



T O R F A R M

Lider w hurtowej sprzedaży leków do aptek

17 listopada 2008

Agenda

1. Cele strategiczne Grupy TORFARM

2. Tendencje na rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków

3. Podstawowe założenia strategiczne Grupy TORFARM

4. Co już osiągnęliśmy?

5. Wyniki Grupy TORFARM w III kw. 2008

6. Co chcemy osiągnąć do 2011?

Pozycja rynkowa

Umocnienie pozycji pierwszego dostawcy hurtowego leków do aptek niezależnych w Polsce z 30 % udziałem w rynku hurtu aptecznego w perspektywie 4 lat

Finansowe

- ✦ Osiągnięcie rentowności netto na poziomie 1,0% w roku 2010
- ✦ Wzrost marży brutto do 7,5% do roku 2010
- ✦ Redukcja kosztów operacyjnych w logistyce o 0,6% (do sprzedaży) do końca 2011 poprzez konsolidację systemu magazynowo - transportowego oraz automatyzację procesów magazynowych
- ✦ Redukcja kosztów funkcji pomocniczych (Back Office) o 0,10% (do sprzedaży) poprzez ich konsolidację w całej Grupie Kapitałowej do końca 2010 roku

Agenda

1. Cele strategiczne Grupy TORFARM

2. Tendencje na rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków

3. Podstawowe założenia strategiczne Grupy TORFARM

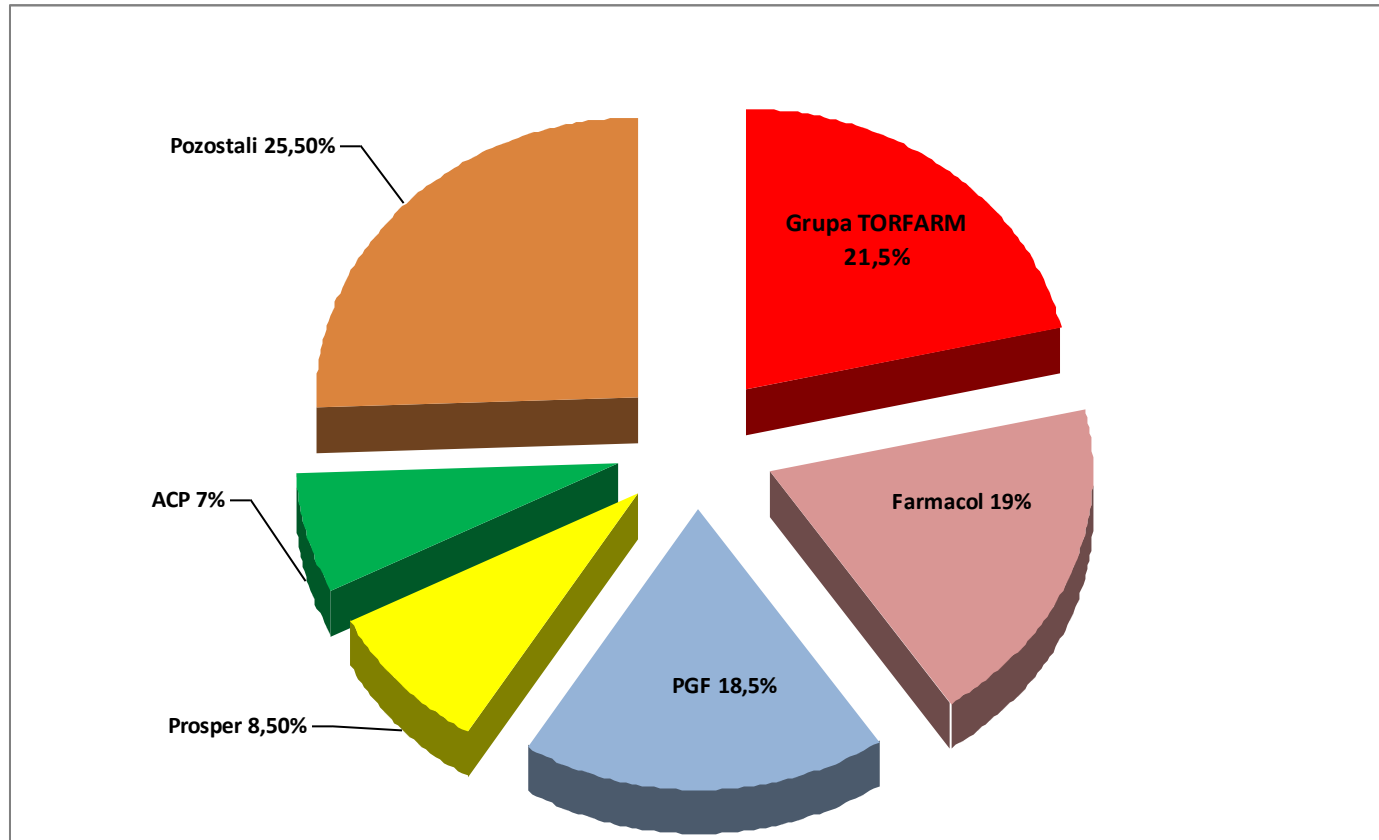
4. Co już osiągnęliśmy?

