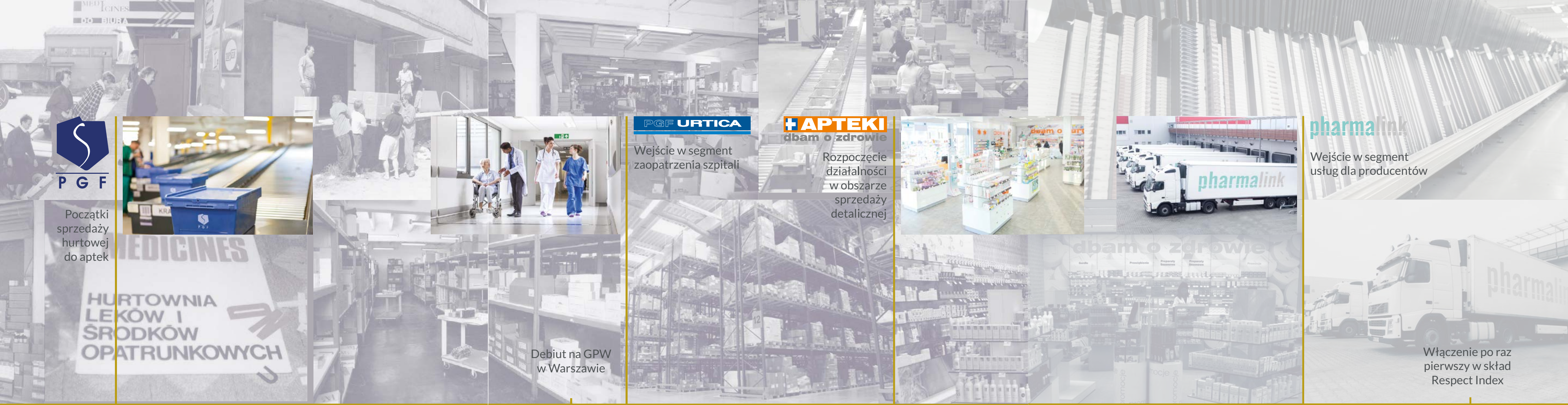


25 lat współtworzenia polskiej gospodarki

Historia Pelion wpisuje się w ważne daty polskiej transformacji

Przypadające w 2014 roku jubileusze: 25-lecia pierwszych wolnych wyborów w Polsce, 15-lecia obecności Polski w NATO oraz 10-lecia przystąpienia Polski do Unii Europejskiej miały dla Pelion Healthcare Group podwójne znaczenie, gdyż zbiegły się w czasie z kluczowymi wydarzeniami w rozwoju firmy: w 1989 roku podjęta została decyzja o rozpoczęciu hurtowej sprzedaży do aptek, w 1999 roku firma rozpoczęła działalność w obszarze zaopatrzenia szpitali, a w roku 2004 weszła w segment sprzedaży detalicznej.



