

Segment Health & Beauty



Le client reste au centre

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. Dans le Domaine d'activités Products & Brands, Galenica développe et commercialise ses marques et produits propres ainsi que des marques exclusives et des produits de ses partenaires commerciaux.

Chiffre d'affaires net et résultat d'exploitation

En 2018, le segment Health & Beauty a augmenté le chiffre d'affaires net de 3.1% à CHF 1'524.8 mio. Ce développement est attribuable à la fois à la croissance organique mais avant tout à l'extension du réseau de pharmacies.

Le résultat d'exploitation (EBIT) du segment Health & Beauty s'est amélioré de 10.7% à CHF 110.4 mio.

La rentabilité du chiffre d'affaires (ROS) a enregistré une forte augmentation de 0.5 point de pourcentage à 7.2% (année précédente: 6.7%): un résultat remarquable qui montre que l'efficience a encore pu être améliorée. Divers projets et mesures lancés au cours des dernières années montrent maintenant leur plein effet sur la rentabilité. Le passage à la facturation directe aux caisses-maladie, le regroupement des fonctions centrales du Domaine d'activités Retail et le renforcement et l'optimisation continus du réseau de pharmacies en font notamment partie.

«L'offre de produits de médecine complémentaire a été encore étendue dans les pharmacies avec l'assortiment de l'entreprise suisse Spagyros.»

Les investissements dans le Segment Health & Beauty ont atteint CHF 14.1 mio. (année précédente CHF 28.9 mio. incluant l'acquisition des marques Merfen® et Vita-Merfen®) et ont été consacrés en particulier au développement et à l'introduction de nouveaux produits et services ainsi qu'à la rénovation et à la modernisation de pharmacies.

Les deux Domaines d'activités Retail et Products & Brands ont continué d'intensifier leur collaboration durant l'exercice, notamment avec l'objectif d'être encore plus proche des clients. En étroite collaboration avec Galenicare, Verfora a poursuivi le déploiement de l'assortiment des remèdes médicaux complémentaires dans ses pharmacies: après le nouveau partenariat réussi avec Adler Pharma et ses sels de Schüssler débuté en 2017, Galenica a acquis en 2018 une petite participation minoritaire dans l'entreprise suisse Spagyros et ses ventes ont commencé à augmenter grâce aux professionnels dans les pharmacies qui reçoivent des formations en continu afin d'être en mesure de fournir des conseils compétents sur ces produits.

La collaboration au sein de Retail s'est également améliorée, notamment dans le cadre de la reprise de Careproduct. Les formats de pharmacies peuvent dorénavant aussi procurer à leurs clients, via Careproduct, du matériel médical tel que des déambulateurs, qu'ils n'ont eux-mêmes pas en stock et les leur faire livrer directement à domicile.

Chiffres clés 2018

- Chiffre d'affaires net: CHF 1'524.8 mio.
- EBIT: CHF 110.4 mio.
- ROS: 7.2%
- Investissements: CHF 14.1 mio.
- Collaborateurs: 4'872 (3'685 plein temps)

1'524.8 Chiffre d'affaires net

Groupe Galenica CHF 3'165.0 mio.

en mio. CHF

110.4 EBIT

Groupe Galenica CHF 154.1 mio. (ajusté)

en mio. CHF



Domaine d'activités Retail

Renforcement du réseau de pharmacies

Développement du chiffre d'affaires net

En 2018, le Domaine d'activités Retail a augmenté le chiffre d'affaires net de 3.1 % par rapport à l'année précédente pour atteindre CHF 1'430.5 mio. (sans Coop Vitality). L'extension du réseau de pharmacies a contribué à hauteur de 2.6 % à la croissance. Sur une base comparable, le chiffre d'affaires net a augmenté de 0.5 % en 2018. Les mesures de baisse de prix des médicaments ordonnées par les autorités ont eu un impact négatif de 1.6 % sur la croissance. Sans ces baisses de prix, la croissance organique (sans effet d'expansion) aurait affiché un réjouissant 2.1 %.

A titre de comparaison, le chiffre d'affaires des médicaments (produits Rx et OTC) sur le marché suisse des pharmacies a enregistré une croissance de 1.0 % (IQVIA, marché pharmaceutique suisse 2018). En revanche, le chiffre d'affaires des autres produits (non-médicaments) est ressorti en baisse de 0.6 % (IQVIA, Personal Care, Patient Care et Nutrition 2018).