5. Wyniki Grupy TORFARM w III kw. 2008

6. Co chcemy osiągnąć do 2011?

- ✦ Rynek rośnie w III q i narastająco w I-III q 2008 o 10% w stosunku do roku 2007
- ✦ Dynamika OTC jest wyższa niż RX - co pozytywnie wpływa na osiągnięte marże przez dystrybutorów

W III kwartale 2008 r. Grupa TORFARM utrzymała pozycję lidera w hurtowej dystrybucji leków do Aptek.



Dystrybucja bezpośrednia (DTP direct to pharmacy)

3 listopada 2008r jeden z największych producentów farmaceutycznych w Europie Astra Zeneca zakończył procedurę przetargową, której celem było wyłonienie operatorów logistycznych w nowym na polskim rynku systemie dystrybucji bezpośredniej. Grupa TORFARM będzie jednym z 3 podmiotów świadczących usługi logistyczne dla Astra Zeneca

Dystrybucja DTP redukuje znaczenie zaangażowanych dystrybutorów, dając im jednak szansę na powiększenie posiadanych udziałów rynkowych kosztem dystrybutorów nie włączonych w proces dystrybucji bezpośredniej

Agenda

1. Cele strategiczne Grupy TORFARM
2. Tendencje na rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków
3. Podstawowe założenia strategiczne Grupy TORFARM
4. Co już osiągnęliśmy?
5. Wyniki Grupy TORFARM w III kw. 2008
6. Co chcemy osiągnąć do 2011?

Kluczowym elementem strategii Grupy TORFARM jest zarządzanie skalą

*W branży hurtowej skala jest najistotniejszym
czynnikiem różnicującym efektywność ekonomiczną*

Znaczenie efektu skali działania

- ✦ Większa pozycja negocjacyjna oraz wartość usługowa dla dostawców
- ✦ Spadek poziom kosztów jednostkowych
- ✦ Stabilność procesowa
- ✦ Kompleksowość oferty czyli wartość ofertowo usługowa dla aptek

Agenda

1. Cele strategiczne Grupy TORFARM
2. Tendencje na rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków
3. Podstawowe założenia strategiczne Grupy TORFARM
4. Co już osiągnęliśmy?
5. Wyniki Grupy TORFARM w III kw. 2008
6. Co chcemy osiągnąć do 2011?

- ✦ **Zwiększenie uzyskiwanej marży - z 5,4 % na 7,4%**
- ✦ **Stabilna pozycja rynkowa -21,5% udziału w rynku**
- ✦ **Zdolność do budowania pozycji detalicznej poprzez sieć wirtualną - 1500 aptek należących do programu Świat Zdrowia**

Działania systemowe pozwalające wykorzystywać skalę w budowaniu marży(1):

Systemowe wsparcie procesów producentów:

- ✦ Zarządzanie numeryczne dystrybucją
- ✦ Odsprzedażowy serwis trade marketingowy
- ✦ Serwis reklamowy - miesięczne przychody z reklamy przekraczają 1 mln zł
- ✦ Wsparcie BTL
- ✦ Serwis merchandisingowy

Działania systemowe pozwalające wykorzystywać skalę w budowaniu marży(2):

- ✦ **Kanałowe zarządzanie sprzedażą w oparciu wyspecjalizowane struktury oraz dedykowane oferty rynkowe**
- ✦ **Zintegrowane zarządzanie marketingiem i sprzedażą pozwalające budować pozycje rynkową i sprzedaż na poziomie pojedynczego SKU**

