

Bienvenue dans la nouvelle Galenica!



(d.g.) Jörg Kneubühler, Président du Conseil d'administration, Jean-Claude Cléménçon, CEO

Chers actionnaires, Mesdames, Messieurs,

Le printemps 2017 marque une étape importante dans l'histoire de notre entreprise: l'introduction en Bourse (IPO) de Galenica Santé – l'actuelle Galenica – à la SIX Swiss Exchange et ainsi la séparation de l'ancien Groupe Galenica en deux entreprises indépendantes Galenica et Vifor Pharma. Depuis le premier jour de négoce, le 7 avril 2017, Galenica est soutenue par un actionnariat diversifié fait d'investisseurs privés et institutionnels. Lors de la transaction, l'ensemble du capital-actions a pu être placé à l'extrémité supérieure de la fourchette de prix. Il en a résulté une capitalisation boursière d'environ CHF 2 mia. L'IPO de Galenica constitue au premier semestre 2017 la plus grande introduction en Bourse d'Europe. Cette grande réussite est due non seulement à la performance convaincante mais aussi à une stratégie claire et ciblée et à une équipe expérimentée et rodée à tous les niveaux. Ensemble nous avons l'objectif et l'ambition de devenir pour toute la Suisse le premier choix pour la santé, la beauté et le bien-être.

Innovations pour le marché de la santé

Ces dernières années, nous avons démontré que nous pouvions développer Galenica avec succès malgré un contexte exigeant. Le premier semestre 2017 ne fait d'ailleurs pas exception (voir encadré page 5). Nous gagnons la confiance de nos clients grâce à un conseil professionnel et des services de qualité élevée, avec flexibilité, fiabilité et une grande proximité avec les clients, par exemple avec des offres personnalisées. La volonté politique du gouvernement nous aide à renforcer le rôle de la pharmacie en tant que premier point de contact pour les questions touchant à la santé et aux soins médicaux de base.

Dans le Domaine d'activités Retail, nous avons renforcé le réseau de pharmacies et continué d'uniformiser et de simplifier les processus pour tous les formats de pharmacie. Parallèlement, nous voulons proposer au marché des innovations ainsi que de nouveaux modèles et tester l'acceptation des clients. C'est le cas avec les projets pilotes tels que le cabinet sans rendez-vous Aprioris dans la pharmacie Amavita à Adliswil et dans la pharmacie Sun Store Métropole à Lausanne ou le MedCenter qui a été lancé début 2017 sur le site de MediService à Zuchwil.

Au 4^e trimestre 2017, Daniele Madonna, actuellement Responsable des pharmacies Coop Vitality, reprendra de Jean-Claude Cléménçon la Direction du Domaine d'activités Retail afin que celui-ci puisse se concentrer pleinement sur ses tâches de CEO du Groupe Galenica.

Dans le Domaine d'activités Products & Brands, nous avons élargi l'assortiment de produits. Les marques emblématiques Merfen[®] et Vita-Merfen[®] nouvellement acquises font partie depuis mai 2017 de notre portefeuille de marques fortes telles que Algifor[®], Anti-Brumm[®], Perskindol[®] et Trioфан[®]. En outre, début 2017, nous avons lancé en exclusivité en Suisse Lierac et Phyto, marques Premium de soins dermatologiques et capillaires du français Alès Groupe.

Dans le Domaine d'activités Services, avec l'acquisition du grossiste en propharmacie Pharmapool début 2017, Galaxis a élargi l'offre pour les médecins dispensants.

Confirmation des objectifs 2017

Grâce à l'acquisition du grossiste en propharmacie Pharmapool, la poursuite du renforcement du réseau de pharmacies ainsi que la marque nouvellement acquise Merfen[®], l'acquisition des licences pour les marques A-Derma, Phyto, Lierac et les sels de Schüssler d'Adler, la croissance du Groupe Galenica au premier semestre 2017 se situe nettement au-dessus de l'ensemble du marché, qui est en deçà des attentes. En raison du développement positif de l'activité jusqu'à ce jour, nous sommes confiants de pouvoir atteindre les ambitieux objectifs de 2017. De la même manière, la perspective concernant le dividende reste inchangée avec l'objectif de pouvoir proposer, lors de l'Assemblée générale 2018, le versement d'un dividende à hauteur de CHF 80 mio.