En 2018, 13 pharmacies se sont ajoutées au réseau de pharmacies, dont dix acquisitions avec parmi elles la pharmacie Bahnhof Apotheke Zurich, intégrée à 100 % au second semestre 2018, et trois ouvertures. Dans le même temps, cinq points de vente ont été supprimés dans le cadre de mesures d'optimisation, portant à 345 (année précédente: 337) le nombre de pharmacies propres détenues par Galenica en 2018, avec huit points de vente supplémentaires. Avec les pharmacies partenaires Amavita et Winconcept, le réseau de pharmacies de Galenica comprenait pour la première fois plus de 500 points de vente fin 2018.

Elargissement des offres en ligne...

Lancée en 2017 chez Amavita, Sun Store et Coop Vitality, la nouvelle possibilité de commande et de retrait en ligne «Click & Collect» a été élargie durant l'exercice en étroite collaboration avec HCI Solutions: fin 2018, 40'000 produits environ étaient déjà disponibles, contre 10'000 fin 2017. L'objectif est de continuer d'élargir l'assortiment des bou-

Priorités stratégiques

- Vivre le service client: 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 pour compenser les mesures de baisse de prix prises par les autorités.
- Favoriser la croissance: par la force interne combinée à l'extension du réseau grâce à des acquisitions de pharmacies propres et de partenaires indépendants.

[«Après le projet pilote mené avec Amavita, le module e-Mediplan devrait être intégré aux applications pour smartphone de Sun Store et Coop Vitality 2019.»](#)

«En septembre, Galenicare a acquis une participation minoritaire dans Puresense, une des boutiques en ligne leader dans le domaine de la cosmétique naturelle en Suisse.»

tiques en ligne. Cette expansion des activités en ligne s'inscrit également dans la stratégie «Omni-Channel» et dans la volonté de Galenica d'être le plus proche possible du client. En 2018 par exemple, le nouveau plan de médication électronique «e-Mediplan» a été ajouté à la nouvelle application pour Smartphone d'Amavita (voir l'encadré au chapitre Services, page 28).

... et des formats en ligne

En 2018, Galenica a élargi ses activités de commerce en ligne en prenant une participation minoritaire dans la boutique en ligne Puresense. Puresense propose plus de 3'000 produits de fabricants leaders dans le domaine de la cosmétique naturelle ou certifiée, et constitue par conséquent l'une des boutiques en ligne leader sur ce segment en Suisse. Avec cette participation, non seulement Galenicare renforce sa présence sur le marché en pleine croissance de la cosmétique naturelle, mais le savoir-faire de Puresense contribuera également à soutenir le développement des activités de commerce en ligne. Puresense offre en outre d'importantes compétences en matière de conseil. De nombreux clients souhaitent obtenir des informations sur les produits et les offres avant de les acheter. Or, Puresense est en mesure de fournir ces renseignements de manière fiable, ce qui correspond aussi parfaitement au niveau de service élevé de l'ensemble du Groupe Galenica.

Début 2018 déjà, Galenica avait repris Careproduct, une entreprise qui commercialise en ligne et en magasin des déambulateurs, des fauteuils roulants, du matériel dans le domaine de l'incontinence et d'autres produits auxiliaires. L'intégration se déroule comme prévue et avec succès. Cette acquisition a aussi permis au Domaine d'activités Retail d'élargir son offre en ligne à la clientèle dans un domaine spécifique.

Entreprises et formats

- Aprioris SA, www.aprioris.ch
- Careproduct SA, www.careproduct.ch
- Coop Vitality SA¹⁾, www.coopvitality.ch
- Galenicare Management SA, www.galenicare.com
- Mediservice SA, www.mediservice.ch
- Pharmacies Amavita, www.amavita.ch
- Pharmacies Sun Store, www.sunstore.ch
- Winconcept SA, www.winconcept.ch

¹⁾ Consolidée par mise en équivalence

Vivre la proximité avec le client

L'objectif est de mettre en avant le mieux possible les compétences des pharmacies. Sur ce principe, le Domaine d'activités Retail a beaucoup investi en 2018 dans la poursuite du renforcement et de l'optimisation de ses propres points de vente. C'est le cas du nouveau concept moderne de magasin pour Coop Vitality, qui sera mis en œuvre progressivement dans l'ensemble des points de vente dans les années à venir, après Bienne, Rorschach, Matran, Flims et Feuerthalen en 2018. En outre, la pharmacie Bahnhof Apotheke Zurich, qui génère le plus important chiffre d'affaires en Suisse, a été acquise à 100% au second semestre 2018. Son intégration s'est déroulée comme prévu jusqu'ici. Galenica a ainsi complété son réseau avec un point de vente rencontrant un vif succès et jouissant d'un excellent emplacement stratégique.

