



Omega Pharma licht innovatie- en expansiestrategie toe op Investors Day

Nazareth (België), 11 september 2008 (10:30u) – Vandaag vindt in het Beurspaleis te Brussel de Investor Day van Omega Pharma plaats. Bij deze gelegenheid licht Omega Pharma de nieuwe strategie toe, die wordt gekenmerkt door:

- geografische expansie en innovatie;
- productinnovatie en synergieën;
- innovatie op het vlak van marketing en verkoop.

Op geografisch vlak kiest Omega Pharma resoluut voor expansie naar de groeimarkten - in hoofdzaak in Centraal en Oost-Europa, maar ook in andere groeiregio's. Hierbij gaat Omega Pharma niet langer op zoek 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.

Productinnovatie is eveneens bepalend voor de nieuwe strategie. Omega Pharma wil in specifieke nichemarkten unieke OTC-producten uitbouwen die in zeer veel landen op de markt kunnen worden gebracht, waardoor de ontwikkelingskost optimaal kan worden gespreid. Lokaal en centraal ontwikkelde producten kunnen dankzij de geografische uitbreiding meer en meer synergieën opleveren.

Op het vlak van marketing en verkoop zal Omega Pharma originele concepten introduceren om de producten en merken van Omega Pharma via de tussenhandel en de apotheker naar de eindconsument te promoten (kwaliteitscontracten, key accounts, POS-activering, multi-channel, e.d.).

De implementatie van deze drie strategische krachtlijnen is de vorige maanden reeds opgestart. Zo heeft de onderneming voor haar geografische expansiestrategie reeds een aantal initiatieven genomen om - via kleinere participaties, acquisities, joint-ventures en/of het opstarten van eigen lokale activiteiten - platformen voor haar producten te creëren in Oostenrijk, Zwitserland, Australië en Nieuw-Zeeland, Tschechië en Slovaakse, Hongarije, Zuid-Oost Azië en India.

Alhoewel elk initiatief momenteel nog klein is (op groepsniveau samen naar raming 5 miljoen euro in 2008 en 10 miljoen euro extra omzet in 2009), verwacht Omega Pharma dat deze strategie de basis kan vormen voor een voortgezette, jarenlange groei waardoor de onderneming een vaste plaats kan veroveren in de wereldwijde Top 10 van de markt van voorschrijfvrije geneesmiddelen en verzorgingsproducten.

Omega Pharma is sinds zijn ontstaan in 1987 uitgegroeid tot een multinationale groep die met zowat 2000 medewerkers inmiddels direct actief is in meer dan 30 landen. Omega Pharma is één van de weinige globale ondernemingen met een volledige focus op OTC.

Meer informatie is te vinden in de presentatie voor de Investors Day, die vanaf 10:30 u vandaag op www.omega-pharma.be kan geraadpleegd worden.

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.