Renforcement de l'expertise Retail au sein du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration proposera Monsieur Bertrand Jungo comme nouveau membre au Conseil d'administration lors de l'Assemblée générale 2018. Bertrand Jungo a occupé pendant 26 ans, dont 11 ans comme CEO, des fonctions de direction pour le groupe des grands magasins Manor présents dans toute la Suisse. Il connaît le marché Retail suisse dans ses moindres détails et apporte son expérience dans le Multichannel Retail, les domaines de la beauté, des soins (Personal Care), et des achats à l'international (sourcing). Son expertise vient parfaitement compléter le savoir-faire Retail du Conseil d'administration.

Chiffres clés du Groupe Galenica au 1^{er} semestre 2017

Développement post-IPO réjouissant

Le Groupe Galenica a augmenté son chiffre d'affaires net consolidé au premier semestre 2017 de 6.8% à CHF 1'587.5 mio.

Le résultat d'exploitation (EBIT) a augmenté de 17.6% à CHF 71.5 mio. et s'est développé sur une base comparable (sans les effets de l'IAS 19) de 14.1% à CHF 76.6 mio. L'EBIT contient des effets exceptionnels à hauteur de CHF 7.0 mio. issus des ventes des droits pour le logiciel de gestion de cabinet médical TriaMed[®] à Swisscom et d'un immeuble non commercial à Schönbühl (canton de Berne).

Galenica affiche un bénéfice de CHF 57.9 mio. Sur une base comparable (sans les effets de l'IAS 19) le bénéfice net a atteint CHF 62.1 mio. comprenant des effets exceptionnels à hauteur de CHF 6.3 mio.

Les investissements ont augmenté pour atteindre CHF 33.5 mio. (année précédente: CHF 17.0 mio.), notamment en raison de l'acquisition des marques Merfen[®] et Vita-Merfen[®].

Merci pour votre confiance

Galenica est une entreprise dynamique qui façonne le marché de la santé suisse du futur par l'innovation. Galenica est aussi un partenaire et un employeur fiable et attrayant, et qui a pour objectif de générer des rendements fiables et attrayants en prenant des risques calculés. Nos collaborateurs vivent cela tous les jours. Ils méritent que nous les remercions pour leur engagement sans faille. Nous nous réjouissons de continuer à développer ensemble Galenica et remercions l'ensemble de nos actionnaires pour leur confiance.

Berne, le 8 août 2017



Jörg Kneubühler
Président du Conseil
d'administration



Jean-Claude Cléménçon
CEO & Responsable du
Domaine d'activités Retail



Segment Health & Beauty

Une plateforme de vente unique pour des marques fortes

Chiffre d'affaires net et résultat d'exploitation

Le segment Health & Beauty a augmenté son chiffre d'affaires net au premier semestre de 2.9% à CHF 730.0 mio. Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est amélioré de 6.5% à CHF 49.5 mio. La rentabilité du chiffre d'affaires (ROS) a augmenté à 6.8% par rapport à la même période de l'année précédente (année précédente: 6.6%). Les investissements dans le segment Health & Beauty ont atteint CHF 22.4 mio. au premier semestre 2017.

Le segment Health & Beauty comprend les Domaines d'activités Retail et Products & Brands. Dans le Domaine d'activités Retail, Galenica gère le plus grand réseau de pharmacies en Suisse et dispose ainsi d'un excellent réseau de distribution qui offre un potentiel unique pour la vente de marques propres, exclusives et de partenaires. Par le biais du Domaine d'activités Products & Brands, Galenica développe et commercialise ses marques et produits propres ainsi que des marques et produits exclusifs de ses partenaires commerciaux.

Renforcement du potentiel de synergies

Le Domaine d'activités Retail a renforcé et élargi le réseau de pharmacies, avec trois points de vente supplémentaires. Avec les marques de dermatologie Lierac et capillaire Phyto de Alès Groupe ainsi que les sels de Schüssler d'Adler, ce sont trois nouvelles marques de Products & Brands qui ont été introduites dans les pharmacies. Les processus continueront d'être uniformisés et simplifiés pour tous les formats de pharmacie. Un exemple d'exploitation des synergies réside dans la collaboration entre Amavita et Sun Store avec la pharmacie spécialisée MediService qui livre toujours plus de médicaments onéreux pour le compte des formats de pharmacie. MediService propose également ce service à l'ensemble du marché, et différentes pharmacies indépendantes l'utilisent déjà.

