



A company of PHOENIX group

CONFERENCE DE PRESSE 18 MARS 2013

PHOENIX Pharma France s'inscrit plus que jamais dans la logistique globale du médicament. Fort de son organisation concentrée autour de ses trois métiers : répartition, dépositaire et retail, PHOENIX Pharma poursuit sa trajectoire de retournement annoncée en 2011, malgré un environnement économique tendu.

L'année 2013 est d'ores et déjà consacrée à la mise en place de nouveaux outils logistiques, informatiques et d'accompagnements dédiés aux acteurs de la Santé : Pharmaciens, Laboratoires, etc.

I-RESULTATS FINANCIERS :

Europe :

Chiffres clés PHOENIX Pharma Group sur 3 trimestres (9 mois d'exercice) - février à octobre 2012*

Chiffre d'affaires net*	15,8 milliards d'€ (-2,7% vs oct 2011 YTD)
Marge brute	1,5 milliard d'€ (+3,7% vs oct 2011 YTD)
Fonds propres	2 milliards d'€
Net Working Capital	38 jours (-2 jours vs oct 2011)
Rating	Pour Standard & Poors et Fitch: Confirmation de BB with stable outlook

Perspectives Q4 – 2013

Chiffre d'affaires net	Très légèrement en dessous de l'an dernier (21.7 milliards d'€)
EBITDA adjusted	Au niveau de l'an dernier (566 Millions d'€)
Fonds propres	Au dessus de 2 milliards d'€
Rating (Standard & Poors et Fitch)	Confirmation de BB with stable outlook

France :

Chiffres clés de PHOENIX Pharma France au 31/01/2013

Chiffre d'affaires net	1.5 milliard d'€ (-0,5% vs 2011/12)
Marge brute	94 millions d'€ (+2% vs 2011/12)
EBE (« EBITDA »)	-6,4 millions d'euros (amélioration de 5millions vs 2011/12)
Fonds propres	34,3 millions d'€ (+9 millions d'€ vs 31 janvier 2012) + 78 millions d'€ en prêt hybride (quasi fonds propres)
Net Working Capital	20 jours (stable vs 2011/12)

II – LE MARCHE 2012-2013

Pour mieux comprendre les axes stratégiques que le groupe PHOENIX Pharma France a souhaité développer, il convient de comprendre le marché 2012 :

- ❖ Baisse de la rémunération de l'activité de la répartition,
- ❖ Impact du Tiers Payant Contre Générique,
- ❖ LFSS Loi de finance 2013,
- ❖ E- commerce => un décret qui annonce une évolution des canaux de délivrance des médicaments,
- ❖ Suspicion sur les médicaments de la part des patients qui modifie fortement la relation aux soins,
- ❖ Grosses tensions économiques de certaines officines,
- ❖ Les Pharmaciens s'organisent : des demandes en forte croissance de CAP et des laboratoires de plus en plus présents dans ce type d'organisation logistique,

III – LES REPONSES DE PHOENIX Pharma

La Répartition :

Comme annoncé en 2011, l'activité principale du groupe s'est concentrée en 2012 sur le redressement de ses comptes, tout en faisant face aux fluctuations du marché.

Pour résister à ces effets, plusieurs réponses ont été mises en place :

1- Le MSR : Un Nouveau Modèle de Services et de Remises

PHOENIX Pharma a souhaité clarifier la relation avec ses clients en mettant en place un nouveau modèle de services et de remises négociées et versées en toute transparence.

C'est un moyen sûr de rentrer dans un partenariat « gagnant-gagnant » avec la mise à disposition de documents clairs, commentés par une équipe commerciale qualifiée.

Ce nouveau modèle repose sur une segmentation rationnelle des clients (basée, entre autre, sur les flux, le mix-produit, le CA, les besoins en livraison, etc.) qui permet d'adapter l'offre PHOENIX aux besoins quotidiens des Pharmacies. Il comprend aussi la mise à disposition d'un « Kit de services » allant jusqu'à offrir des dépannages, la gratuité des étiquettes prix, etc.

Ce modèle construit un rapport nouveau avec les Pharmaciens qui nous permet de gérer de façon plus moderne notre relation en toute confiance et transparence.

