



Trading Update over het derde kwartaal 2008

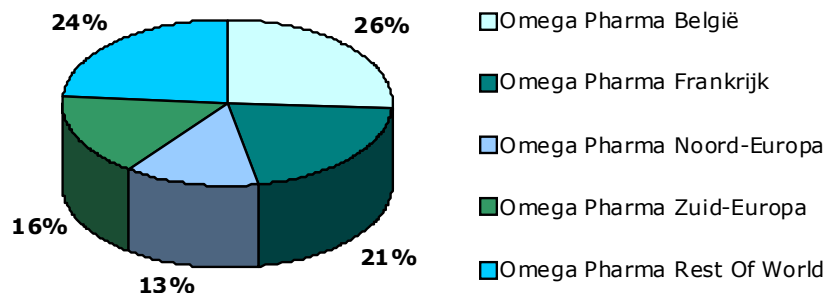
België, innovatie en Emerging Markets zorgen voor double-digit groei

- Bevestiging van succesvolle groeistrategie die vanaf Q2/2008 werd ingevoerd
- Sterke prestatie in België, met groeihername voor OTC en generieke geneesmiddelen
- Emerging Markets leveren sterke bijdrage tot de omzettoename
- Geen wezenlijke impact van macro-economisch klimaat merkbaar in Q3 dankzij innovaties

Nazareth (België), 16 oktober 2008 (17:45u) – De geconsolideerde omzet van het derde trimester 2008 bedraagt 182,5 miljoen euro. Ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar is dat een toename met 10%, waarvan 9% interne groei. De omzetevolutie per business unit ziet er als volgt uit:

Niet-geauditeerde managementcijfers in EUR miljoen	Derde Trimester		
	2008	2007	evolutie
België	46,9	38,8	+21%
Frankrijk	38,5	39,9	-3%
Noord-Europa	24,6	24,3	+1%
Zuid-Europa	29,5	25,4	+16%
Rest Of World	43,0	37,9	+13%
Omega Pharma (OTC)	182,5	166,3	+10%

Aandeel in de geconsolideerde omzet van de groep in het derde trimester van 2008



Overzicht per business unit

- In **België** kon de omzet van Omega Pharma na enkele moeilijke kwartalen terug groeien.
 - In de stabiele generieke marktomgeving van het voorbije kwartaal is Omega Pharma erin geslaagd om het marktaandeel voor generieke geneesmiddelen nog verder op te trekken. Vanaf 2009 worden er nieuwe generieke versies voorzien van blockbusterproducten waarvan het octrooi vervalt.
 - Bij de OTC-producten vielen vooral de sterke prestaties van de anti-insectproducten (Parazeet, Paranix) en het anti-snurkmiddel Silence op. Ondertussen heeft de gedreven Belgische verkoopsorganisatie ook de marktintroductie van talrijke productinnovaties voorbereid voor het vierde kwartaal en voor 2009.
- In **Frankrijk** bleef een groot deel van de klanten, zoals verwacht, nog steeds een voorzichtig aankoopgedrag hanteren. Mede daarom had de Franse organisatie al beslist om de introductie van talrijke beschikbare productinnovaties in het vierde kwartaal en in 2009 te plannen. In de eerste negen maanden van het jaar heeft Frankrijk zijn positie in het segment van de afslankingsmiddelen kunnen bestendigen dankzij de verbreding van het assortiment met caloriearme voeding onder het merk XLS Nutrition. Ook de maquillageproducten (T.LeClerc, Innoxia) en de producten voor aromatherapie (Phytosun Arômes) haalden mooie cijfers.
- In **Noord-Europa** was de omzetgroei (+1%) iets minder uitgesproken dan de vorige kwartalen. Zoals in de andere landen zullen de belangrijkste innovaties in het vierde kwartaal en in 2009 op de Scandinavische en Duitse markt worden geïntroduceerd. Ondertussen heeft de herlancering van Claire Fisher wel een nieuwe dynamiek gegeven aan de omzetevolutie van dit Duitse merk voor huidverzorgingsproducten.
- Voor het tweede opeenvolgende kwartaal tekent **Omega Zuid-Europa** een omzetgroei van meer dan 15% op. De afslankingsproducten van XLS en de anti-luizenproducten van Paranix deden het bijzonder goed in de hele regio. Uitschieter is Griekenland, waar de cross-selling strategie optimaal rendeert. De omzet ligt hier na negen maanden ongeveer een derde hoger dan in dezelfde periode vorig jaar.
- Ook **Omega Rest of World** kende voor het tweede kwartaal op rij een double-digit omzetgroei, met een bijzonder sterke septembermaand in de Emerging Markets. De omzet in Centraal en Oost-Europa is de voorbije drie kwartalen met 15% toegenomen, mede dankzij de introductie van Wartner (anti-wrattenproduct). De export naar andere groeimarkten blijft eveneens aantrekken, met Paranix als sterkste groeier.