Partenaire de commerce spécialisé pour des marques exclusives et fortes

En mai 2017, Products & Brands a acquis les deux marques réputées pour le traitement des plaies Merfen® et Vita-Merfen®. Par ailleurs, au printemps 2017, la gamme à succès A-Derma a été enrichie de produits de protection solaire.

730.0

Chiffre d'affaires net
en mio. CHF

Groupe Galenica CHF 1'587.5 mio.

49.5

EBIT
en mio. CHF

Groupe Galenica CHF 76.6 mio.



4'623

Nombre de collaborateurs

Groupe Galenica 6'294

Domaine d'activités Retail

Le plus grand réseau de pharmacies avec 500 pharmacies propres et partenaires

Développement du chiffre d'affaires net

Au premier semestre 2017, le Domaine d'activités Retail a augmenté son chiffre d'affaires net de 2.5% à CHF 679.0 mio. (sans Coop Vitality) par rapport à la période précédente. Le marché suisse des pharmacies s'est développé de 1.8% (IMS Health 1^{er} semestre 2017, liste des produits thérapeutiques de Swissmedic A, B, C, D). Malgré l'augmentation continue du volume des médicaments onéreux, le marché de la pharmacie affiche, par rapport à d'autres segments, une évolution ralentie, influencée par le tourisme d'achat persistant dans les pays voisins, le déplacement vers le commerce en ligne, la baisse de fréquentation dans de nombreux centres commerciaux ainsi que l'épidémie de grippe qui avait déjà débuté en décembre 2016 soit plus tôt que d'autres années, et qui s'est terminée plus tôt en 2017.

Le nombre de pharmacies propres a pu être augmenté de trois points de vente pour arriver à un total de 332 pharmacies. Avec les pharmacies partenaires Amavita et Winconcept, le réseau de pharmacies de Galenica comprenait mi-2017 environ 500 points de vente. L'expansion a contribué pour 1.3% à la croissance du chiffre d'affaires. Sur une base comparable, le chiffre d'affaires s'est développé de 1.2%.

Structures allégées, processus efficaces

Les processus ont été encore uniformisés et simplifiés pour tous les formats de pharmacie. Un exemple est le logiciel propre pour pharmacies TriaPharm® en service chez Amavita et Sun Store, qui a également été introduit au premier semestre 2017 dans les premières pharmacies Coop Vitality avec l'objectif que TriaPharm® soit utilisé par toutes les pharmacies du Groupe Galenica d'ici la fin de l'année. Le système de facturation directe aux caisses-maladie sera également introduit chez Coop Vitality après une mise en œuvre réussie chez Sun Store et Amavita.

Avec l'achèvement du regroupement des fonctions centrales de GaleniCare Management sur le site de Berne, la base pour de nouvelles augmentations d'efficacité est jetée: par exemple grâce à la possibilité de recourir aux mêmes technologies pour toutes les cartes de fidélité ou d'automatiser le traitement des factures fournisseurs à l'avenir. Un autre exemple d'exploitation des synergies réside dans la collaboration entre Amavita et Sun Store avec la pharmacie spécialisée MediService, qui livre toujours plus de médicaments onéreux pour le compte des formats de pharmacies.



Enfin Coop Vitality a lancé «Click & Collect»: les clients peuvent commander aisément des produits en un clic puis aller les chercher dans la pharmacie de leur choix. Le client a ainsi également accès en ligne à l'ensemble de l'assortiment, y compris les produits OTC. Sun Store et Amavita introduiront «Click & Collect» au deuxième semestre 2017.

Projets pilotes innovants

Au premier semestre 2017 trois projets pilotes innovants ont été lancés. Il s'agit d'une part du cabinet sans rendez-vous Aprioris avec lequel Galenica ouvre de nouvelles perspectives dans l'aide médicale d'urgence. Dans le cadre du cabinet Aprioris, une infirmière diplômée apporte une aide médicale d'urgence sous la responsabilité d'un médecin, dans une salle prévue à cet effet à l'intérieur de la pharmacie. Ce concept permet un accès rapide à un premier conseil médical. Les pharmacies Amavita à Adliswil et Sun Store Métropole à Lausanne proposent ce service.