Początki sprzedaży hurtowej do aptek



PGF URTICA

Wejście w segment zaopatrzenia szpitali

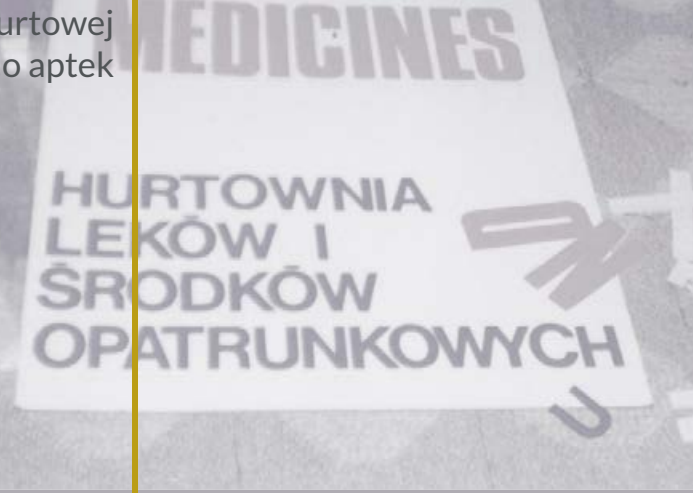
APTEKI dbam o zdrowie

Rozpoczęcie działalności w obszarze sprzedaży detalicznej



pharmalink

Wejście w segment usług dla producentów



Debiut na GPW w Warszawie

dbam o zdrowie



Włączenie po raz pierwszy w skład Respect Index

1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014

Początek procesu transformacji w Polsce

Przystąpienie Polski do NATO

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej



Spis treści

O Raporcie	3
List Prezesa	4
Władze Spółki	6
Struktura organizacyjna	8
Pelion w 2014 roku – strategia, wydarzenia, przesłanki rozwoju	10
Sprzedaż hurtowa	16
Polska Grupa Farmaceutyczna S.A.	16
Pharmapoint Sp. z o.o.	22
Zaopatrzenie szpitali	26
PGF URTICA Sp. z o.o.	26
Sprzedaż detaliczna	32
Corporation of European Pharmaceutical Distributors N.V.	32
Usługi dla producentów	42
Pharmalink Sp. z o.o.	42
Pozostała działalność	44
Fundacja „Dbam o Zdrowie”	46
DOZ Maraton Łódzki z PZU	48
Kapitał ludzki	50
Pelion na GPW w Warszawie	52
Dane finansowe	53
Skonsolidowany rachunek zysków i strat (tys. PLN)	53
Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej (tys. PLN)	54
Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych (tys. PLN)	56
Dane kontaktowe	58

O Raporcie

Niniejszy Raport Roczny Pelion Healthcare Group jest trzecim z kolei, który w kompleksowy sposób omawia kwestie związane z działaniami operacyjnymi, wynikami finansowymi oraz społeczną odpowiedzialnością biznesu. Informacje dotyczące obszaru CSR zostały zintegrowane z pozostałymi działami dokumentu, aby w pełni zobrazować sposób, w jaki podmioty, nad którymi Pelion S.A. sprawuje kontrolę, zarządzają wpływem na otoczenie i budują swoją wartość.

Raport obejmuje okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2014 roku, zgodnie z przyjętym rocznym cyklem raportowania. Zamieszczone w raporcie dane i informacje dotyczą spółki holdingowej Pelion S.A. oraz spółek działających w ramach czterech linii biznesowych, tj. sprzedaży hurtowej (Grupa PGF), zaopatrzenia szpitali (PGF Urtica Sp. z o.o.), sprzedaży detalicznej w Polsce i na Litwie (Grupa CEPD), usług dla producentów (Pharmalink Sp. z o.o.) oraz pozostałych spółek.

Pełny Raport za 2014 rok, który dostępny jest w wersji online na stronie www.pelion.eu, został przygotowa-

ny w oparciu o wytyczne Global Reporting Initiative [3] na poziomie C+ i poddany weryfikacji niezależnego audytora.

W procesie definiowania zawartości raportu kluczowym celem było pokazanie jak spółki tworzą wartość w czasie, zarówno dla siebie, jak i dla swoich interesariuszy w zakresie, w jakim przyczynia się to do budowy wartości Pelion Healthcare Group. Omawiając strategię działania spółek tworzących Pelion Healthcare Group wykraczaliśmy poza raportowany okres, by w miarę możliwości nakreślić główne kierunki przyszłych działań. Chcąc odnieść się do wszystkich najważniejszych czynników, które mogą mieć wpływ na tworzenie wartości w długim okresie, staraliśmy się zaprezentować informacje w możliwie zwarty i treściwy sposób, pozwalający porównać dokonania firmy w czasie i zestawzić je z dokonaniem innych organizacji.