Distinctions pour des projets en faveur de la santé

Amavita a montré sa proximité avec les clients avec la première remise des prix «Amavita Awards». Cette distinction a pour vocation de soutenir des projets dans les domaines de la santé, la promotion de la santé et la prévention. En 2018, deux projets destinés à soutenir des malades atteints de cancer ont été récompensés: le prix du jury a été décerné à un livre pour enfant d'une mère luttant contre le cancer, et le prix du public à une association qui s'engage pour favoriser l'activité physique des malades du cancer pendant et après leur maladie. En 2018 a eu lieu la première édition franco-

1'430.5 Chiffre d'affaires net
en mio. CHF
Groupe Galenica CHF 3'165.0 mio.



4'739 Nombre de collaborateurs
Groupe Galenica 6'580

phone des «Amavita Awards» en Suisse romande. Au vu du succès rencontré, la mise au concours pour les «Amavita Awards» 2019 est étendue à toute la Suisse.

Contribution à la maîtrise de l'évolution des coûts du système de santé

Avec la substitution par les génériques, Galenica participe activement à freiner l'évolution des coûts du système de santé. Ainsi, le chiffre d'affaires des génériques a encore pu être augmenté sur une base comparable en 2018 (+8.1%). Ainsi, le taux de substitution pour les médicaments dont un générique est disponible et pour lesquels une substitution est également possible a augmenté en passant de 68% à 70%. C'est un taux réjouissant compte tenu du fait que pour certaines maladies, notamment les maladies psychiques, les médecins prescripteurs préfèrent le médicament original.

Avec le projet pilote de cabinet sans rendez-vous Aprioris, en 2018, Galenica a pu collecter de nouvelles informations précieuses, notamment dans le domaine de l'obligation de documentation ou lors de la collaboration avec des partenaires. Dans le cadre de ce projet pilote mené dans la pharmacie Amavita à Adliswil près de Zurich et la pharmacie Sun Store Métropole à Lausanne, Aprioris propose une aide médicale d'urgence apportée par une infirmière diplômée. Mais malgré la grande satisfaction des patients pour ce service, la fréquentation par la clientèle reste en deçà des attentes. Galenica définira les prochaines étapes en temps voulu.

Pendant ce temps, le projet pilote Assurance Cabinets de Santé Plus (ACS Plus), jusqu'ici restreint à la région de Zurich, est élargi à d'autres régions. A Zurich il s'agit d'un modèle de soins intégré commun à la caisse d'assurance maladie CSS, au réseau de médecins Medix et à Galenica: dorénavant, en cas de problème de santé, les assurés de CSS ayant choisi le modèle alternatif d'assurance ACS Plus peuvent choisir comme premier point de contact un médecin du réseau Medix ou une pharmacie Amavita ou Coop Vitality participante.

Winconcept avec un magazine clients personnalisé

Winconcept – le prestataire de services du Groupe Galenica pour les pharmacies et drogueries autogérées – a vu le nombre d'utilisateurs du système de gestion de la qualité «Process One» développé spécialement augmenter en 2018. Le système «Process One» est proposé à la fois aux partenaires Winconcept et aux autres pharmacies. Le nouveau site Internet de la société ainsi que les sites Internet personnalisés pour les partenaires Winconcept ont été bien accueillis. Depuis 2018, les pharmacies partenaires Winconcept peuvent encore mieux personnaliser le magazine clients et ainsi renforcer leur image de marque dans leur région.

Winconcept propose dorénavant aussi le test du diabète ainsi que la gamme de produits A-Derma des laboratoires Pierre Fabre, qui est distribuée exclusivement en Suisse par le Domaine d'activités Products & Brands et qui était présente jusqu'à maintenant uniquement dans les points de vente Amavita, Sun Store et Coop Vitality.