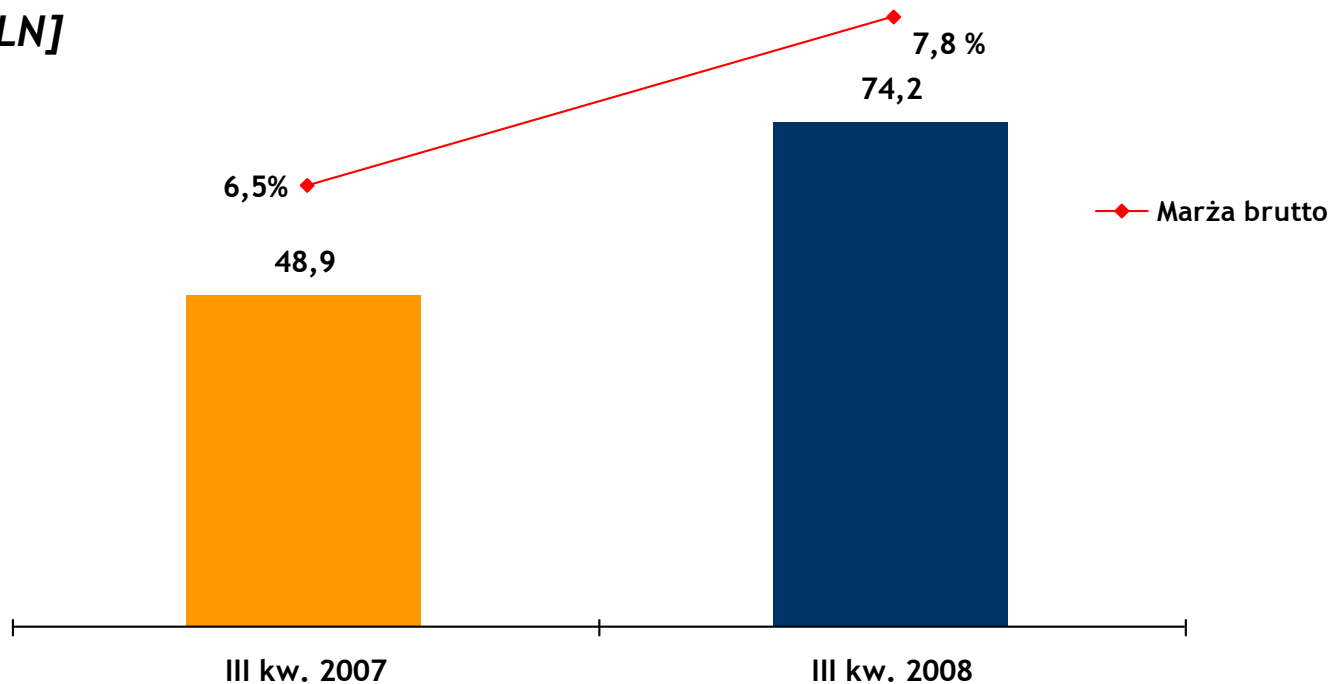
- ✦ Przejęcie magazynu dostaw hurtowych od Apofarm Group przez TORFARM, wdrożenie systemów informatycznych SAP i SKM
- ✦ Wdrożenie systemów informatycznych SAP, SKM i WinBiuro w spółkach Silfarm (05.2008) i Optima-Radix (Oddziały w Warszawie i Kielcach, 06.2008)
- ✦ Automatyzacja magazynu Silfarmu w Katowicach - 06.2008
- ✦ Uruchomienie połączenia spółek na Śląsku - Itero, Silfarm i w Warszawie -Vita plus Tadanco, Optima-Radix - planowane zakończenie w 2009
- ✦ Przejęcie powierzchni magazynowej i stanu zapasów magazynowych Silfarmu przez TORFARM - 10.2008 (obniżenie łącznej liczby etatów o 75 od 06.2008)
- ✦ Wypowiedzenie najmu powierzchni magazynowych w Warszawie (magazyn Vita plus Tadanco-01.2009) i Katowicach (TORFARM-12.2008)

Agenda

1. Cele strategiczne Grupy TORFARM
2. Tendencje na rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków
3. Podstawowe założenia strategiczne Grupy TORFARM
4. Co już osiągnęliśmy?
5. Wyniki Grupy TORFARM w III kw. 2008
6. Co chcemy osiągnąć do 2011?

