



# Segment Health & Beauty

## Développements réjouissants du chiffre d'affaires et de la rentabilité

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. Les produits et services de Retail sont proposés dans les pharmacies, en ligne et au domicile des patients (Home Care). Dans le Domaine d'activités Products & Brands, Galenica développe et commercialise ses marques et produits consommateurs propres ainsi que des marques exclusives et des produits de ses partenaires commerciaux.

### Chiffre d'affaires net et résultat d'exploitation

Au premier semestre 2019, le segment Health & Beauty a augmenté le chiffre d'affaires net de 4.8% à CHF 781.4 mio.; CHF 726.1 mio. sont à attribuer au Domaine d'activités Retail et CHF 54.1 mio. au Domaine d'activités Products & Brands. Le développement du chiffre d'affaires repose surtout sur l'acquisition de la Bahnhof Apotheke Zurich en juillet 2018, sur l'importante expansion du réseau de pharmacies au premier semestre 2019 et sur l'acquisition du Groupe Bichsel en mai 2019.

Le résultat d'exploitation EBIT ajusté<sup>1)</sup>, soit sans influence du nouveau lease accounting standard IFRS 16, s'est amélioré de 11.0% à CHF 60.3 mio. La première application de la norme IFRS 16 a augmenté l'EBIT de CHF 1.3 mio. supplémentaires à CHF 61.6 mio.

La rentabilité du chiffre d'affaires (ROS) ajustée<sup>1)</sup> a augmenté de 0.4 point de pourcentage à 7.7% (premier semestre 2018: 7.3%). Cette très bonne évolution témoigne, d'une part, de l'efficacité de l'amélioration continue de l'efficacité au sein du segment, qui se traduit notamment par la collaboration intensive entre les Domaines d'activités Retail et Products & Brands, et, d'autre part, par l'expansion des activités commerciales, telles que le développement permanent du réseau de pharmacies et du portefeuille de produits.

Les investissements dans le segment Health & Beauty ont atteint CHF 8.6 mio. (premier semestre 2018: CHF 5.4 mio.) et ont été consacrés en particulier à la rénovation et à la modernisation de pharmacies ainsi qu'à des projets informatiques.

# 781.4

Chiffre  
d'affaires net  
en mio. CHF

Groupe Galenica CHF 1'600.4 mio.

# 60.3

EBIT ajusté<sup>1)</sup>  
en mio. CHF

Groupe Galenica CHF 81.1 mio.



# 5'130

Nombre de  
collaborateurs

Groupe Galenica 6'918

<sup>1)</sup> Voir chapitre alternative performance measures à partir de la page 17

Outre l'amélioration de l'efficacité mentionnée, l'acquisition du Groupe Bichsel a été une étape importante pour le Domaine d'activités Retail. Elle a permis à Galenica de renforcer sa position de leader sur le marché attrayant de l'accompagnement des patients à domicile. Au premier semestre 2019, Mediservice a également réalisé une acquisition: Curarex Swiss, une organisation de soins à domicile spécialisée dans le traitement médicamenteux des patients atteints de la maladie du Parkinson. Par ailleurs, les offres en ligne ont été développées de manière cohérente, tant au

niveau de l'assortiment de produits que des possibilités en matière d'applications mobiles pour les pharmacies.

Les activités commerciales de Products & Brands se sont concentrées notamment sur l'introduction de la nouvelle ligne dermocosmétique Dermafora® ainsi que sur la reprise de la distribution des produits renommés Vicks® et Metamucil®. En parallèle, le positionnement de Verfora en tant que partenaire solide et fiable pour le commerce spécialisé était également prioritaire.

## Domaine d'activités Retail

### Renforcement important dans le domaine Home Care

#### Développement du chiffre d'affaires net

Au premier semestre 2019, le Domaine d'activités Retail a augmenté le chiffre d'affaires net de 4.3% à CHF 726.1 mio. (sans Coop Vitality).

Le nombre de pharmacies propres rassemblait au total 353 sites (+8 par rapport à fin 2018) à la fin juin 2019. La progression du nombre de pharmacies a contribué à hauteur de 5.1% au développement du chiffre d'affaires. Sur une base comparable, le développement du chiffre d'affaires était légèrement négatif à -0.7%, étant donné que les effets des mesures de baisse de prix de la Confédération en 2018 n'ont pas pu être complètement compensés. Les mesures de baisse de prix des médicaments ont eu un impact négatif de 1.9% sur le développement du chiffre d'affaires. Sans ces baisses de prix, la croissance organique (sans expansion) aurait affiché un réjouissant 1.2%. La substitution par les génériques activement soutenue par Galenica a également eu un impact modérateur sur le chiffre d'affaires en raison des prix plus bas des médicaments.

