

Segment Health & Beauty



Le segment Health & Beauty comprenait pour l'exercice sous revue les Domaines d'activités Retail et Products & Brands. Retail gère le plus grand réseau de pharmacies en Suisse, avec plus de 500 pharmacies propres et partenaires. En outre, Galenica propose une offre de prestations unique et spécialisée dans le domaine des soins à domicile avec Mediservice, le Groupe Bichsel et Curarex Swiss.

Les produits et services de Retail sont proposés non seulement dans les pharmacies, mais aussi en ligne et au domicile des patients (soins à domicile).

Le Domaine d'activités Products & Brands commercialise et distribue des produits et des marques consommateurs propres ainsi que des produits et des marques partenaires pour le commerce spécialisé sur le marché suisse de la santé.

Depuis le 1^{er} janvier 2021, Galenica a mis en place une nouvelle structure organisationnelle (voir page 28).

Chiffre d'affaires net et résultat d'exploitation

En 2020, le segment Health & Beauty a généré un chiffre d'affaires net de CHF 1'671.4 mio. (+3.1%), dont CHF 1'556.1 mio. revenant au Domaine d'activités Retail et CHF 111.7 mio. au Domaine d'activités Products & Brands. La croissance a notamment été stimulée par l'activité d'expansion très dynamique comme des acquisitions dans le réseau de pharmacies et dans le portefeuille de produits.

Malgré des effets négatifs persistants du COVID-19, le segment Health & Beauty a pu augmenter son résultat d'exploitation (EBIT) ajusté¹⁾, soit sans influence du lease accounting standard IFRS 16, de l'année sous revue de 0.2% à CHF 123.9 mio. Cependant, la rentabilité du chiffre d'affaires ajusté¹⁾ a reculé de 7.6% à 7.4%.

Ce résultat a notamment été obtenu grâce à des démarches d'expansion significatives qui ont pu être mises en œuvre dans les deux Domaines d'activités du Segment. En parallèle, l'EBIT a été affecté de multiples façons par le COVID-19. Les pharmacies dans des sites ayant un taux de fréquentation élevé ont enregistré une diminution du chiffre d'affaires au premier semestre et de façon plus atténuée aussi au second semestre. La vente des produits cosmétiques a également reculé, les autorités ayant ordonné la fermeture temporaire des parfumeries au premier semestre et dans certains cantons également en automne 2020. Dans le même temps, les pharmacies ont dû supporter des coûts supplémentaires entre autres pour les mesures d'aménagement et organisationnelles en vue de la protection des collaborateurs et des clients, ainsi que du maintien de la bonne marche des affaires courantes.

En raison des mesures d'hygiène et de distanciation, la demande pour les produits Verfora contre les refroidissements était faible. Les insécurités par rapport au principe actif de l'ibuprofène en lien avec le COVID-19 ont également généré des pertes pour Algifor®. Alors que ces incertitudes ont pu être démenties, la demande pour Algifor® est néanmoins restée modérée.

Les investissements dans le Segment Health & Beauty ont atteint CHF 25.1 mio. (année précédente: CHF 22.5 mio.). Ils ont été employés en particulier pour les rénovations de pharmacies, le déploiement de l'ERP chez Mediservice et une nouvelle installation de remplissage chez Bichsel, ainsi que pour la suite du développement et de la mise en œuvre de la stratégie Omni-channel.

Dans la période sous revue, le Domaine d'activités Retail s'est concentré sur la poursuite de l'extension du réseau de pharmacies. Le réseau comptait à fin 2020 au total 522 points de vente propres et sites partenaires, ce qui fait neuf de plus qu'à fin 2019. En outre, Retail a relié encore davantage les mondes en ligne et hors ligne en combinant la prestation de commande et de retrait «Click & Collect» avec la livraison à domicile. La nouvelle pharmacie par correspondance a été lancée progressivement et comprend les trois formats de pharmacie depuis janvier 2021. Elle livre au domicile des clients d'Amavita, de Sun Store et de Coop Vitality des médicaments soumis à ordonnance (voir encadré à la page 16).