Pharmacies propres et participations

	31.12.2018	31.12.2017	Variation
Pharmacies Amavita ¹⁾	163	157	+6
Pharmacies Sun Store ¹⁾	97	97	–
Pharmacies Coop Vitality ²⁾ (joint-venture avec Coop)	78	75	+3
Pharmacie spécialisée Mediservice ¹⁾	1	1	–
Participations majoritaires dans d'autres pharmacies ¹⁾	5	5	–
Participations minoritaires dans d'autres pharmacies ²⁾	1	2	–1
Total points de vente propres	345	337	+8

¹⁾ Entièrement consolidées

²⁾ Consolidées par mise en équivalence

Partenaires indépendants

	31.12.2018	31.12.2017	Variation
Partenariats Amavita	7	8	–1
Pharmacies partenaires Winconcept	149	152	–3
Total partenaires indépendants	156	160	–4

«Actuellement, plusieurs centaines de patients ont déjà recours à la nouvelle offre Distance Healthcare de Mediservice.»

Mediservice comme centre de compétences

En raison de la complexité croissante des nouveaux médicaments pour des indications dans les domaines de l'oncologie, de l'immunologie ou de l'hématologie, les compétences et les prestations de Mediservice ont encore été très demandées en 2018. Aujourd'hui, la pharmacie spécialisée Mediservice ne se contente pas de compléter les centres de santé que sont les hôpitaux et les cliniques, mais elle constitue également une plateforme complète de prestations pour l'approvisionnement et l'accompagnement de patients atteints de maladies chroniques ou rares, comme le cancer ou la sclérose en plaques. Au cours de l'exercice, Mediservice a introduit le nouvel accompagnement thérapeutique à distance par téléphone, visiophone ou courrier électronique pour les patients chroniques (voir encadré à droite).

Perspectives

Des innovations avec une valeur ajoutée pour les clients et les pharmacies

Galenica veut consolider sa position de leader sur le marché de la pharmacie en Suisse. D'une part, de nouvelles prestations innovantes et des produits avec une valeur ajoutée pour les clients doivent être lancés à cet effet. Le «Derma-Center» ouvert en 2017 en collaboration avec L'Oréal Cosmétique Active dans la pharmacie Amavita Metro Shopping à Genève ouvrira ainsi d'autres sites à partir de 2019, sous une nouvelle forme élaborée d'après les feedback des clients. D'autre part, la collaboration interne avec Verfora doit être renforcée, notamment lors de l'introduction de nouvelles marques exclusives telles que la nouvelle gamme de produits de la marque propre de dermocosmétique Dermafora®, l'expansion des portefeuilles de médecine complémentaire de Spagyros et des sels de Schüssler d'Adler dans les formats de pharmacies de Galenicare ou de marques propres sélectionnées pour Sun Store.

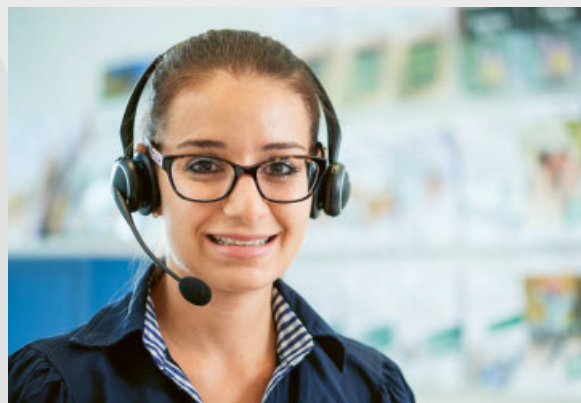
En 2019, Galenicare élargira son offre en ligne, renforçant ainsi sa stratégie éprouvée «Omni-Channel», dans l'objectif de rendre l'acte d'achat le plus simple et le plus confortable possible pour les clients. Enfin, le projet «Primary Care» doit être mis en œuvre en collaboration avec HCI Solutions. Les pharmaciens de tous les formats pourront ainsi remplir de manière efficace et efficiente les exigences supplémentaires concernant l'obligation de documentation de leur activité de conseil aux clients.