D'autre part, le projet pilote Assurance Cabinets de Santé Plus (ACS Plus) va dans la même direction. En collaboration avec la caisse-maladie CSS et le réseau de médecins mediX, Galenica propose depuis peu un modèle de soins intégré dans la région de Zurich. Les assurés de la CSS ayant choisi le modèle alternatif d'assurance ACS Plus peuvent dorénavant choisir de se rendre chez le médecin ou à la pharmacie comme premier point de contact en cas de problèmes de santé. Dans un premier temps une vingtaine de pharmacies Amavita et Coop Vitality y prennent part. Le «Gesundheitsnetz 2025» (Réseau de Santé 2025) de la ville de Zurich a fait de ce modèle le lauréat de son concours de projets 2017.

Pour finir, le projet pilote MedCenter gère un automate sur le site de MediService à Zuchwil, qui délivre des médicaments aux patients. Par le biais de la téléphonie et d'un écran interactif, le client entre en contact avec un pharmacien qui encadre et surveille la délivrance des médicaments.

Centre de prestations MediService

MediService, qui fête cette année ses 20 ans, s'est établie comme plateforme de prestations pour l'envoi de médicaments et livre toujours plus de médicaments onéreux pour le compte des pharmacies Amavita et Sun Store. MediService propose également ce service à l'ensemble du marché, et différentes pharmacies indépendantes l'utilisent déjà. Grâce à la forte position dans le domaine PharmaCare, MediService a pu exploiter la tendance continue des thérapies et médicaments complexes et enregistrer une croissance au-dessus de la norme dans ce domaine. En outre l'ensemble de l'entreprise a été certifié ISO 9011:2015 au premier semestre 2017.

Winconcept, qui offre des prestations pour les pharmacies indépendantes, a passé les premières évaluations pour le système de gestion de la qualité Process One développé spécialement. En collaboration avec la caisse-maladie CSS, un label qualité commun est décerné à partir de 70% d'atteinte des objectifs. Le nombre de partenaires Winconcept a légèrement diminué au premier semestre 2017 notamment parce que quelques partenaires à la recherche de successeurs ont vendu leur pharmacie.

Pharmacies propres et participations

	30.6.2017	31.12.2016	Variation
Pharmacies Amavita ¹⁾	153	150	+3
Pharmacies Sun Store ¹⁾	98	99	-1
Pharmacies Coop Vitality (joint-venture avec Coop) ²⁾	70	69	+1
Pharmacie spécialisée MediService ¹⁾	1	1	-
Participations majoritaires dans d'autres pharmacies ¹⁾	8	8	-
Participations minoritaires dans d'autres pharmacies ²⁾	2	2	-
Total points de vente propres	332	329	+3

1) Entièrement consolidées

2) Consolidé par mise en équivalence

Partenaires indépendants

	30.6.2017	31.12.2016	Variation
Partenariats Amavita	8	9	-1
Pharmacies partenaires Winconcept	153	158	-5
Total partenaires indépendants	161	167	-6

Domaine d'activités Products & Brands



Solutions innovantes pour la santé et la beauté

Développement du chiffre d'affaires net

Au premier semestre 2017, le Domaine d'activités Products & Brands a généré un chiffre d'affaires net de CHF 51.1 mio., ce qui représente une progression de 6.8% par rapport à la même période de l'année précédente. Sur un marché des OTC en recul (-0.3%, IMS Health 1^{er} semestre 2017) Products & Brands a pu augmenter son chiffre d'affaires net en Suisse de 3.8% à CHF 38.5 mio. grâce au lancement de nouveaux produits dans le domaine de la beauté. Le chiffre d'affaires à l'exportation a augmenté de 16.6% à CHF 12.7 mio., notamment avec Anti-Brumm® qui affiche une croissance très réjouissante en Allemagne.

Poursuite de l'expansion du solide portefeuille de santé

Malgré une saison grippale précoce, l'antidouleur systémique leader sur le marché, Algifor®, s'est bien développé et s'est appuyé sur le lancement réussi d'Algifor® Liquid capsules 400 mg Ibuprofène. Triofan® a maintenu sa forte position sur le marché en tant que décongestionnant nasal numéro un en Suisse. Merfen® et Vita-Merfen® – deux marques emblématiques pour la désinfection et la cicatrisation des plaies – ont été acquises en mai 2017. Ainsi, Vifor Consumer Health peut établir sa présence sur le marché suisse du traitement des plaies et renforce encore sa position de partenaire préféré des pharmacies et des drogueries sur le marché suisse de la santé. Compte tenu de la notoriété et de l'image de ces marques, une forte demande est attendue à l'avenir.