En 2020, le Domaine d'activités Products & Brands s'est développé surtout par de nouvelles conventions de licence et de distribution. La marque Bucco Tantum® d'Angelini Pharma a été reprise, permettant ainsi de consolider le segment des refroidissements. Verfora distribue depuis 2020 également le produit Thermacare® en Suisse. Le partenariat avec l'institut Allergosan a permis l'entrée dans le segment des probiotiques et des prébiotiques. Enfin, au 1^{er} juillet 2020, le Groupe Hedoga a été repris avec ses marques réputées Osa®, Osanit® et Carmol® (plus d'informations à ce sujet dans l'encadré à la page 20). Finalement, en octobre 2020, la pommade cicatrisante Vita-Merfen® a été relancée avec succès sur le marché suisse.

Chiffre
d'affaires net
1'671.4

en mio. CHF

Groupe Galenica
CHF 3'479.8 mio.

EBIT
ajusté¹⁾

123.9

en mio. CHF

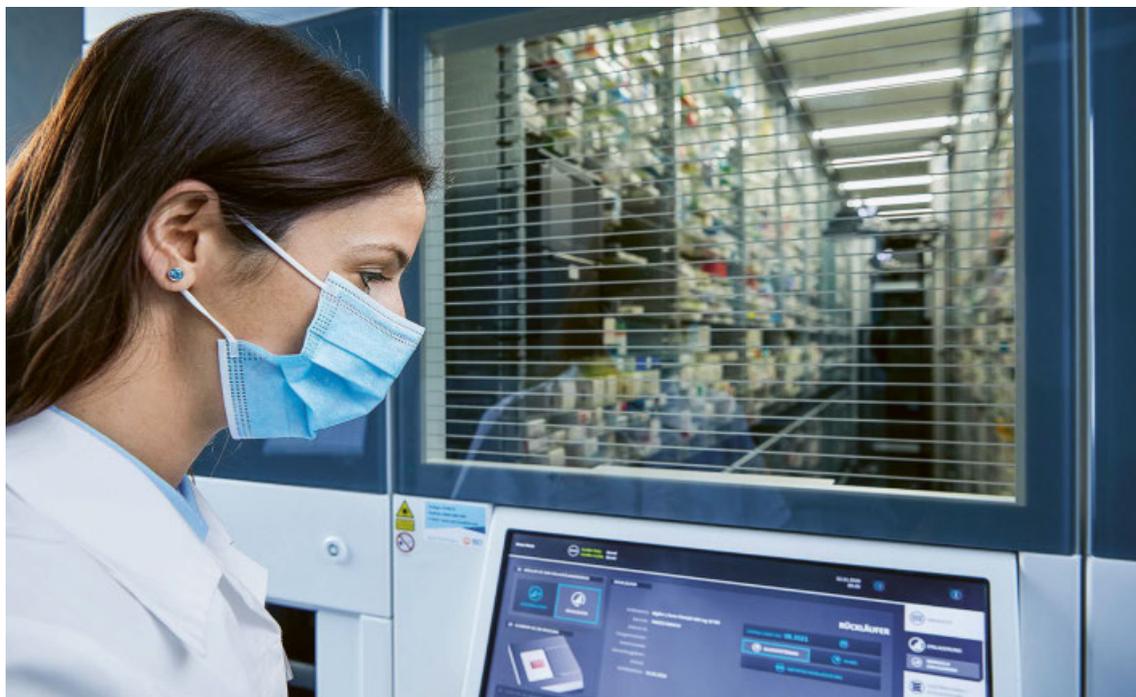
Groupe Galenica
CHF 168.6 mio.

Chiffres clés 2020

- Chiffre d'affaires net:
CHF 1'671.4 mio.
- EBIT ajusté¹⁾:
CHF 123.9 mio.
- ROS ajusté¹⁾: 7.4%
- Investissements:
CHF 25.1 mio.
- Collaborateurs: 5'382
(4'025 plein temps)

¹⁾ Voir chapitre Alternative performance mesures dans le Rapport annuel 2020 (version complète), à partir de la page 86

Domaine d'activités Retail



Forte croissance malgré des défis importants

Développement du chiffre d'affaires net

En 2020, le Domaine d'activités Retail a augmenté son chiffre d'affaires net de 2.7% à CHF 1'556.1 mio. (sans Coop Vitality). L'évolution positive du chiffre d'affaires est due avant tout à l'acquisition du Groupe Bichsel et à l'expansion considérable du réseau de pharmacies. L'expansion (incluant le Groupe Bichsel) a contribué à hauteur de +3.2% au développement du chiffre d'affaires. Sur une base comparable (sans les effets d'expansion), le chiffre d'affaires net s'est développé de -0.5%.