Un accompagnement des patients de grande qualité

La pharmacie spécialisée Mediservice a renforcé sa position de leader en tant que plateforme de prestations pour l'approvisionnement et l'accompagnement de patients atteints de maladies chroniques ou rares, notamment par de nouvelles offres de «Distance Healthcare» qui ont été introduites en 2018. Cet accompagnement thérapeutique à distance par Mediservice permet aux malades chroniques de bénéficier d'un suivi par téléphone, visiophone ou courrier électronique assuré par des professionnels spécialement formés.

Les clients de Mediservice sont en majorité des personnes atteintes de maladies chroniques ou rares qui ont besoin d'un accompagnement particulier pour leur médication. Le but de cet accompagnement thérapeutique par vidéo est de leur permettre de vivre chez elles le plus longtemps possible, aussi facilement et confortablement que possible. Par ce biais, Mediservice contribue à l'augmentation de l'efficacité dans le système de santé en évitant les hospitalisations ou les consultations ambulatoires superflues.

L'accompagnement de patients chroniques en dehors des hôpitaux stationnaires et ambulatoires et des institutions médicales prend une importance croissante. Actuellement, plusieurs centaines de patients de longue durée dans toute la Suisse, atteints surtout de maladies incurables, ont déjà recours à l'offre «Distance Healthcare». Mediservice accorde la plus haute priorité à la protection des données. L'échange de données entre les patients, les médecins traitants et Mediservice s'effectue de manière codée et respecte les directives et les lois suisses sur la protection des données.





Domaine d'activités Products & Brands

Développements dynamiques

Développement du chiffre d'affaires net

Malgré un environnement de marché exigeant, le Domaine d'activités Products & Brands, qui comprend essentiellement les activités commerciales de Verfora, a généré en 2018 un chiffre d'affaires net de CHF 91.7 mio. (+2.7%). En raison notamment de la forte saison de grippe et de rhume des foins au premier semestre 2018 et des difficultés d'approvisionnement d'autres produits sur le marché, Algifor® et Triofan® ont enregistré de très bons résultats. Par conséquent, Products & Brands a dépassé la croissance du marché Consumer Healthcare (1.2%, IQVIA, marché Consumer Health 2018), augmentant son chiffre d'affaires net en Suisse de 3.8% à CHF 73.7 mio. Ainsi, au troisième trimestre 2018, Verfora s'est hissée pour la première fois au rang de numéro un sur l'ensemble du marché Consumer Healthcare en Suisse (IQVIA, marché Consumer Health 2018). Le chiffre d'affaires à l'exportation a reculé de 1.6% à CHF 18.0 mio., notamment en raison des chiffres d'affaires supplémentaires réalisés en 2017 avec l'introduction d'Anti-Brumm® Sun en Allemagne et en Autriche.

Verfora: nouveau nom, même stratégie

Dans le cadre de la séparation de l'ancien Groupe Galenica en 2017, Galenica et Vifor Pharma avaient convenu que Vifor Consumer Health changerait de nom, afin de montrer clairement l'indépendance de l'entreprise sur le marché. L'entreprise a ainsi été rebaptisée et s'appelle Verfora depuis le 1^{er} juin 2018. Avec sa nouvelle identité, Verfora se positionne clairement en tant que solide partenaire du commerce spécialisé pour les pharmacies et les drogueries avec ses marques et produits renommés. L'introduction du nouveau design de la marque Verfora s'est déroulée comme prévu avec le soutien de la campagne télévisée nationale qui a débuté en novembre 2018. Verfora reste un partenaire solide pour toutes les pharmacies et les drogueries avec son large portefeuille de produits attrayants et son engagement en faveur des formations spécialisées et du support client.

Priorités stratégiques

- Soutenir la position de leader des catégories de produits OTC, avec l'accent sur la douleur, la toux, le rhume, les refroidissements, les sels minéraux et les compléments alimentaires ainsi que le traitement des plaies.
- Consolider et continuer de développer la part du marché Consumer Healthcare dans les pharmacies et les drogueries dans toute la Suisse, en s'appuyant sur les solides partenariats et les services à valeur ajoutée proposés par Verfora.
- Etendre le commerce de marques à de nouveaux domaines et développer les compétences associées.