En comparaison: le chiffre d'affaires des médicaments (produits Rx et OTC) sur le marché suisse des pharmacies a reculé sur la même période de 2.1% (IQVIA, marché pharmaceutique suisse, 1<sup>er</sup> semestre 2019). Le chiffre d'affaires des autres produits (non-médicaments) n'a que légèrement reculé avec 0.4% (IQVIA, Personal Care, Patient Care et Nutrition, 1<sup>er</sup> semestre 2019).

### Forte expansion du réseau de pharmacies

En ce qui concerne l'optimisation continue du réseau de pharmacies, Retail s'est à nouveau montré très actif durant la période sous revue: par rapport à la même période l'année précédente, 13 nouvelles pharmacies s'y sont ajoutées, dont 4 ouvertures et 9 acquisitions. Parmi les acquisitions figure également celle de la pharmacie du Groupe Bichsel, idéalement située à Interlaken, au 1<sup>er</sup> mai 2019. Elle est l'un des plus grands producteurs de prescriptions magistrales (médicament préparé spécialement pour un patient) en Suisse. La pharmacie continuera d'opérer sous le même nom. Dans le même temps, 5 sites ont été supprimés dans le cadre de mesures d'optimisation. Avec les pharmacies partenaires indépendantes Amavita et Winconcept, le réseau de pharmacies de Galenica comprenait 508 points de vente à la fin du premier semestre 2019 (voir tableau à la page 11).

### Expansion dans le domaine des prestations Home Care

Au 1<sup>er</sup> mai 2019, le Groupe Galenica a acquis une participation majoritaire dans le Groupe Bichsel, une entreprise suisse spécialisée avant tout dans la fabrication de médicaments individuels et de dispositifs médicaux ainsi que dans les prestations de service Home Care dans le domaine de la dialyse à domicile et de la nutrition à domicile. Les entreprises du Groupe Bichsel sont intégrées au Domaine d'activités Retail et continuent d'apparaître sur le marché sous leur nom actuel reconnu. Par le biais de cette transaction, Galenica a renforcé sa position de leader sur le marché attrayant et en pleine croissance de l'accompagnement des patients à domicile.



### Nouvelle offre pour les patients atteints de la maladie de Parkinson

En avril 2019, la pharmacie spécialisée Mediservice, qui s'est spécialisée dans l'accompagnement à domicile de patients souffrant de maladies chroniques, a élargi son offre en neurologie avec l'acquisition de Curarex Swiss. Cette organisation suisse spécialisée dans l'accompagnement thérapeutique à domicile des patients atteints de la maladie du Parkinson à un stade avancé permet aux malades de mener une vie autonome au quotidien. Curarex Swiss continuera d'être une unité indépendante avec son équipe éprouvée sous la direction de Mediservice.

### Investissements dans la proximité véritable avec le client

Dans le cadre de la proximité en pratique avec le client, des investissements dans les différents formats de pharmacies ont été réalisés au premier semestre 2019. C'est ainsi qu'Amavita est entrée sur le marché avec son nouveau slogan «Amavita, ma pharmacie» et a lancé le magazine «Ma peau» afin de renforcer davantage encore sa position d'expert compétent en dermatologie. Winconcept – le prestataire de services du Groupe Galenica pour les pharmacies et drogeries indépendantes – est entré sur le marché durant le premier semestre 2019 avec un tout nouveau logo. Le système de gestion de la qualité «Process One» proposé par Winconcept jouit toujours d'une grande popularité.

Durant la période sous revue, le «Derma-Center» ouvert en 2017 en collaboration avec L'Oréal Cosmétique Active dans la pharmacie Amavita Metro Shopping à Genève a également été ouvert dans la filiale Amavita à Lausanne-Ecublens sous une nouvelle forme élaborée d'après les feed-back des clients. L'ouverture d'un nouveau «Derma-Center» en Suisse alémanique est prévue pour le second semestre 2019.

### Nouvelle entité pour Aprioris

En 2017, Galenica a lancé le projet pilote de cabinet sans rendez-vous Aprioris dans le but d'ouvrir de nouvelles perspectives dans l'aide médicale d'urgence. L'évaluation du projet pilote a montré que le concept ne peut avoir de succès à long terme que s'il est soutenu par une large collaboration interprofessionnelle et qu'il peut compter sur le soutien et l'étroite collaboration d'autres acteurs du système de santé. Pour que de tels partenariats puissent être établis indépendamment du Groupe Galenica, Galenica a transféré la majorité des actions d'Aprioris à une nouvelle entité en mai 2019. Galenica conserve une participation minoritaire et soutiendra l'entreprise dans la mesure du possible et du raisonnable, par exemple dans la poursuite de l'exploitation du site dans la pharmacie Amavita à Adliswil près de Zurich.

