



Segment Health & Beauty

Un service client activement
vécu reste la priorité

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 exclusives et des produits de ses partenaires commerciaux.

Chiffre d'affaires net et résultat d'exploitation

Au premier semestre 2018, le segment Health & Beauty a augmenté le chiffre d'affaires de 2.5% à CHF 745.7 mio. Le Domaine d'activités Retail y a contribué avec CHF 695.8 mio. et le Domaine d'activités Products & Brands à hauteur de CHF 48.7 mio. Le résultat d'exploitation (EBIT) a progressé de 9.5% à CHF 54.3 mio. La rentabilité du chiffre d'affaires (ROS) a pu être nettement augmentée de 0.5 point de pourcentage à 7.3% (1^{er} semestre 2017: 6.8%): un résultat remarquable qui montre que l'efficacité a encore pu être améliorée. Divers projets et mesures lancés au cours des dernières années montrent maintenant leur plein effet sur la rentabilité. En font partie notamment 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. Les investissements dans le Segment Health & Beauty ont atteint CHF 5.4 mio. au premier semestre 2018.

Extension de l'offre en ligne

Au premier semestre 2018 également, des investissements ont été consacrés à l'amélioration et à l'extension des offres de prestations et des gammes de produits. D'une part avec des formations et des perfectionnements continus spécifiques pour les collaborateurs de tous les formats de pharmacie sur les nouveaux produits comme les sels de Schüssler d'Adler que Verfora commercialise exclusivement en Suisse depuis 2017. D'autre part, l'assortiment des boutiques en ligne et de la nouvelle possibilité de commande et de retrait «Click & Collect» lancée en 2017 a été élargi: l'offre rassemblait déjà 16'000 produits environ à la mi-2018, soit une progression de plus de 50% par rapport à fin 2017. Dans le même temps, des possibilités supplémentaires de paiement ont été introduites aussi bien pour les commandes en ligne que pour les achats en pharmacie.

745.7

Chiffre
d'affaires net
en mio. CHF

Groupe Galenica CHF 1'566.1 mio.

54.3

EBIT
en mio. CHF

Groupe Galenica CHF 70.1 mio.



4'639

Nombre de
collaborateurs

Groupe Galenica 6'328

Domaine d'activités Retail

Encore plus proche des clients

Développement du chiffre d'affaires net

Au premier semestre 2018, le Domaine d'activités Retail a augmenté son chiffre d'affaires net de 2.6% à CHF 695.8 mio. (sans Coop Vitality) par rapport à la même période l'année précédente. En comparaison: le chiffre d'affaires des médicaments (produits Rx et OTC) sur le marché suisse des pharmacies a augmenté sur la même période de 2.9% (IQVIA, 1^{er} semestre 2018, liste des produits thérapeutiques de Swissmedic A, B, C, D). En revanche, le chiffre d'affaires des autres produits (non-médicaments) est toujours en recul.

Au premier semestre 2018, neuf pharmacies se sont ajoutées au réseau de pharmacies, dont sept ont été acquises et deux ont été ouvertes. Dans le même temps, trois points de vente ont été supprimés dans le cadre de mesures d'optimisation, portant à 343 le nombre de pharmacies propres détenues par Galenica à la fin juin 2018. L'expansion a contribué pour 1.0% net à la croissance du chiffre d'affaires. Sur une base comparable, le chiffre d'affaires a augmenté de 1.6% au total. Avec les pharmacies partenaires Amavita et Winconcept, le réseau suisse de pharmacies de Galenica comprenait 500 points de vente à la mi-2018.

Le développement du chiffre d'affaires du Domaine d'activités Retail a été ralenti d'une part par l'effet des mesures de baisse des prix prises par la Confédération, ainsi que par l'activité en recul de l'ensemble du marché des produits cosmétiques. La substitution par les génériques favorisée consciemment par Galenica a également eu un impact sur le chiffre d'affaires en raison des prix plus bas des médicaments. D'autre part, le Domaine d'activités Retail a enregistré de bonnes ventes des produits contre les refroidissements en raison de la forte saison grippale.

Nouvelles offres et services

En 2018, le Domaine d'activités Retail a poursuivi ses efforts pour renforcer sa proximité avec les clients. L'une des conditions essentielles pour atteindre cet objectif était l'intensification de la collaboration dans l'ensemble du Groupe Galenica, par exemple avec Galexis dans le domaine de la logistique pour les boutiques en ligne ou avec des représentants de Verfora lors de l'introduction de nouveaux produits. Les collaborateurs de tous les formats de pharmacie ont ainsi suivi une formation sur les sels de Schüssler d'Adler notamment, après la conclusion du contrat de partenariat exclusif par Verfora en 2017 et l'intégration des sels minéraux dans le portefeuille.