L'évolution du chiffre d'affaires en 2020 a été impactée par un effet extraordinaire. Dans le cadre d'une optimisation de processus, diverses transactions de marchandises internes au Groupe ont été suspendues début 2020, ce qui a affecté le chiffre d'affaires du Domaine d'activités Retail de 1.7% par rapport à l'année précédente. Sans cet effet extraordinaire la croissance organique aurait correspondu à une augmentation de +1.2%. Cet effet extraordinaire n'a aucun impact sur le chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

Les pertes des chiffres d'affaires en raison du COVID-19 des pharmacies de sites très fréquentés comme les gares et les aéroports ont impacté l'évolution du chiffre d'affaires du Domaine d'activités Retail 2020 de 1.9%.

Entreprises et formats

- Careproduct SA, www.careproduct.ch
 - Coop Vitality SA, www.coopvitality.ch¹⁾
 - Curarex Swiss SA, www.curarex.ch
 - Galenicare Management SA, www.galenicare.com
 - Groupe Bichsel, www.bichsel.ch
 - Mediservice SA, www.mediservice.ch
 - Pharmacies Amavita, www.amavita.ch
 - Pharmacies Sun Store, www.sunstore.ch
 - Winconcept SA, www.winconcept.ch
-

¹⁾ Joint venture avec Coop

Le chiffre d'affaires inférieur des médicaments OTC et des produits de beauté a pu être compensé par des ventes supplémentaires dans les catégories de la prévention, de la nutrition et des produits d'hygiène.

Par ailleurs, le triplement du chiffre d'affaires des boutiques en ligne Amavita et Sun Store et la croissance réjouissante de la pharmacie spécialisée Mediservice de 5.7% ont pratiquement pu compenser en fin d'année de 1.7%, le recul du chiffre d'affaires causé par le COVID-19.

Les mesures de baisse de prix des médicaments imposées par les autorités ont eu un impact négatif de 1.6% sur le développement du chiffre d'affaires en 2020.

Enfin, la substitution des génériques favorisée consciemment par Galenica a également eu un impact modérateur sur le chiffre d'affaires en raison des prix plus bas des médicaments. En 2020, le taux de substitution par les génériques a pu être augmenté d'environ 70% à 72%. Les pharmacies du Groupe Galenica ont ainsi contribué à des économies de plus de CHF 63 mio. sur les coûts de la santé en 2020.

A titre de comparaison, le chiffre d'affaires des médicaments (produits soumis à ordonnance [Rx] et OTC) sur le marché suisse des pharmacies a augmenté de 2.4% (IQVIA, marché pharmaceutique suisse 2020) et le développement du chiffre d'affaires des autres produits (non-médicaments) s'est élevé pour la même période à +2.1% (IQVIA, Personal Care, Patient Care et Nutrition 2020).

Expansion dynamique et développement de tous les canaux de vente

Avec au total 17 nouvelles pharmacies, le réseau de pharmacies stationnaires s'est développé de manière extrêmement dynamique. Parmi les pharmacies reprises, citons entre autres la fameuse pharmacie Adler à Winterthur, qui gère avec succès sa propre boutique en ligne et qui dispose d'une autorisation de vente par correspondance. En même temps, sept sites ont été fermés dans le cadre de mesures d'optimisation. Fin 2020, le réseau de pharmacies de Galenica comptait 522 pharmacies, dont 366 pharmacies propres (+10) et 156 pharmacies partenaires (-1).

En outre, le Domaine d'activités Retail a davantage connecté le monde en ligne avec le monde hors ligne, par exemple, en combinant le service de commande et de récupération «Click & Collect» avec le service de livraison à domicile. En parallèle, la nouvelle pharmacie par correspondance de Coop Vitality a été lancée au printemps 2020, suivie au second semestre par Amavita et en janvier 2021 également par Sun Store. A travers la pharmacie par correspondance, les pharmacies Amavita, Sun Store et Coop Vitality peuvent envoyer au domicile de leurs clients des médicaments sur ordonnance.