Des marques distribuées à l'international aux résultats encourageants

Depuis janvier 2017, la nouvelle unité Global Brands gère les marques Perskindol® et Anti-Brumm®. Anti-Brumm® a été lancé à nouveau sur le marché italien et trois nouveaux produits Anti-Brumm® qui combinent substance répulsive à une protection solaire ont été lancés avec succès en Suisse et en Allemagne, renforçant la position de leader de la marque. Les préparatifs sont en cours pour pénétrer à l'avenir de nouveaux marchés à l'étranger avec Perskindol® et Anti-Brumm®.

Des services attractifs pour les partenaires

Des marques partenaires fortes comme Clearblue® et OralB® sont commercialisées et distribuées dans toutes les pharmacies suisses. Elles ont affiché de bons résultats, soutenant les relations collaboratives fructueuses. Vifor Consumer Health a repris la distribution d'Excilor®, une marque leader dans les antifongiques pour ongles et a lancé un nouveau spray de protection 3 en 1. Le contrat exclusif avec la société autrichienne Adler et l'étroite collaboration avec le Domaine d'activités Retail ont contribué à la réussite du lancement des sels de Schüssler d'Adler, une nouvelle catégorie importante pour Vifor Consumer Health.

Succès commercial avec les produits de beauté

Le succès a été continu pour la distribution exclusive en Suisse des produits A-Derma de la société française de dermocosmétique Pierre Fabre. Par ailleurs, la gamme A-Derma a été étendue à des produits de protection solaire au printemps 2017. Fort du succès d'A-Derma, Products & Brands a également repris la distribution exclusive en Suisse des produits dermatologiques Lierac et capillaires Phyto du français Alès Groupe. Ces marques de pharmacie ont connu un début remarquable dans les six premiers mois de 2017.

Segment Services

Renforcer la compétitivité des clients

Le segment Services comprend les prestations de logistique pour le marché suisse de la santé d'Alloga (Prewholesale), de Galexis, d'Unione Farmaceutica Distribuzione et de Pharmapool (Wholesale) ainsi que de l'entreprise Medifilm, active dans l'emballage des médicaments sous blister. Ces services sont complétés par les prestations de HCI Solutions qui propose des données de base pour le marché suisse de la santé et développe des solutions globales de gestion pour les pharmacies ainsi que des outils pour une sécurité accrue dans le traitement, la communication et la distribution des données sensibles de la santé.

Chiffre d'affaires net et résultat d'exploitation

Au premier semestre 2017, le segment Services a généré un chiffre d'affaires net de CHF 1'233.6 mio. La croissance du chiffre d'affaires de 7.4% est due en particulier à l'intégration réussie de Pharmapool. Ceci dans un marché global dont la croissance (+3.9%, IMS Health 1^{er} semestre 2017) a été stimulée avant tout par les hôpitaux (+7.6%, IMS Health 1^{er} semestre 2017) et par les médicaments spéciaux onéreux, qui ne sont pas distribués par le commerce de gros mais livrés directement aux médecins spécialistes (médecins: +5.4%, IMS Health 1^{er} semestre 2017).

Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est amélioré de 41.9%, à CHF 28.7 mio. L'EBIT contient des effets positifs exceptionnels de CHF 7.0 mio. issus des ventes des droits du logiciel pour cabinets médicaux TriaMed® à Swisscom et d'un immeuble non commercial à Schönbühl (canton de Berne). Sans ces effets exceptionnels, le ROS est inchangé par rapport à l'année précédente à 1.8%.

Les investissements au premier semestre 2017 se sont élevés à CHF 11.1 mio. Ils ont été opérés en particulier dans le nouveau logiciel ERP qui sera progressivement introduit chez Alloga et Galexis dans les années à venir.



1'233.6

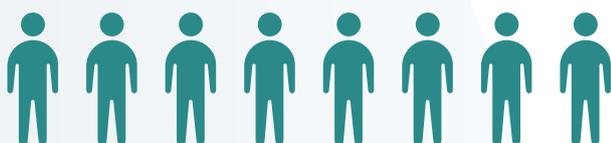
Groupe Galenica CHF 1'587.5 mio.