Lancée en 2017, la nouvelle possibilité de commande en ligne et de retrait «Click & Collect», chez Amavita, Sun Store et Coop Vitality a été progressivement développée: fin juin 2018, 16'000 produits environ étaient déjà disponibles, soit une progression de plus de 50% par rapport à fin 2017 (fin 2017: 10'000 produits environ). Le but est d'étoffer en permanence l'assortiment des boutiques en ligne et de le rendre accessible aux clients, notamment aussi via «Click & Collect». L'augmentation des volumes de commande par mois montre que «Click & Collect» répond à un besoin des clients.

Dans le même temps, au premier semestre 2018, des moyens de paiement supplémentaires ont été introduits afin de pouvoir proposer les possibilités les plus variées à la fois pour le commerce en ligne et à la pharmacie. L'application de paiement Twint a par exemple été introduite dans toutes les pharmacies Amavita, Sun Store et Coop Vitality pour effectuer des paiements sans espèces.



Début 2018, Galenica a racheté Careproduct. Cette entreprise commercialise en ligne et en magasin des déambulateurs, des fauteuils roulants, du matériel dans le domaine de l'incontinence et d'autres produits médicaux d'aide. L'assortiment s'adresse en particulier aux personnes âgées et handicapées qui souhaitent conserver ou améliorer leur mobilité. Avec Careproduct, le Domaine d'activités Retail a renforcé sa position sur le marché de la vente en ligne et étoffé son offre destinée aux clients. Par exemple, les formats de pharmacie peuvent dorénavant transmettre via Careproduct des produits à leurs clients qu'ils n'ont pas eux-mêmes en stock pour les faire livrer directement au domicile de leurs clients.

Croissance grâce à l'augmentation du nombre de pharmacies

Au premier semestre 2018, le Domaine d'activités Retail a renforcé ses investissements pour consolider et optimiser son propre réseau de pharmacies: Il comprenait 500 points de vente à la mi-2018.

Le deuxième semestre 2018 a commencé avec l'acquisition de 100% de la pharmacie Bahnhof Apotheke Zurich. Galenica a ainsi intégré la pharmacie qui génère le plus important chiffre d'affaires en Suisse et a enrichi son réseau de pharmacies d'un point de vente performant qui bénéficie d'un excellent emplacement stratégique.

Afin de mieux mettre en avant les atouts et les compétences des pharmacies, Coop Vitality a développé un nouveau concept de magasin moderne à l'ambiance chaleureuse. Tous les points de vente seront successivement réaménagés selon ce nouveau concept au cours des prochaines années. Les points de vente de Bienne, Rorschach et Matran ont été les premiers concernés au premier semestre 2018. Par ailleurs, les pharmacies Coop Vitality ont également introduit le test du diabète qui était jusqu'alors uniquement disponible chez Sun Store et Amavita. Amavita et Sun Store ont pour leur part introduit

le Check Générique: les clients peuvent obtenir un conseil sur le remplacement éventuel de leurs médicaments par des génériques dans le cadre d'un entretien personnalisé.

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 au premier semestre 2018 (+8.3%). 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.

Winconcept, le prestataire de services pour pharmacies indépendantes de Galenica, a non seulement lancé un nouveau site Internet durant la période sous revue mais a également retravaillé le magazine clients: les pharmacies partenaires Winconcept peuvent dorénavant le person-

Pharmacies propres et participations

	30.6.2018	31.12.2017	Variation
Pharmacies Amavita ¹⁾	162	157	+5
Pharmacies Sun Store ¹⁾	97	97	–
Pharmacies Coop Vitality (joint-venture avec Coop) ²⁾	77	75	+2
Pharmacie spécialisée MediService ¹⁾	1	1	–
Participations majoritaires dans d'autres pharmacies ¹⁾	4	5	-1
Participations minoritaires dans d'autres pharmacies ²⁾	2	2	–
Total points de vente propres	343	337	+6

¹⁾ Entièrement consolidées

²⁾ Consolidé par mise en équivalence

Partenaires indépendants

	30.6.2018	31.12.2017	Variation
Partenariats Amavita	7	8	-1
Pharmacies partenaires Winconcept	150	152	-2
Total partenaires indépendants	157	160	-3