Pharmacie comme premier point de contact pour des conseils de santé

Dans le cadre du COVID-19, les pharmacies ont clairement pu démontrer leur importance primordiale dans le système de santé suisse et se sont affirmées en tant que premier point de contact pour des conseils de santé dans toute la Suisse. Depuis le quatrième trimestre 2020, de premières pharmacies ont pu proposer, dans le respect de multiples exigences, les

Chiffre d'affaires net

1'556.1

en mio. CHF

Groupe Galenica
CHF 3'479.8 mio.

Nombre de collaborateurs

5'199

Groupe Galenica
7'205

tests rapides antigéniques, nouvellement autorisés ainsi que les tests PCR. Simultanément, les pharmacies se préparent à pouvoir proposer également des vaccinations contre le COVID-19 à l'avenir.

Les formats de pharmacies ont également introduit de nouveaux produits et prestations durant l'année sous revue. Une prestation développée en collaboration avec l'assurance La Mobilière en fait notamment partie. Les personnes souhaitant conclure une assurance vie auprès de La Mobilière, peuvent effectuer le test de santé requis dans tous les trois formats de pharmacies. La collaboration avec l'assureur maladie Groupe Mutuel a également démarré pendant l'année sous revue avec la nouvelle prestation Prima Pharma. Les clients de l'assurance maladie Groupe Mutuel intéressés peuvent également obtenir la carte Suncard gratuitement pendant la première année et ainsi profiter des offres spéciales dans les pharmacies Sun Store.

Défis relevés par Careproduct

Careproduct, fournisseur de moyens auxiliaires comme des fauteuils roulants ou des produits pour l'incontinence repris par le Groupe Galenica en 2018, a bien su relever les défis en lien avec le COVID-19 pendant l'année sous revue. Durant le confinement, les commandes pour du matériel médical et des produits pour l'incontinence ont été plus fréquentes. En même temps, l'assortiment a été élargi avec des bandages ou des oreillers ergonomiques par exemple.

Croissance du chiffre d'affaires et du nombre de clients chez Mediservice

La pharmacie spécialisée Mediservice, qui se concentre sur le suivi des patients atteints de maladies chroniques et rares, a connu une demande accrue pour ses services dans le cadre du COVID-19, comme la livraison directe de médicament à domicile et l'accompagnement thérapeutique à domicile. Les groupes de patients qui ont particulièrement fait augmenter cette demande sont les patients à risque nécessitant des prises de médicaments régulières à vie ou un accompagnement pour la médication et les thérapies quotidiennes, ainsi que les patients n'ayant pas pu être pris en charge par leur médecin, ni en cabinet ni dans un hôpital. Ces

”

EN 2021, LE MONDE
EN LIGNE SERA ENCORE
MIEUX CONNECTÉ AVEC
LE MONDE HORS LIGNE.

Mise en œuvre continue de la stratégie Omni-channel avec la pharmacie par correspondance

Depuis 2020, les pharmacies Amavita et Coop Vitality, ainsi que Sun Store depuis janvier 2021, proposent à leurs clients les prestations d'une pharmacie par correspondance. Les patients peuvent y commander leurs médicaments soumis à ordonnance et se les faire livrer à domicile. Galenica a ainsi fait un pas important vers l'interconnexion des points de vente physiques avec les boutiques en ligne.

La pharmacie par correspondance est située dans le centre de distribution de Galexis à Niederbipp. Elle profite ainsi d'un accès direct à l'ensemble de l'assortiment et aux processus rodés et efficaces de Galexis. L'activité a d'abord été mise en place pour des patients disposant d'une ordonnance permanente. Depuis, il est également possible d'effectuer des commandes avec des ordonnances simples. Pour ce faire, les clients passent commande sur les boutiques en ligne Amavita, Sun Store ou Coop Vitality et font parvenir l'ordonnance originale à la pharmacie par correspondance. Une fois contrôlée et validée par la pharmacienne ou le pharmacien, la commande est traitée.

patients ont également pu bénéficier d'un accompagnement par vidéo à domicile effectués par le personnel soignant spécialisé de Mediservice, ceci toujours en étroite coordination avec leurs médecins.

De plus, Mediservice a continué en 2020 à élargir les coopérations existantes avec les médecins et les hôpitaux dans l'accompagnement des patients, qui consistent pour la plupart en une assistance intégrale et optimale de patients chroniques. Grâce à de telles coopérations, Mediservice contribue non seulement à une meilleure satisfaction des patients, mais également à l'augmentation de l'efficacité et à la réduction des coûts dans le système de la santé.