2- La réorganisation logistique :

Appartenir au leader européen de la répartition et vouloir faire partie des acteurs incontournables de la chaîne du médicament impose à PHOENIX Pharma de s'organiser pour pouvoir répondre plus vite et plus largement aux demandes du marché. L'arrivée, en 2012, de Stefan PFLUG – Directeur Logistique France- a permis d'insuffler un nouveau regard et un nouveau modèle logistique inspiré des succès d'autres pays européens :

- ❖ Un nouveau modèle de « zonage » logistique : avec la mise en place de « HUB » régionaux et d'agences « Satellites » nous pourrions répondre à plus de 96% des besoins en références dans les régions.
- ❖ Pour répondre aux demandes croissantes en génériques, le groupe se dotera en 2013 d'un « magasin de transfert » national pour une gestion plus simple des référencements et des commandes.
- ❖ Le 1er avril 2013, PHOENIX Pharma ouvrira son agence à Toulouse pour répondre à une forte demande dans cette région.

Tous ces investissements représentent 7% de la marge brute du groupe en France.

3- Miser plus que jamais sur les compétences !

Pour répondre de manière pertinente aux attentes du marché et aux changements structurels de la logistique du médicament, une entreprise doit pouvoir compter sur des équipes compétentes.

Une fois encore, plus de 30% des salariés du groupe ont été formés en 2011 et 2012 pour répondre à la demande de performance du marché.

Dans le prolongement des formations internes, le Service RH a développé un partenariat avec une grande Ecole : l'IESEG, School of Management, première école post bac à avoir obtenu l'exigeante accréditation Equis, en 2012.

L'IESEG, School of Management, qui arrivait en 4e position en 2010, remporte cette année la coupe de la productivité en recherche. Elle dispose de l'équipe la plus efficiente, avec une moyenne de 4 étoiles par professeur. Sa force : les enseignants-chercheurs de l'école sont intégrés à un laboratoire du CNRS, le LEM (Lille Économie et Management).

Ce partenariat nous permet d'accueillir des étudiants sur des fonctions supports clés de l'entreprise. PHOENIX Pharma parrainera d'ailleurs le 30 mars prochain la remise annuelle des diplômés à Lille.

Enfin, le projet de mise à disposition pour ses clients et adhérents de Plus Pharmacie, d'une **Université PHOENIX Pharma** avance concrètement : dès septembre 2013, deux types de formations seront proposés aux équipes officinales :

- ❖ Un pôle entièrement dédié aux titulaires et adjoints construit autour d'un parcours qualifiant.
- ❖ Un catalogue plus large pour les équipes officinales afin de permettre aux officines de rentrer dans leurs obligations de formation : vente, conseils associés, etc.

4- Internet dans l'officine un outil indispensable : Site pro 2.0

Une nouvelle version du site sortira début avril 2013 avec trois nouvelles évolutions :

- ❖ PHOENIX Pharma poursuit sa politique de dématérialisation des documents en ligne en étoffant son offre de consultation en ligne. Désormais plus de 80% des documents commerciaux seront consultables grâce à un archivage sur 18 mois et à un moteur de recherche optimisé. Cette nouvelle fonctionnalité permet une autonomie complète des clients dans la consultation et l'archivage des documents suivants :
 - Factures et avoirs
 - Relevés de règlement, frais généraux, récapitulatifs de partenariats au 30
- ❖ Une base documentaire produits complète : médicaments, accessoires, diététique, dermo-cosmétique, vétérinaire
 - ⇒ Accès à une information exhaustive couvrant tous les domaines de la pharmacie
- ❖ Un récapitulatif des partenariats signés avec les laboratoires
 - ⇒ Vision rapide, transparente, complète des contrats laboratoires signés

IVRYLAB : Dépositaire Pharmaceutique, Centrale d'Achat Pharmaceutique et Plateforme

Filiale de Phoenix Pharma depuis le 2 avril 2012, IVRYLAB offre 2 sites (Combs-la-Ville & Ris-Orangis), une capacité de stockage de plus de 12 000 emplacements palettes, une chambre froide +2/+8°C, etc. 15 000 lignes de commande y sont traitées par jour.