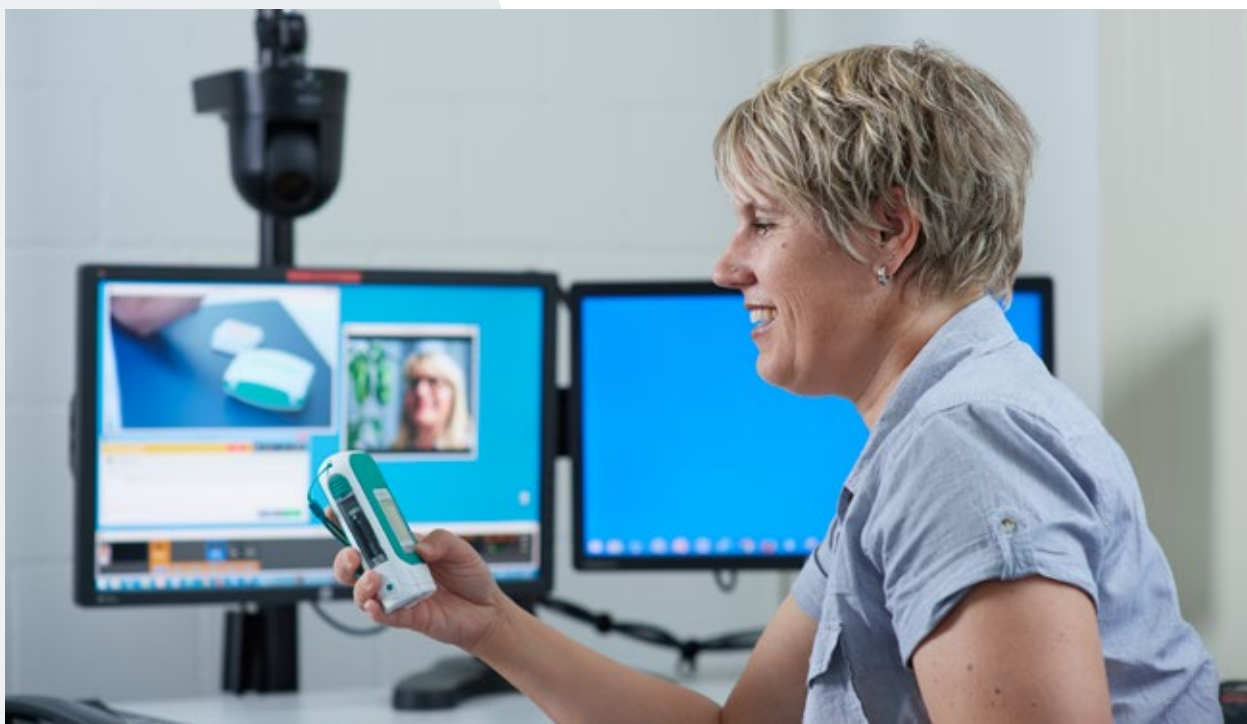
naliser afin de renforcer leur image de marque. Le système de gestion de la qualité «Process One», qui est proposé à la fois aux partenaires Winconcept et aux autres pharmacies, a vu son nombre d'utilisateurs augmenter. Avec quatre arrivées et six départs, le nombre de pharmacies partenaires Winconcept a légèrement diminué au premier semestre 2018, notamment parce que quelques partenaires à la recherche de successeurs ont vendu leur pharmacie, pour une partie d'ailleurs à Galenica.

Le projet pilote Aprioris, avec les deux cabinets sans rendez-vous à la pharmacie Amavita à Adliswil (Zurich) et à la pharmacie Sun Store Métropole à Lausanne, a reçu des échos positifs pour la première année. La majorité des cas présentés ont pu être traités avec succès grâce aux compétences des collaborateurs, et plus de 95% des clients seraient prêts à avoir de nouveau recours à cette offre et à la recommander. Toutefois, actuellement la fréquentation n'atteint pas encore le niveau attendu. Galenica profite néanmoins globalement des projets pilotes par le biais des nouvelles expériences et du savoir-faire, par exemple dans les domaines de l'obligation de documentation mais également dans les

processus, les procédures et la collaboration avec les partenaires. Galenica définira les prochaines étapes en temps voulu.

Mediservice mise sur le «Distance Healthcare»

Au premier semestre 2018, Mediservice a encore renforcé sa position de leader dans l'approvisionnement et l'accompagnement de patients atteints de maladies chroniques et rares comme plateforme de prestations. L'entreprise a ainsi étendu sa gamme de médicaments onéreux et très onéreux pour les patients atteints de cancer, d'hémophilie ou de sclérose en plaques. En outre, l'entreprise propose maintenant aussi des services dans le domaine «Distance Healthcare», un accompagnement thérapeutique à distance. Ce domaine comprend aussi le «Video-Nursing», soit des services pour des patients chroniques à domicile qui sont fournis via un écran depuis une centrale.