Dziękujemy wszystkim osobom, dzięki którym Zintegrowany Raport Roczny Pelion Healthcare Group za 2014 rok mógł zyskać obecny kształt:

organom nadzorczym, ścisłemu kierownictwu oraz pracownikom spółek, systematycznie gromadzącym i analizującym dane związane z działalnością firmy, a także partnerom biznesowym i społecznym, których opinie pozwalają lepiej poznać naszą organizację i doskonalić zarządzanie wspólnymi wartościami.

Zaangażowanie we współpracę w procesie raportowania oraz efektywnie prowadzony dialog pozwalają lepiej zrozumieć wzajemne powiązania pomiędzy działalnością poszczególnych linii biznesowych, ich wpływem na interesariuszy, charakterem wzajemnych relacji i ryzykiem podejmowanych decyzji a tworzeniem wartości w czasie przez Pelion Healthcare Group.

Będziemy wdzięczni wszystkim interesariuszom za uwagi i sugestie, które pomogą nam doskonalić raportowanie w przyszłości. Zachęcamy do wypełnienia ankiety oceniającej Zintegrowany Raport Roczny 2014:

<http://raport2014.pelion.eu/ankieta>

Zespół raportujący

List Prezesa



Jacek Sz wajcowski, Prezes Zarządu Pelion S.A.

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządów Spółek Pelion Healthcare Group przekazuję Państwu raport z naszej działalności w 2014 roku.

Pelion jest niemal równolatkiem demokratycznej i wolnej Polski - gdy w 2014 roku obchodziliśmy w kraju 25-lecie demokracji, nasza firma świętowała 24 urodziny. W tym czasie Polska została liczącym się uczestnikiem Unii Europejskiej, a my zbudowaliśmy jedną z największych grup kapitałowych w branży ochrony zdrowia, stabilną firmę działającą w dwóch krajach UE – w Polsce i na Litwie. Jesteśmy dumni, że historia Pelion wpisuje się w historię wolnej Polski, że mamy swój wkład w budowanie nowoczesnej gospodarki i społeczeństwa obywatelskiego.

Naszym celem nieodmiennie pozostaje tworzenie kompleksowej oferty dla naszych klientów. Oferty innowacyjnej, bezpiecznej i rzetelnej. Pragniemy utrzymać pozycję lidera na rynku polskim i litewskim, nadal planujemy rozwijać nasze linie biznesowe. Ochrona zdrowia jest ogromnym wyzwaniem cywilizacyjnym. W tym kontekście postrzegamy rolę Pelion jako kreatora zmian, firmę wyznaczającą branży kierunek, w jakim należy podążać.

2014 był ważnym rokiem dla Polski - rokiem podsumowań i refleksji. Dla dystrybucji farmaceutycznej w Polsce był to jednak jeden z najtrudniejszych okresów w historii, głównie za sprawą niekorzystnych zmian w prawie. Skutki tych zmian uderzyły bezpośrednio w bezpieczeństwo obrotu lekami i ostatecznie - w efektywność całego systemu ochrony zdrowia. Przede wszystkim jednak był to kolejny trudny rok dla pacjentów, ze względu na konsekwencje, jakie niesie za sobą decyzja o wprowadzeniu sztywnych cen na leki refundowane i blokadę informacyjną pomiędzy aptekami i pacjentami. Uniemożliwiło to rozwój aptek w zgodzie z oczekiwaniami pacjentów. Obrót lekami refundowanymi stał się nierentowny dla przedsiębiorstw chcących utrzymać wysoki poziom usług, zwłaszcza dostępność leków, co jest jedną z przyczyn znacznego pogorszenia sytuacji aptek w Polsce. Także dla nas nie był to rok satysfakcjonujący pod względem wyników finansowych.