Un solide chiffre d'affaires OTC

L'antidouleur systémique leader sur le marché, Algifor®, s'est très bien développé, dépassant nettement la croissance du marché des OTC. Cette progression est à attribuer principalement à la forte saison grippale début 2018, ainsi qu'à des difficultés d'approvisionnement pour d'autres produits sur le marché. Algifor® Dolo forte Sachets et Algifor® Dolo forte Suspension, une formule liquide plus concentrée, ont été lancés sur le marché suisse.

Triofan® a maintenu sa forte position sur le marché en tant que décongestionnant nasal numéro un en Suisse avec une croissance supérieure au marché pour le rhume des foins. La marque suisse emblématique Merfen® pour le traitement des plaies a affiché de bons résultats en 2018, conférant à Verfora une position de leader dans l'importante catégorie du traitement des plaies du domaine Consumer Healthcare.

De nouveaux produits Perskindol® ont été introduits en 2018, entre autres un roll-on et un gel thermo hot, un roll-on classique et une bande de soutien refroidissante. De plus, la formule Anti-Brumm® Kids, très efficace et adaptée aux enfants, a été lancée et est très appréciée par les parents.

Portefeuille de produits de santé et de beauté élargi

Verfora a élargi son portefeuille de produits de santé et de beauté avec des marques suisses et étrangères. Les pharmacies et les drogueries jouissent d'un haut niveau de confiance parmi leurs clients comme source de conseils pour ces produits. L'année sous revue a vu le lancement réussi du nouveau correcteur de tâches de Lierac et l'introduction du produit RE30 de Phyto pour le traitement des cheveux blancs.

La gamme de sels de Schüssler d'Adler a été complétée par trois nouveaux produits, des «complexes» associant six sels minéraux de Schüssler dans un comprimé. En outre, Verfora a acquis en 2018 les activités de marketing et de distribution nationale de la gamme de compléments alimentaires de beauté à succès Oenobio®. La marque de dermocosmétique A-Derma continue d'être un grand succès depuis son lancement exclusif en Suisse en 2016, à l'instar des marques exclusives Lierac et Phyto.

[«Au troisième trimestre 2018, Verfora a été pour la première fois numéro un du marché Consumer Healthcare en Suisse.»](#)

Entreprises

- G-Pharma SA
- Verfora SA

91.7

Chiffre
d'affaires net
en mio. CHF

Groupe Galenica CHF 3'165.0 mio.



133

Nombre de
collaborateurs

Groupe Galenica 6'580

«Plusieurs nouveaux produits et innovations seront lancés en 2019, dont la nouvelle marque dermocosmétique propre Dermafora®.»

Nouveau partenariat avec Spagyros

En réponse à la demande croissante de thérapies alternatives, Verfora a conclu un partenariat stratégique avec la société suisse Spagyros en 2018. Dans ce contexte, Galenica a également acquis une petite participation minoritaire. Depuis sa création en 1985, l'entreprise s'engage pour produire des remèdes de la meilleure qualité. Spagyros est une société pharmaceutique certifiée BPF, qui fabrique tous ses produits de santé entièrement à la main, en Suisse. Avec Spagyros, Verfora a établi un nouveau partenariat de qualité, qui garantit un accès durable à une gamme de produits médicaux complémentaires de première qualité. Celui-ci prévoit une étroite collaboration interne avec le Domaine d'activités Retail de Galenica pour assurer la formation de base et continue des collaborateurs au point de vente.

Perspectives

Dermafora®: nouvelle ligne dermocosmétique propre à partir de 2019

Verfora continuera de consolider sa position sur le marché avec sa nouvelle identité distincte. D'autres investissements sont prévus dans de nouveaux partenariats exclusifs, l'amélioration de produits et la formation du personnel. Plusieurs lancements de produits sont attendus en 2019, notamment la nouvelle marque dermocosmétique Dermafora®, qui est proposée dans des pharmacies Amavita, Sun Store et Coop Vitality depuis début 2019, par laquelle Verfora peut renforcer sa présence sur le marché de la beauté. Verfora a par ailleurs repris début 2019 la distribution des produits connus de la marque Vicks® en cas de refroidissements, de grippe et de toux, ainsi que du produit Metamucil® de Procter & Gamble en Suisse. Cette collaboration avec une entreprise pharmaceutique internationale montre clairement que Verfora s'est très bien positionnée sur le marché suisse en tant que partenaire attrayant pour les propriétaires de marques internationales. Verfora lancera également une nouvelle version du spray Triomer® contre les refroidissements en 2019.