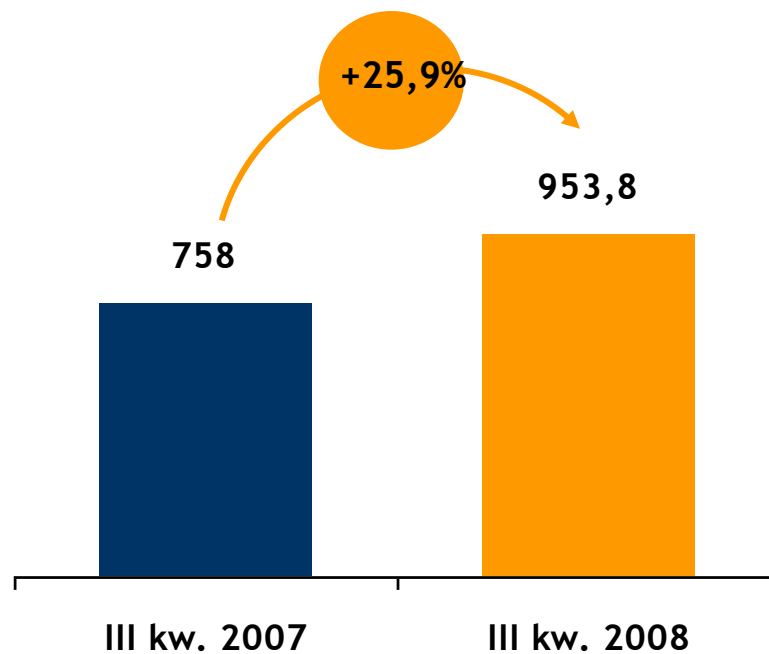
- ✦ Wzrost marży brutto do 7,8% (z poziomu 6,5% w III kwartale 2007)
- ✦ Znaczący wzrost przychodów Grupy - 953,8 mln PLN, wzrost o 25,9% r/r.
- ✦ Zysk z działalności operacyjnej 10 mln PLN, wzrost o 131 % w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego
- ✦ Wzrost zysku netto Grupy do ponad 4,2 mln PLN, wzrost o 135 % r/r.

Zysk i marża brutto ze sprzedaży Grupy TORFARM [mln PLN]



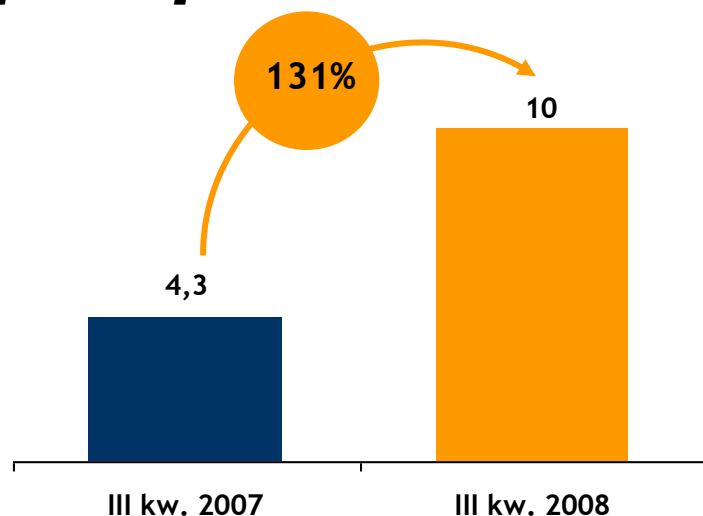
Wzrost zysku brutto ze sprzedaży Grupy TORFARM o ponad 52% oraz marży brutto o 1,3 punktu procentowego

Przychody ze sprzedaży Grupy TORFARM [mln PLN]