Domaine d'activités Products & Brands

Nouveau nom, même stratégie

Développement du chiffre d'affaires net

Avec CHF 48.7 mio., Products & Brands a dégagé au premier semestre 2018 un chiffre d'affaires total au niveau de l'année précédente.

Sur le marché suisse, Products & Brands a pu augmenter le chiffre d'affaires d'un réjouissant 3.7% à CHF 37.3 mio. En comparaison, le marché des OTC s'est développé de 1.2% grâce à une forte saison grippale (IQVIA, 1^{er} semestre 2018).

Le développement du chiffre d'affaires de Products & Brands a été stimulé par la forte croissance des produits OTC, en particulier par Algifor® et Merfen®. En outre, il a également été soutenu, au premier semestre 2018, par des ventes exceptionnelles supplémentaires de produits en stock aux grossistes: en raison du changement de nom de Vifor Consumer Health en Verfora, cette dernière, en tant que nouveau titulaire d'autorisation des médicaments, n'était plus autorisée à compter de juillet 2018 à vendre tout produit ou emballage portant encore l'ancien nom. Afin d'éviter des coûts de modification des emballages, les grossistes ont été livrés en grandes quantités avec les produits correspondants au deuxième trimestre 2018. Il faut donc s'attendre à ce que le volume de commandes soit moindre au deuxième semestre.

Ces ventes supplémentaires des produits OTC ont été toutefois compensées par un chiffre d'affaires inférieur des produits de beauté: au premier semestre 2017, le lancement de nouvelles marques de beauté et la constitution des stocks associée ont généré des chiffres d'affaires exceptionnels qui ne se sont pas reproduits au premier semestre 2018.

Contrairement au développement du marché suisse, le chiffre d'affaires à l'exportation à hauteur de CHF 11.3 mio. a connu un recul de 10.8%, qu'il faut attribuer notamment aux chiffres d'affaires supplémentaires réalisés au premier semestre 2017 avec l'introduction d'Anti-Brumm® Sun en Allemagne et en Autriche.

Vifor Consumer Health est devenue Verfora

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 au marché que l'entreprise ne fait plus partie de Vifor Pharma. L'entreprise a ainsi été renommée Verfora à compter du 1^{er} juin 2018. Avec sa nouvelle identité, Verfora peut se positionner de manière distincte en tant que partenaire indépendant et solide pour les pharmacies et les drogueries avec ses marques et produits renommés. Verfora se compose des deux mots latins «Veritas» et «Forum». Le premier fait référence à l'objectivité, aux preuves médicales





et au devoir de franchise dans la relation entre Verfora et son client et entre la marque et le consommateur. Le deuxième représente un engagement pour des échanges ouverts et professionnels.

L'introduction du nouveau design de la marque Verfora est en bonne voie. La stratégie de l'entreprise ne change pas: Verfora se positionne comme un solide partenaire pour les pharmacies et les drogueries avec son large portefeuille de produits attrayants et ses formations spécialisées.

Un solide chiffre d'affaires OTC

En raison de la forte saison grippale, particulièrement marquée en février et mars 2018, ainsi que des problèmes d'approvisionnement de certains concurrents, l'antidouleur systémique leader sur le marché, Algifor®, a enregistré de très bons résultats et a nettement dépassé la croissance du marché des OTC. Algifor® Dolo Forte Liquid, une formule liquide plus concentrée, a été lancé sur le marché suisse. Triofan® a maintenu sa forte position sur le marché en tant que décongestionnant nasal numéro un en Suisse. Acquis par Galenica en 2017, la marque suisse emblématique Merfen® pour le traitement des plaies a affiché de bons résultats au premier semestre 2018, conférant à Verfora une position de leader dans l'importante catégorie du traitement des plaies du domaine Consumer Healthcare.

Poursuite du développement du portefeuille

D'importants investissements ont été réalisés au premier semestre 2018 afin de poursuivre le programme phare de formation et de perfectionnement sur le point de vente, par exemple pour la gamme de produits dermatologiques A-Derma et les sels de Schüssler d'Adler. Le portefeuille de ces sels minéraux a été complété par trois nouveaux produits «complexes», associant six sels de Schüssler dans un comprimé.

En outre, Verfora a acquis les activités de marketing et la distribution nationale de la gamme française de compléments alimentaires de beauté à succès Oenobiol®.

Nouvelles versions Perskindol® et Anti-Brumm®

L'unité Global Brands a introduit deux nouveaux produits de Perskindol®: un applicateur roll-on pratique et une bande de soutien refroidissante. De plus, en mai 2018, la formule Anti-Brumm® Kids très efficace a été lancée pour les enfants.