Soutien d'importance systémique par le Groupe Bichsel

En particulier au premier semestre, le Groupe Bichsel a enregistré en raison du COVID-19 une demande fortement accrue pour des solutions de perfusion et d'injection, d'autres produits thérapeutiques d'urgences, ainsi que des désinfectants. Les hôpitaux ont notamment fait bondir le nombre de commandes que Bichsel a pu gérer grâce à l'augmentation des capacités dans ses propres unités de production. Le Groupe Bichsel a ainsi apporté une contribution importante à la sécurité de l'approvisionnement pendant cette période complexe et a été classé dans la catégorie des entreprises d'importance systémique par l'Office fédéral pour l'approvisionnement économique du pays (OFAE).

Durant le COVID-19, le domaine des soins à domicile a également pu assurer la prise en charge des patients sans interruption et sans aucune perte de qualité. Dans le domaine de la nutrition clinique, d'importants nouveaux partenariats ont pu être engagés, comme celui avec Tertianum, le plus grand exploitant d'établissements médico-sociaux (EMS) en Suisse. Pour les patients à domicile et dans les EMS, le Groupe Bichsel propose entre autres des nutriments liquides, de l'alimentation par voies entérales et parentérales, ainsi que de l'antibiothérapie et des traitements de la douleur par perfusion.

”

LE GROUPE BICHSEL
A APPORTÉ UNE CONTRI-
BUTION IMPORTANTE
À LA SÉCURITÉ DE
L'APPROVISIONNEMENT
PENDANT LA PANDÉMIE
DE COVID.

Pharmacies propres et participations

	31.12.2020	31.12.2019	Variation
Pharmacies Amavita ¹⁾	179	171	+8
Pharmacies Sun Store ¹⁾	94	94	–
Pharmacies Coop Vitality ²⁾ (joint-venture avec Coop)	87	84	+3
Pharmacie spécialisée Mediservice ¹⁾	1	1	–
Participations majoritaires dans d'autres pharmacies ¹⁾	5	6	-1
Total points de vente propres	366	356	+10

Partenaires indépendants

	31.12.2020	31.12.2019	Variation
Partenaires Amavita	5	7	-2
Pharmacies partenaires Winconcept	151	150	+1
Total partenaires indépendants	156	157	-1

¹⁾ Entièrement consolidées

²⁾ Consolidées par mise en équivalence

Domaine d'activités Products & Brands



Acquisitions importantes et nouvelles licences

Développement du chiffre d'affaires net

Le Domaine d'activités Products & Brands, qui comprend essentiellement les activités commerciales de Verfora, a généré en 2020 un chiffre d'affaires net de CHF 111.7 mio. La croissance du chiffre d'affaires de 9.4% par rapport à l'année précédente a pu être réalisée grâce à de nouveaux accords de distribution et le fort développement du portefeuille de produits avec un effet d'expansion de +17.3%.

Grâce à l'expansion, le chiffre d'affaires sur le marché principal suisse a augmenté de 6.3% pour s'établir à CHF 87.3 mio. En raison des pertes de chiffre d'affaires dues au COVID-19 d'Algifor® (ibuprofène), de produits contre le refroidissement et de produits liés aux voyages, le chiffre d'affaires a reculé de 7.2% sur une base comparable (sans effet d'expansion). Les chiffres d'affaires supplémentaires sur les produits d'hygiène et de prévention n'ont pu que partiellement compenser ces pertes.

A titre de comparaison, l'évolution du marché Consumer Healthcare en Suisse se chiffrait à +3.5% (IQVIA, marché Consumer Health suisse 2020).

Entreprises

- G-Pharma AG
 - Verfora AG, www.verfora.ch
-

La demande d'ltinerol®, de Triofan® et d'Anti-Brumm®, qui font souvent partie d'une pharmacie de voyage, a également reculé en raison de la diminution des activités touristiques. En outre, les informations négatives sur l'ibuprofène dans le cadre du COVID-19 ont compromis la croissance de la plus grande marque de Verfora, Algifor®. D'autres produits, par contre, comme les désinfectants de Septo Clean® ont enregistré des ventes sensiblement plus élevées, du moins temporairement.