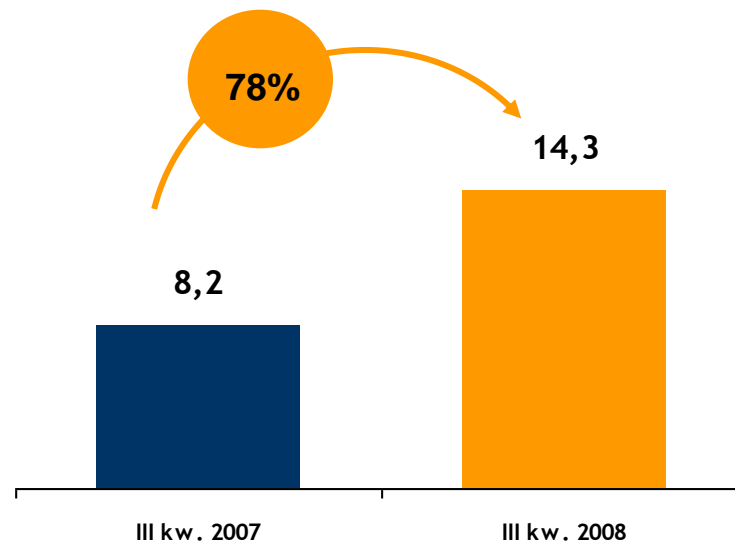
➔ Przychody ze sprzedaży Grupy Torfam w III kw. 2008 r. wzrosły o 25,9% w porównaniu do III kw. 2007

Zysk na działalności operacyjnej [mln PLN]



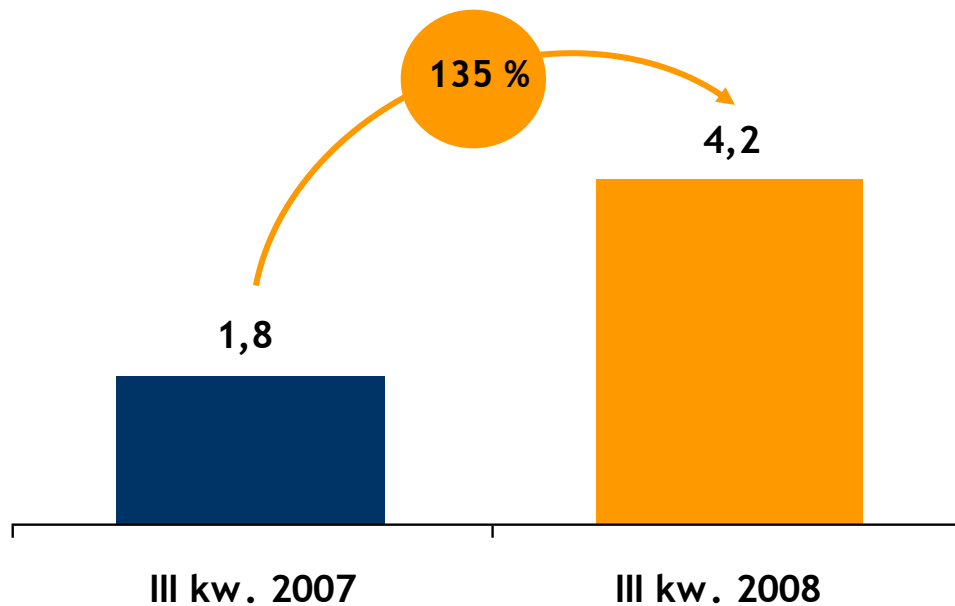
➔ Zysk operacyjny zwiększył się o 131% i wyniósł 10 mln PLN w porównaniu do 4,3 mln PLN w III kw. 2007 r.

EBITDA [mln PLN]



➔ EBITDA wzrosła o 78% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego

Zysk netto [mln PLN]