Chiffre
d'affaires net
en mio. CHF

28.7

Groupe Galenica CHF 76.6 mio.

EBIT
en mio. CHF



1'635

Groupe Galenica 6'294

Nombre de
collaborateurs

Domaine d'activités Services

Investissements dans de nouveaux canaux de vente et dans l'informatique

Nouveau logiciel d'entreprise

En 2017, l'entreprise de prewholesale Alloga fête ses 60 ans d'existence en tant que partenaire compétent de l'industrie pharmaceutique. A la fin du premier semestre 2017, le projet de passage à un nouveau système ERP (Enterprise-Resource-Planning) de SAP a été lancé. De plus, pour répondre à la demande accrue des clients, les capacités internes de stockage réfrigéré à 2-8°C vont être élargies. Une troisième chambre froide devrait ainsi être disponible au second semestre 2017. Enfin, sur le site de Berthoud des investissements ont été faits principalement pour l'infrastructure technique: le toit va être assaini de sorte qu'il puisse accueillir une centrale solaire. De plus, un nouveau transformateur et un nouveau groupe électrogène de secours ont été installés pour garantir la sécurité contre les pannes.

Une chaîne d'approvisionnement sous température contrôlée en continu

Pendant ce temps, l'environnement de marché reste soumis à des changements radicaux. Les exigences légales telles que les «Bonnes pratiques de distribution des médicaments à usage humain» (Directive BPD) doivent être respectées dans leur intégralité et dans les délais impartis. Depuis avril 2017, Alloga et Galexis proposent à leurs clients une chaîne d'approvisionnement continue pour les transports sous température contrôlée. Les boîtes livrées par chauffeur sont bien plus légères que les boîtes isothermes et prennent moins de place chez le client. De plus, la livraison est garantie jusqu'à 12h. La chaîne d'approvisionnement sous température contrôlée fonctionne également pour les retours.

Comme le montre cet exemple, Galexis se distingue par des offres innovantes, une automatisation croissante et de nouveaux produits. Grâce à ces atouts, elle a réussi au premier semestre 2017 à conclure de nouveaux contrats exclusifs avec des fournisseurs réputés de produits de beauté comme Clarins et Coty. Par ailleurs, grâce au grossiste en propharmacie Pharmapool acquis en début d'année, Galexis a élargi son offre pour les médecins dispensants.

La compétitivité repose sur un réseau de distribution puissant basé sur les sites de Niederbipp et Lausanne-Ecublens. De même, un dialogue étroit avec les clients reste une condition indispensable à la réussite. C'est la raison pour laquelle Galexis organise des forums avec les pharmacies et drogueries dans différentes régions de Suisse afin de discuter de nouvelles solutions pour le commerce spécialisé.

Unione Farmaceutica Distribuzione couvre les besoins des pharmacies et d'autres partenaires de toute la Suisse avec des boutiques en ligne. Ainsi, au premier semestre 2017, les pharmacies Coop Vitality ont commencé à proposer l'offre «Click & Collect», et Amavita et Sun Store suivront.

Medifilm développe ses capacités

A l'occasion de son 10^e anniversaire, Medifilm a pris possession de ses nouveaux locaux. Ces derniers possèdent une surface de production multipliée par trois et tiennent compte d'aspects écologiques avec un système de refroidissement par la nappe phréatique et des pompes à chaleur. La demande de conditionnement des médicaments sous blister et de compléments alimentaires de la part des pharmacies et des homes ne faiblit pas. Dans toute la Suisse, Medifilm approvisionne environ 7'500 patients, déchargeant ainsi de plus en plus le personnel soignant de la tâche de préparation des médicaments «à la main».

Des offres eHealth porteuses d'avenir

Le logiciel pour pharmacies TriaPharm® de HCI Solutions, qui permet entre autres la facturation directe aux caisses-maladie, est introduit chez Coop Vitality depuis le premier semestre 2017. Le processus devrait être terminé d'ici fin 2017. A l'issue du projet pilote réussi de Documedis à l'hôpital cantonal de Saint-Gall visant à contrôler les contre-indications lors de la remise des médicaments, de premiers modules vont être proposés aux acteurs intéressés.