### Extension de la gamme en ligne

L'offre des boutiques en ligne d'Amavita, de Sun Store et de Coop Vitality avec la possibilité de commande en ligne et de retrait «Click & Collect» a été étendue durant la période sous revue. A la fin juin 2019, plus de 40'000 produits étaient proposés. La collaboration débutée en 2018 par le biais d'une participation minoritaire avec la boutique en ligne Puresense consacrée à la cosmétique naturelle ou certifiée porte ses fruits. Depuis le début de l'année 2019, les boutiques en ligne font également l'objet d'une promotion spécifique dans les points de vente des pharmacies, et les clients sont informés de l'assortiment complémentaire disponible sur Internet. Galenicare répond ainsi à l'évolution des besoins de la clientèle et soutient par la même ses partenaires commerciaux pour faire face aux changements du marché de manière adéquate.

### Collaboration au sein du Groupe

De nombreux progrès accomplis durant le premier semestre 2019 reposent sur la collaboration étroite et fiable au sein du Groupe. C'est le cas notamment de la collaboration fructueuse avec le Domaine d'activités Products & Brands dans le cadre du lancement de la nouvelle marque dermocosmétique Dermafora® ainsi que de la distribution des produits de médecine complémentaire de Spagyros ou des nombreuses marques internationales, telles Lierac ou les Sels de Schüssler d'Adler. Au premier semestre 2019, en collaboration avec le Domaine d'activités Services les commandes et les livraisons des propres formats de pharmacie ont été mieux coordonnées par rapport aux exigences des clients de Galaxis afin d'éviter les ralentissements et les surcharges chez Galaxis.

Avec HCI Solutions, le projet «Primary Care» a progressé d'une part, permettant aux pharmaciens des propres formats de remplir efficacement les exigences supplémentaires concernant l'obligation de documentation de leur activité de conseil aux clients et de suivre les modules de formation requis. D'autre part, durant la période sous revue, le module «e-Mediplan», jusqu'à présent inclus dans l'application pour smartphone d'Amavita, a été intégré aux applications correspondantes de Sun Store et de Coop Vitality. «e-Mediplan» propose plusieurs fonctions pratiques, par exemple des messages de rappel automatiques pour la prise des médicaments ou une vue d'ensemble du stock actuel de médicaments.

### Pharmacies propres et participations

	30.6.2019	31.12.2018	Variation
Pharmacies Amavita <sup>1)</sup>	169	163	+6
Pharmacies Sun Store <sup>1)</sup>	96	97	-1
Pharmacies Coop Vitality <sup>2)</sup> (joint-venture avec Coop)	80	78	+2
Pharmacie spécialisée Mediservice <sup>1)</sup>	1	1	–
Participations majoritaires dans d'autres pharmacies <sup>1)</sup>	7	5	+2
Participations minoritaires dans d'autres pharmacies <sup>2)</sup>	–	1	-1
<b>Total points de vente propres</b>	<b>353</b>	<b>345</b>	<b>+8</b>

<sup>1)</sup> Entièrement consolidées

<sup>2)</sup> Consolidées par mise en équivalence

### Partenaires indépendants

	30.6.2019	31.12.2018	Variation
Partenariats Amavita	7	7	–
Pharmacies partenaires Winconcept	148	149	-1
<b>Total partenaires indépendants</b>	<b>155</b>	<b>156</b>	<b>-1</b>



# Domaine d'activités Products & Brands

## Consolidation de la première place sur le marché suisse Consumer Healthcare

### Développement du chiffre d'affaires net

Avec CHF 54.1 mio., le Domaine d'activités Products & Brands, qui comprend essentiellement les activités commerciales de Verfora, a augmenté de manière réjouissante son chiffre d'affaires net de 11.1% par rapport à la même période l'année précédente. Les positions fortes – et renforcées au cours de la période sous revue – sur le marché suisse d'Algifor® et de Triofan®, les activités de distribution acquises avec succès au début 2019 pour les produits renommés Vicks® (contre les refroidissements, la grippe et la toux) ainsi que Metamucil® de Procter & Gamble en Suisse comptent parmi les facteurs qui y ont contribué. En outre, la campagne de publicité lancée en automne 2018 incluant des spots TV pour le positionnement de Verfora a eu un effet positif sur le développement du chiffre d'affaires des produits présentés. En comparaison avec les années précédentes, la saison grippale a été moyenne et la saison du rhume des foins, inférieure à celle de l'année précédente.