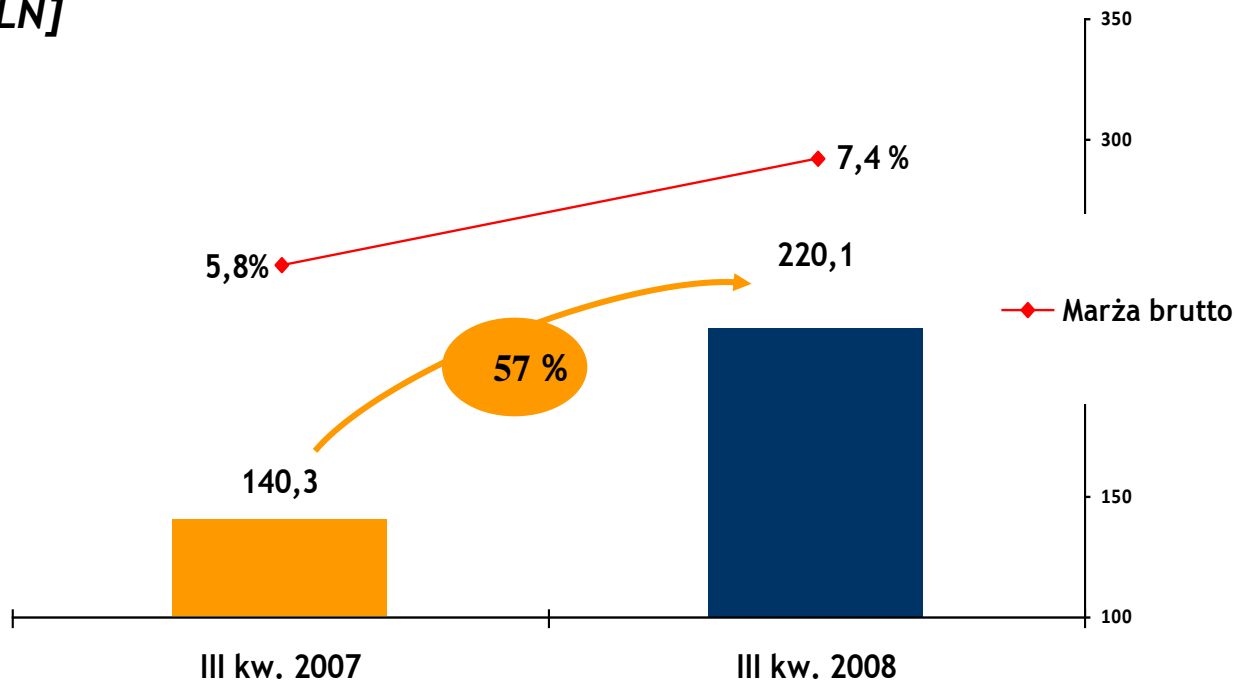
Zysk netto Grupy TORFARM wzrósł o 135% r/r i wyniósł 4,2 mln zł.

- ✦ **Utrzymanie wysokiej marży brutto:**
 - ✦ efekt skali związany z pozycją lidera na rynku
 - ✦ dynamiczny rozwój programu Świat Zdrowia
 - ✦ rozwój sprzedaży usług marketingowych dla producentów leków

- ✦ **Zahamowanie wzrostu kosztów operacyjnych:**
 - ✦ wdrożenie procesów konsolidacyjnych w obszarach logistyki i transportu
 - ✦ Centralizacja funkcji back office

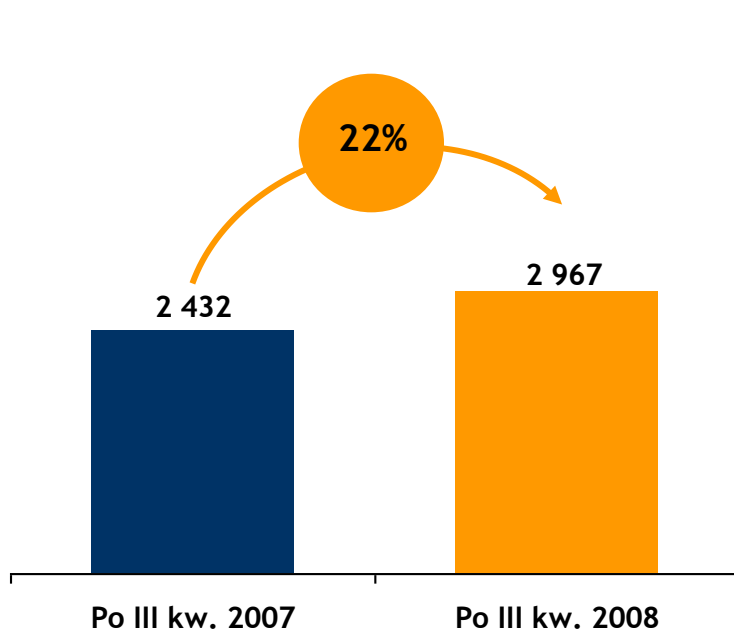
	III kw. 2007	III kw. 2008
EBITDA	8,2 mln zł	14,3 mln zł
Zysk na akcję	2,89 PLN	3,44 PLN
Marża brutto	6,5 %	7,8 %
Przychody	706,8 mln PLN	953,8 mln PLN
Zysk netto	1,8 mln PLN	4,2 mln PLN
Kapitał własny	166,6 mln PLN	175 mln zł PLN

