Pour les pharmacies équipées de TriaPharm®, HCI Solutions propose, avec la facturation directe aux caisses maladie, des processus de qualité élevée à des coûts minimum pour l'établissement des factures. De plus, les dossiers de vaccination numériques ont été intégrés aux systèmes de TriaMed® et TriaPharm®.

Le projet pilote mené avec l'hôpital cantonal de Saint Gall pour la gestion des données sur les médicaments propres à l'hôpital a été un succès et a été étendu à plusieurs cantons et hôpitaux cantonaux supplémentaires. Et d'autres devraient encore suivre. Saint Gall a également été choisi pour un autre projet pilote: dans son hôpital cantonal, une nouvelle application logicielle vérifiée, à chaque remise de médicaments, si ces derniers sont effectivement adaptés au patient concerné et s'il existe des contre-indications.

En décembre 2016, les droits pour le logiciel de gestion de cabinet TriaMed® ont été vendus à Swisscom Health. HCI Solutions se concentrera désormais sur la logistique de l'information et les bases de connaissances, ainsi que sur le développement d'outils logiciels améliorant le processus de médication et fournissant des bases de décision cliniques. Elle continuera par ailleurs d'exploiter TriaPharm®, logiciel destiné aux chaînes de pharmacies, aux pharmacies indépendantes et aux drogueries.

Des investissements pour plus de capacités, d'efficacité et d'écologie

La croissance et l'allongement de l'espérance de vie de la population devraient à l'avenir rester des tendances déterminantes sur le marché de la santé suisse. Les évaluations des prix attendues fin 2017 conduiront vraisemblablement à une nouvelle vague de baisses des prix sur les médicaments par les autorités.

Chiffres clés Wholesale/Prewholesale 2016

	Wholesale: Galexis, Unione Farmaceutica Distribuzione	Prewholesale: Alloga
Stockage		
- Nombre de boîtes prêtes à l'envoi	> 8'010'000	—
- Nombre de lignes de commande livrées	> 37'654'000	> 1'939'000
- Nombre de paquets prêts à l'envoi	> 118'192'000	> 90'066'000
Distribution		
- Tonnage annuel	> 15'138	> 7'775
- Nombre de paquets postaux	> 98'295	> 524'000
- Nombre de palettes	—	> 64'674
Structure		
- Nombre d'articles en stock	> 45'000	> 9'560
- Nombre de fournisseurs/partenaires	> 1'200	> 75
- Nombre de points de vente livrés	> 9'000	> 13'150
Technologie		
- Niveau d'automatisation de Niederbipp	70%	—
- Niveau d'automatisation de Lausanne-Ecublens	29%	—
- Niveau d'automatisation de Barbengo-Lugano	47%	—
- Niveau d'automatisation de Berthoud	—	36.5%

«Alloga envisage d'investir dans l'infrastructure architecturale sur le site de Berthoud. La chambre froide doit être agrandie et reliée directement, par «Direct Docking», aux livraisons entrantes et sortantes.»

Grâce à ses prestations et ses offres, le Domaine d'activités Services est à même de rencontrer le succès dans cet environnement et d'utiliser, de manière modulaire, flexible et efficace, les différents éléments de la logistique des médicaments au profit des clients.

A partir de 2017, le remplacement des systèmes ERP (Enterprise Resource Planning) actuels d'Alloga et de Galexis fera partie des priorités. Le fournisseur de logiciel a été choisi, et la prochaine étape concerne la mise en œuvre chez Alloga.

Galexis entend utiliser la plate-forme logistique étendue pour élargir son offre, par exemple pour la distribution exclusive de cosmétiques en Suisse, pour des produits de technique médicale supplémentaires et pour de nouvelles offres dans les domaines de l'homéopathie ou des produits chimiques. Par ailleurs, Galexis prévoit d'introduire une chaîne d'approvisionnement continue, comprenant la logistique des retours à des températures ambiantes, sur la base de la solution d'Alloga.

Alloga envisage d'investir dans l'infrastructure architecturale sur le site de Berthoud. La chambre froide doit être agrandie et reliée directement, par «Direct Docking», aux livraisons entrantes et sortantes. Le toit doit également être assaini. Au cours d'une première étape de construction, il est prévu d'installer sur 10'000 m² l'une des plus grandes installations photovoltaïques de Suisse.

Les entreprises du Domaine d'activités Services

Galexis	Unione Farmaceutica Distribuzione	Alloga	Medifilm	HCI Solutions
<ul style="list-style-type: none"> - Leader de la logistique de la santé en Suisse. - Centres de distribution à Niederbipp et à Lausanne-Ecublens. - Offre complète de produits et de services. - Livraisons aux pharmacies, cabinets médicaux, drogueries, homes et hôpitaux. 	<ul style="list-style-type: none"> - Principal grossiste de médicaments et le seul à disposer d'un assortiment complet au Tessin. - Centre de distribution à Barbengo-Lugano ayant un solide ancrage régional. - Livraisons aux pharmacies, drogueries, homes et hôpitaux. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plus grande société de prewholesale suisse. - Centre de logistique à Berthoud. - Service complet, modulaire et géré par processus tout au long de la chaîne d'approvisionnement. - Prise en charge de prestations logistiques en tant que partenaire de l'industrie pharmaceutique et de la santé. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pionnier suisse dans le domaine de l'emballage individualisé de médicaments, titulaire d'une autorisation de commerce de gros et de fabrication. - Ses clients sont les pharmacies et les homes bénéficiant d'un encadrement pharmaceutique. 	<ul style="list-style-type: none"> - TriaMed[®] ¹⁾ et TriaPharm[®] bases de données complètes. - Développement de solutions de gestion complètes pour les pharmacies ainsi que d'outils pour la gestion, la communication et la diffusion en toute sécurité d'informations médicales sensibles.

¹⁾ Droits vendus à Swisscom Health fin 2016



Avec les centres de distribution à **Niederbipp**, à **Lausanne-Ecublens** et une offre complète de produits et de services, **Galexis** est le partenaire idéal pour les pharmacies, cabinets médicaux, drogueries, homes et hôpitaux.