Sur le marché suisse, Products & Brands a augmenté le chiffre d'affaires net de 13.6% à CHF 42.4 mio., dépassant ainsi la croissance du marché Consumer Healthcare de 0.1% (IQVIA, marché Consumer Health suisse, 1<sup>er</sup> semestre 2019). Au cours de la période sous revue, Verfora a ainsi

consolidé avec succès sa position de leader sur le marché Consumer Healthcare en Suisse, qu'elle avait atteint pour la première fois au troisième trimestre 2018 (IQVIA, marché Consumer Health suisse, 1<sup>er</sup> semestre 2019).

Le chiffre d'affaires à l'exportation s'est élevé à CHF 11.7 mio., soit 3.0% de plus qu'au premier semestre 2018 – principalement grâce aux bons chiffres d'affaires de Perskindol® en Asie et d'Anti-Brumm® en Europe.

### Verfora établie sur le marché

Au premier semestre 2019, Verfora a pu se positionner en tant que partenaire solide et fiable pour toutes les pharmacies et drogueries. Les marques et les produits renommés de Verfora ainsi que l'interaction réussie entre les conseils de vente et les formations spécialisées sur les points de vente y ont contribué. Dans le cadre du changement de nom de Vifor Consumer Health pour Verfora en juin 2018, les emballages ont été munis un nouveau design et une nouvelle campagne de publicité a été lancée au second semestre 2018. Cette campagne publicitaire, durant laquelle l'accent a été mis sur les spots TV et la présence dans les points de vente, a poursuivi avec succès son déroulement au cours de la période sous revue. Au second semestre 2019, l'accent sera mis sur Internet comme média supplémentaire.





#### Lancement réussi de Dermafora®

Le lancement de la nouvelle marque dermocosmétique Dermafora®, qui est en vente dans les pharmacies Amavita et Sun Store depuis début 2019 ainsi que dans certaines pharmacies Coop Vitality depuis le deuxième trimestre 2019, a revêtu une importance particulière pour Verfora durant la période sous revue. Le lancement sur le marché de Dermafora® et les formations correspondantes pour les collaborateurs ont été conçues et mises en œuvre en étroite collaboration et en accord avec le Domaine d'activités Retail. Les mesures à prendre pour poursuivre l'établissement de la marque sur le marché seront également mises en œuvre conjointement.

#### Bonne demande en matière de médecine complémentaire

La bonne collaboration avec Retail a aussi fait ses preuves dans le partenariat stratégique lancé en 2018 entre Verfora et Spagyros, un fabricant suisse de médicaments complémentaires certifiés BPF. La gamme de sels de Schüssler d'Adler distribuée par Products & Brands a en outre connu une évolution positive. Grâce aux formations et perfectionnements ciblés concernant les gammes de produits de Spagyros et Adler, les collaborateurs du commerce spécialisé disposent de l'expertise requise pour proposer à la clientèle des conseils liés à la gamme de médecine complémentaire faisant déjà l'objet d'une bonne demande.

#### Bonne évolution pour Algifor® et Triofan®

L'antidouleur systémique Algifor® a connu une bonne évolution au premier semestre 2019 et a dépassé à nouveau la croissance du marché OTC. Les parts de marché acquises en 2018 en raison des difficultés d'approvisionnement pour d'autres produits sur le marché ont été maintenues et même étendues. Triofan® a maintenu sa forte position sur le marché en tant que décongestionnant nasal numéro un en Suisse. Dans l'ensemble, Verfora a encore renforcé sa forte position sur le marché des préparations nasales. Le lancement d'un nouveau spray Triomer® contre les refroidissements y a également contribué.

#### Priorité au commerce spécialisé

Les pharmacies et les drogueries jouissent toujours d'un niveau de confiance élevé, s'agissant de conseil relatif aux produits de santé et de beauté. Verfora continue de s'appuyer sur ce canal de vente et élargit sa gamme de produits en conséquence. Parallèlement, la présence numérique se développe pour répondre aux besoins futurs, dans le but d'améliorer la visibilité sur Internet pour les consommateurs en ce qui concerne les thèmes de santé. L'objectif est de mieux informer les clients et les consommateurs au sujet de la gamme de Verfora et d'accroître la notoriété de ses marques propres et de celles de tiers.