Zysk i marża brutto ze sprzedaży Grupy TORFARM [mln PLN]



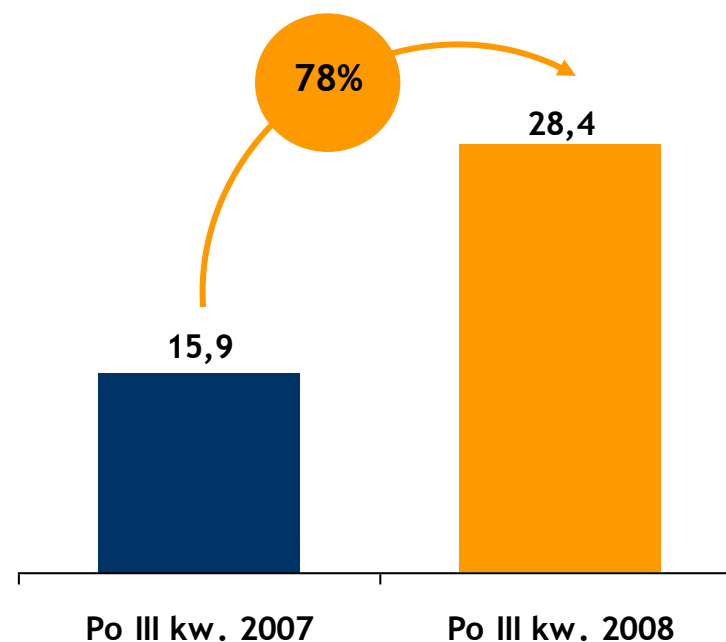
Wzrost zysku brutto ze sprzedaży Grupy TORFARM o 57% oraz marży brutto o 1,6 punktu procentowego

Przychody [mln PLN]



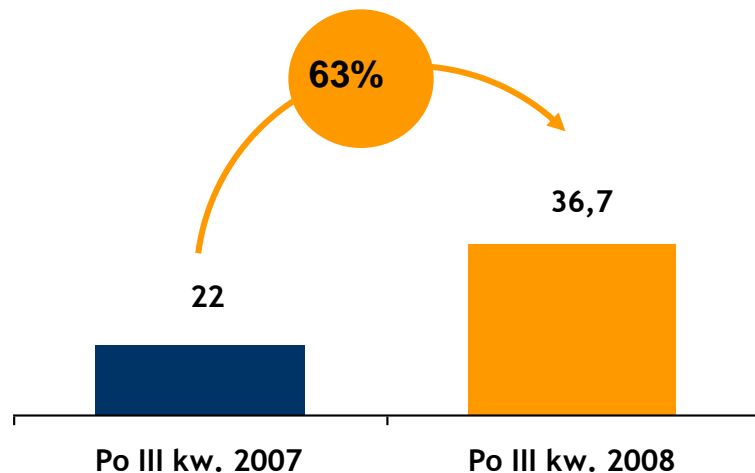
➔ Po III kwartałach 2008 r. przychody Grupy TORFARM wzrosły o 22% przekraczając 2,96 mld PLN

Zysk operacyjny [mln PLN]