Dostosowując się do sytuacji rynkowej podjęliśmy konkretne działania, przede wszystkim w sektorze detalicznym, które umacniają nas jako

organizację zorientowaną na klienta. Zbudowaliśmy bezpieczny i szczelny system obrotu lekami gwarantujący ich pełną dostępność w aptekach. Ma to ogromne znaczenie przede wszystkim dla pacjentów w Polsce, gdzie na skutek braku właściwej oceny skutków regulacji dotyczących dystrybucji leków doprowadzono do patologii w postaci nielegalnego wywozu leków. Nasze rozwiązania przyniosą pełną gwarancję bezpieczeństwa obrotu lekami i będą miały pozytywny wpływ na działalność firmy i konkurencyjność jej oferty. Stanowi on także bezpieczne rozwiązanie dla producentów leków, których produkty trafiają do pacjentów w Polsce zgodnie z ich przeznaczeniem.

Rozwijamy się dynamicznie, czego przykładem jest poszerzenie naszej działalności o sektor zdrowia i urody. W IV kwartale 2014 r. sfinalizowaliśmy transakcję nabycia drogerii Natura i nowy rok rozpoczęliśmy z planem dalszego intensywnego rozwoju. Nasza troska o klientów, a także o naszych biznesowych partnerów i inwestorów oraz konsekwencja w zarządzaniu i innowacyjność zostały docenione zarówno w Polsce, jak i na Litwie. Po raz 24 zaowocowało to wzrostem sprzedaży i umocnieniem pozycji rynkowej. Jesteśmy wiarygodnym partnerem i umiemy dostosować się do wymogów rynku. Uważamy, że podejmowanie konkretnych działań, zmierzających do wzrostu komfortu leczenia i życia, wynika także z zasad odpowiedzialności społecznej. Dlatego też prowadzimy i wspieramy projekty Fundacji „Dbam o Zdrowie” pomagając tym, którzy z powodu swojej złej sytuacji ekono-

micznej nie mają dostępu do właściwego leczenia. Troszczymy się także o to, by nie zapomnieć o tradycji i wartościach polskiej farmacji, promujemy profilaktykę i aktywny tryb życia. Naszą dumą jest organizowany w Łodzi już po raz piąty w 2015 r. DOZ Maraton Łódzki z PZU.

Nasz wysiłek i troska o zrównoważony rozwój zostały docenione i dzięki zaangażowaniu całej firmy ponownie weszliśmy do Respect Index – indeksu spółek odpowiedzialnych społecznie notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych. Dowodzi to, iż niezmiennie spełniamy najwyższe standardy odpowiedzialnego biznesu. Ważne jest dla nas także, by wartości Spółki znalazły swoje odzwierciedlenie w sposobie pracy i relacjach z pracownikami. Budujemy firmę otwartą i różnorodną, w której każdy ma możliwość rozwoju osobistego i zawodowego, oparte o zaufanie i współpracę. Jesteśmy przekonani, że sukces naszej firmy zależy od realizacji naszej strategii biznesowej najwyższych standardów pracy całego zespołu i podejmowania wyzwań. Wierzymy, że skuteczne i elastyczne działania oraz znajdowanie innowacyjnych rozwiązań będą umacniać pozycję Pelion jako lidera. Mamy dobry plan dla ochrony zdrowia i umiemy go zrealizować.

Dziękujemy wszystkim Akcjonariuszom, Klientom, Partnerom i Pracownikom za współpracę i zaangażowanie. Dzięki Wam razem budujemy nowoczesną i efektywną firmę.

Jacek Sz wajcowski
Prezes Zarządu Pelion S.A.

Władze Spółki

ZARZĄD

Jacek Sz wajcowski

Prezes Zarządu

Założyciel Pelion S.A.,

od początku pełniący funkcję Prezesa Zarządu

Zbigniew Molenda

Wiceprezes Zarządu ds. dystrybucji

Założyciel Pelion S.A.,

od początku pełniący funkcję Wiceprezesa Zarządu

Ignacy Przystalski

Wiceprezes Zarządu ds. handlowych

Od 1 marca 2005 r. w Zarządzie Pelion S.A.