Les chiffres d'affaires des exportations ont atteint CHF 24.4 mio., +22.3% par rapport à l'année précédente, surtout grâce à l'acquisition du Groupe Hedoga.

Vita-Merfen® de nouveau disponible

La célèbre pommade désinfectante et cicatrisante supprimer Vita-Merfen® est de nouveau disponible dans les pharmacies et drogueries suisses depuis le quatrième trimestre 2020. En 2015, l'ancien propriétaire de la marque avait retiré Vita-Merfen® du marché en raison de difficultés de production. Verfora a repris les deux marques Vita-Merfen® et Merfen® en 2017. Tandis que Merfen®, le désinfectant pour plaies, était toujours disponible dans le commerce spécialisé, Verfora a intensivement travaillé à la réintroduction de Vita-Merfen® ces quatre dernières années. Au premier trimestre 2020, Vita-Merfen® a été autorisé par Swissmedic, autorité suisse de contrôle et d'autorisation des produits thérapeutiques.

Développement constant

Pendant l'année sous revue également, Verfora a été un partenaire fort pour le commerce spécialisé. Ainsi, de nouveaux produits ont été lancés, par exemple le roll-on AntiBrumm® Naturel, la première boisson chaude à base de multivitamines et de minéraux Veractiv®, un gel warm-up de Perskindol®, ainsi que l'innovation Perskindol® Dolo qui est un traitement phytothérapeutique alternatif pour l'arthrite et l'arthrose.

La ligne dermocosmétique propre de Dermafora, lancée en 2019, a également été étendue en 2020 grâce au lancement d'une nouvelle gamme de soins corporels et d'un booster anti-âge.



Chiffre d'affaires net

111.7

en mio. CHF

Groupe Galenica
CHF 3'479.8 mio.

Nombre de collaborateurs

183

Groupe Galenica
7'205

Collaboration approfondie avec Angelini Pharma

Début 2020, Verfora a pu reprendre la distribution en Suisse de l'importante marque Bucco Tantum® d'Angelini Pharma permettant de renforcer sa présence sur le marché des produits contre les refroidissements. La collaboration avec Angelini a pu être approfondie à partir du 1^{er} juillet 2020 déjà. L'entreprise pharmaceutique italienne a mandaté Verfora pour la distribution de la marque Thermacare® en Suisse. Les produits de Thermacare® produisent de la chaleur pour aider le corps à reconstruire les tissus endommagés et pour accélérer la guérison.

Nouvelle coopération avec l'institut Allergosan

Début 2020, Verfora a conclu un partenariat avec l'institut autrichien Allergosan et a repris la distribution de la marque Omni Biotic® en Suisse. Verfora est ainsi entrée dans le marché important des produits probiotiques et prébiotiques. Ce segment de marché connaît la plus forte croissance dans le marché Consumer Healthcare en Suisse. Depuis plus de 25 ans, l'institut Allergosan est l'un des centres de compétences mondiaux leaders dans le domaine de la recherche sur les microbiomes et développe sur cette base des probiotiques et prébiotiques. La marque a été introduite en Suisse il y a quelques années déjà, et grâce à Verfora et à l'étroite collaboration avec Retail, elle pourra maintenant se développer encore plus rapidement.

”

EN 2020 ÉGALEMENT,
VERFORA A ÉTÉ UN PARTE-
NAIRE SOLIDE POUR LE
COMMERCE SPÉCIALISÉ.

Nette croissance avec la reprise du Groupe Hedoga

Au 1^{er} juillet 2020, Galenica a repris le Groupe Hedoga avec ses marques renommées Osa®, Osanit® et Carmol®. Verfora a ainsi pu consolider sa position de leader sur le marché Consumer Healthcare suisse et renforce son positionnement en tant que partenaire solide des pharmacies et des drogueries pour les médicaments sans ordonnance et les produits de santé. Par ailleurs, les activités d'exportation de Verfora sur des marchés choisis ont été renforcées, notamment en Europe. Osa® et Osanit® comprennent des produits thérapeutiques classiques et homéopathiques, employés principalement pour le traitement de douleurs de la poussée dentaire chez les enfants. Carmol® est un produit pharmaceutique (eau de mélisse) pour le traitement de troubles digestifs et pour le soulagement de l'état général en cas de malaises. Hedoga est une entreprise suisse avec des activités en Suisse et en Autriche.