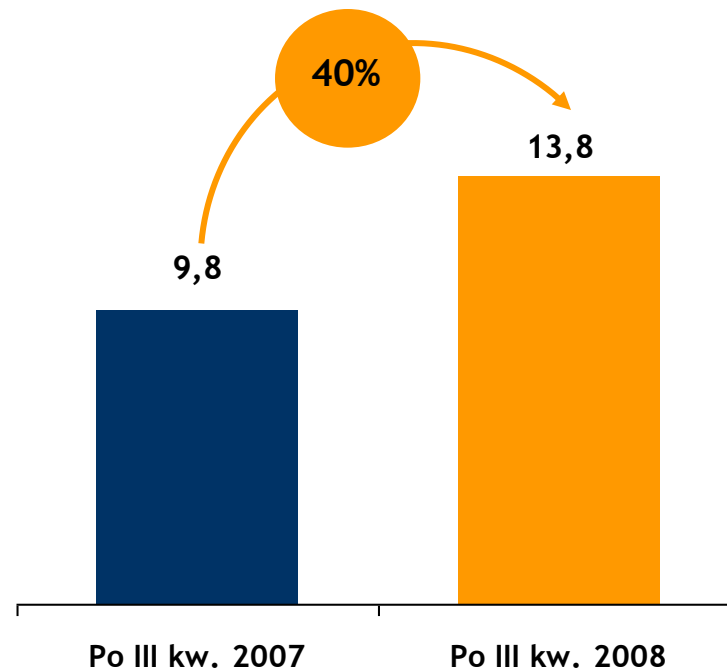
➔ Narastająco po III kwartałach zysk operacyjny wzrósł o 78% osiągając wartość 28,4 mln PLN

EBITDA [mln PLN]









Po III kwartałach 2008r EBITDA wzrosła o 63% osiągając wartość 36,7 mln zł

Zysk netto [mln PLN]



Po III kwartałach 2008 zysk netto Grupy przekroczył 13,8 miliona złotych co oznacza wzrost o 40% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego

	Po III kw. 2007	Po III kw. 2008
EBITDA	 22 mln zł	36,7 mln zł
Zysk na akcję	 2,89 PLN	3,44 PLN
Marża brutto	 5,8 %	7,4 %
Przychody	 2 431,8mln PLN	2 966,6 mln PLN
Zysk netto	 10,8 mln PLN	13,5 mln PLN
Kapitał własny	 166,6 mln PLN	175,9 mln zł PLN

Agenda

- 1. Cele strategiczne Grupy TORFARM**
2. Tendencje na rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków
3. Podstawowe założenia strategiczne Grupy TORFARM
4. Co już osiągnęliśmy?
5. Wyniki Grupy TORFARM w III kw. 2008
- 6. Co chcemy osiągnąć do 2011?**

Obszar strategiczny

- ✦ Przekształcenie programu Świat Zdrowia w największą w Polsce pełnowymiarową sieć wirtualną powiązaną operacyjnie w centralnie zarządzany kanał dystrybucji leków
- ✦ Osiągnięcie pozycji głównego organizatora farmaceutycznego kanału marketingowo - dystrybucyjnego w Polsce
- ✦ Zdywersyfikowanie dochodów z rynku farmaceutycznego
- ✦ Wejście na rynek leków jako producent wykorzystując z jednej strony budowane narzędzia marketingowo - sprzedażowe a z drugiej strony nie budując zagrożeń dla naszych dostawców

Obszar operacyjny

- ✦ Formalne połączenie spółek na Śląsku - Itero, Silfarm (06.2009) i w Warszawie - Vita plus Tadanco, Optima-Radix - (03.2009)
- ✦ Wdrożenie systemów informatycznych SAP, SKM i WinBiuro w spółkach Galenica-Panax (05.2009) Promedic (06.2009), Panaceum (07.2009), Multi i Prego (do końca 2009)
- ✦ Uruchomienie centralnego, zautomatyzowanego magazynu w Warszawie - 10.2009, rezygnacja z najmu magazynu w Pruszkowie i własnego w Jankach
- ✦ Przeniesienie do spółki FARMADA Transport wszystkich funkcji transportowych w Grupie - do końca 2009
- ✦ Uruchomienie Centrum Usług Wspólnych - 07.2009

Pozycja rynkowa

Umocnienie pozycji pierwszego dostawcy hurtowego leków do aptek niezależnych w Polsce z 30 % udziałem w rynku hurtu aptecznego w perspektywie 4 lat

Finansowe

- ✦ Osiągnięcie rentowności netto na poziomie 1,0% w roku 2010
- ✦ Wzrost marży brutto do 7, 5% do roku 2010
- ✦ Redukcja kosztów operacyjnych w logistyce o 0,6% (do sprzedaży) do końca 2011 poprzez konsolidację systemu magazynowo - transportowego oraz automatyzację procesów magazynowych
- ✦ Redukcja kosztów funkcji pomocniczych (Back Office) o 0,10% (do sprzedaży) poprzez ich konsolidację w całej Grupie Kapitałowej do końca 2010 roku

Dziękujemy za uwagę