Innovatie en geografische expansie in OTC

Na de afsplitsing van Arseus - ondertussen één jaar geleden - is Omega Pharma een puur OTC-bedrijf geworden. De groep kan nu alle focus schenken aan gezondheids- en verzorgingsproducten, die slechts zwak tot matig recessiegevoelig blijken. Dankzij de sterke verkoopsorganisaties en de nadruk op een voortdurende innovatiestroom moet Omega Pharma bovendien in staat zijn deze sector te outperformen.

Daarnaast werkt Omega Pharma voort aan de geografische expansie naar de Emerging Markets, die inmiddels 11% bijdragen tot de geconsolideerde omzet. Voor deze expansie zoekt Omega Pharma niet langer naar grotere acquisities, maar veeleer naar verschillende kleinere opportuniteiten om op die manier het risico onder controle te houden en toch geschikte verkoopplatformen te creëren. Zo heeft de onderneming recent via kleinere participaties, acquisities, joint-ventures en/of het opstarten van eigen lokale activiteiten al nieuwe platformen voor haar producten gecreëerd in Oostenrijk, Zwitserland, Australië en Nieuw-Zeeland, Tsjechië en Slowakije, Hongarije en Zuid-Oost Azië. Alhoewel elk initiatief momenteel nog klein is, verwacht Omega Pharma dat deze strategie mede de basis kan vormen voor een voortgezette, jarenlange groei.

Dankzij de combinatie van innovatie en geografische expansie is Omega Pharma erin geslaagd om onder ongunstige macro-economische omstandigheden de omzetgroei die in het tweede kwartaal werd hervat, te bestendigen. Deze strategie leverde het voorbije kwartaal double-digit omzetgroei op in niet minder dan 10 filialen: België, Zweden, Finland, Spanje, Griekenland, Rusland, Oekraïne, Polen, de Baltische staten en Export.

Vooruitzichten (*)

Op basis van de ontwikkelingen in de eerste negen maanden van het jaar en de vele geplande initiatieven in het vierde kwartaal van 2008 in een toenemend aantal landen, bevestigt Omega Pharma de prognose om in 2008 een omzetgroei van 3% tot 7% te halen.

Bij de publicatie van deze tussentijdse verklaring merkt Omega Pharma geen wezenlijke impact van de huidige macro-economische situatie op de activiteiten, op de liquiditeitspositie, op de solvabiliteit noch op de rendabiliteit in vergelijking met het oorspronkelijke businessplan. Omega Pharma is er in tegendeel van overtuigd dat de huidige strategie – innovaties gecombineerd met geografische expansie – zal leiden tot structureel hogere marktaandelen en dus hogere omzet en winst voor de Groep.

() zie disclaimer onderaan dit bericht*

Omega Pharma, een zuivere OTC onderneming

Omega Pharma is sinds zijn ontstaan in 1987 uitgegroeid tot een multinationale groep die met nagenoeg 2000 medewerkers direct actief is in meer dan 30 landen. Omega Pharma is één van de weinige zuivere OTC-ondernemingen, en staat op de drempel van de wereldwijde top 10 in de markt van voorschrijfvrije geneesmiddelen en verzorgingsproducten.

Verklaring

Conform het Koninklijk Besluit van 14 november 2007 meldt Omega Pharma dat bovenstaande tussentijdse verklaring is opgesteld door het Directiecomité van de Vennootschap.

Disclaimer

Deze persmededeling bevat toekomstgerichte gegevens, die gebaseerd zijn op de huidige interne ramingen en verwachtingen, alsook op marktverwachtingen. De toekomstgerichte verklaringen bevatten inherente risico's en gelden enkel op datum waarop ze worden vermeld. De werkelijke resultaten kunnen aanzienlijk verschillen van diegene die in de toekomstgerichte verklaringen zijn opgenomen.

Voor meer informatie:

Chris.Vanraemdonck@omega-pharma.be - Tel. 0032/9/381.03.31 - GSM 0032/499/58.55.31

Kalender voor de aandeelhouders

Donderdag 22 januari 2009 (17:45 CET)

Donderdag 12 maart 2009 (17:45 CET)

Trading Update 4^e kwartaal 2008 en FY 2008

Jaarresultaten 2008