IVRYLAB propose trois types de services :

- ❖ Plateforme dépositaire pour ordre et compte de laboratoires pharmaceutiques,
- ❖ Plateforme dédiée aux groupements de pharmaciens et aux SRA,
- ❖ C.A.P. : Centrale d'Achat Pharmaceutique,

Depuis la reprise en main annoncée en 2011 de cette activité centrale de la logistique du médicament, les clients ont pu apprécier une forte amélioration de la Qualité de Service :

- ❖ Livraison J+2
- ❖ Norme Qualité ISO 9001
- ❖ Traçabilité
- ❖ ADV impliquée (taux de satisfaction de 93% de nos clients, *enquête de satisfaction annuelle effectuée en septembre 2012 auprès des adhérents Plus Pharmacie*)
- ❖ Taux de Qualité de 99,94%
- ❖ Autorisation pour faire du re-vignettage

Autant de points d'améliorations qui ont été possible grâce à de nombreux investissements :

- ❖ Montant des investissements : 2M€, soit 20% de la marge brute :
 - chambre froide, convoyeur avec contrôle pondéral, informatique, téléphonie, réaménagement

Ces nouvelles performances permettent aujourd'hui à cette activité de répondre de manière croissante à des appels d'offres et de pouvoir accueillir de nouveaux business, notamment avec la CACIC (Centrale de Référencement et Conseil Santé) :

- ❖ 1 050 EHPAD adhérents
- ❖ 1 860 adhérents au total (cliniques, hôpitaux centres de santé médicalisés....)
- ❖ 7 laboratoires fournisseurs concernés
- ❖ Environ 800 références

IVRYLAB est approché régulièrement par des groupements désireux de faire appel à une organisation logistique qui a fait ses preuves !

PLUS PHARMACIE : Forts et fiers => 30 ans

Les chiffres clés : nombre d'adhérents & adhérents à l'enseigne

- ❖ 770 Adhérents : 576 Pharmavie / 194 Familiprix
- ❖ 547 Enseignes : 460 Pharmavie / 87 FamilyPrix

Une réorganisation pensée autour des axes d'amélioration suivants :

- ❖ Accélérer l'intégration des adhérents,
- ❖ Promouvoir une identité visuelle et un positionnement communs,
- ❖ Proposer une offre de service et de produits aux enseignes,
- ❖ Développer les MDD,
- ❖ Organisation logistique dédiée.

Les résultats attendus :

- ❖ Renforcer la notoriété et la visibilité de l'enseigne
- ❖ Homogénéiser le réseau
- ❖ Outils de différenciation, de fidélisation, de communication, de marge...

E-commerce : un site enseigne sera proposé en 2013, offrant ainsi un canal supplémentaire de visibilité et un potentiel d'achat de parapharmacie en ligne dont le marché est estimé à 65M€.

MDD : dans l'ADN de Plus Pharmacie :

- ❖ Deux types de gammes non remboursées :
 - B.Concept : gamme premium
 - Pharmaprix : gamme à prix attractifs
- ❖ Une gamme de générique : Isomed
 - 48 DCI pour 138 présentations

Les MDD non remboursés

- ❖ **1989** : les premières gammes voient le jour au sein du groupe
- ❖ Aujourd'hui : **10 gammes -> 80 références**
 - Compléments alimentaires, Buccodentaire, Minceur, Shampoings, Vitalité, Bébé, Hygiène et cosmétique BIO, Autotests, Soins du corps, Préservatifs, Soins lavant, 1ers soins, Hygiène nasale

43 nouveautés en 2013 :

- ❖ Mars : gamme d'**aromathérapie**
 - 21 références dont 15 huiles essentielles, 2 huiles végétales et 4 sprays

Isomed : la première MDD en générique :

- ❖ Diffusion de 5 500 000 unités/an porteuses de la marque chez les adhérents PHARMAVIE – FAMILYPRIX
- ❖ CA généré : 25,7 Millions €HT (source GERS CM JANV 2013)
- ❖ Une dizaine de lancements par an sur les produits majeurs

CONCLUSION

Maintien de la stratégie sur les trois métiers organisés autour du médicament : à la boîte, au carton, à la délivrance !

Comme annoncé il y 3 ans PHOENIX Pharma France déploie son plan d'action :

- ❖ **Optimisation de la relation client,**
- ❖ **Optimisation des outils : logistique, informatique, etc.**
- ❖ **Accompagnement des équipes.**

Ces fondamentaux permettront à PHOENIX Pharma de maintenir son cap de croissance en France, pays qui représente le 2^{ème} marché du médicament en Europe et dans lequel nous ne sommes encore qu'un Challenger !