Jacek Dauenhauer

Wiceprezes Zarządu ds. strategii finansowej

Od 1 stycznia 2007 r. w Zarządzie Pelion S.A.

Mariola Belina-Prażmowska

Wiceprezes Zarządu ds. rozwoju i relacji inwestorskich

Od 1 stycznia 2014 r. w Zarządzie Pelion S.A.

RADA NADZORCZA

Jerzy Leszczyński

Przewodniczący Rady Nadzorczej

Hubert Janiszewski

Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej

Przewodniczący Komitetu Nominacji i Wynagrodzeń

Jacek Tucharz

Członek Rady Nadzorczej

Członek Komitetu Nominacji i Wynagrodzeń

Przewodniczący Zespołu Audytu przy Komitecie Audytu

Jan Kalinka

Członek Rady Nadzorczej

Członek Zespołu Audytu przy Komitecie Audytu

Anna Biendara

Członek Rady Nadzorczej

Członek Zespołu Audytu przy Komitecie Audytu



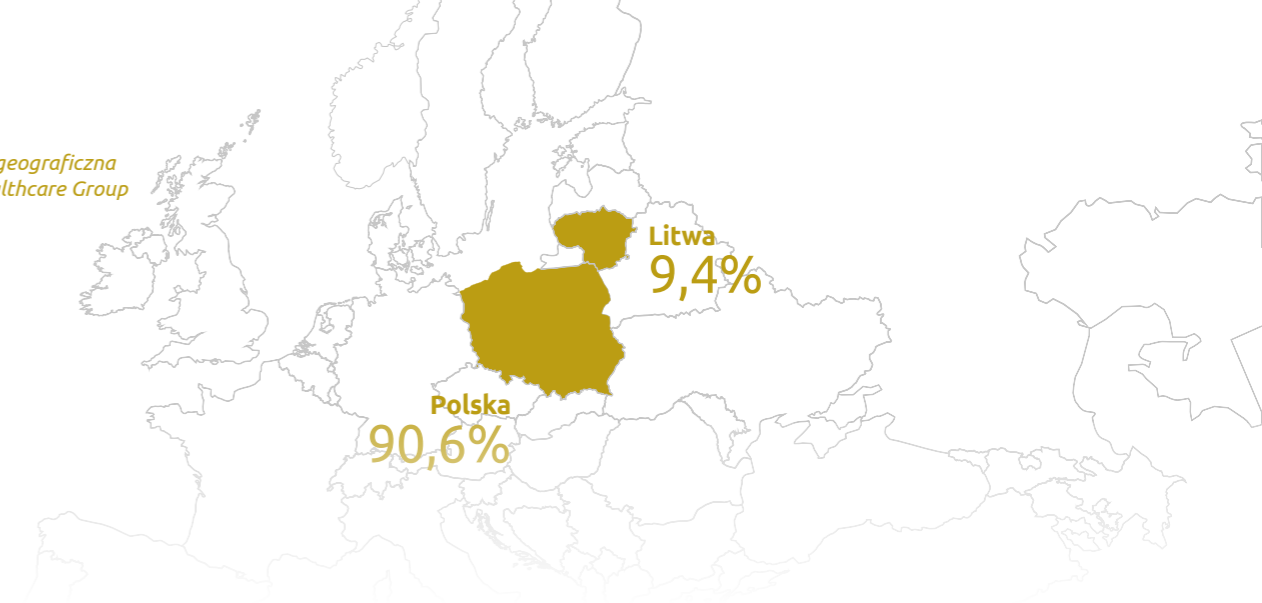
Zarząd Pelion S.A.: od lewej stoją: Zbigniew Molenda, Jacek Sz wajcowski
od lewej siedzą: Ignacy Przystalski, Mariola Belina-Prażmowska, Jacek Dauenhauer

Struktura organizacyjna

Główny obszar działalności Pelion Healthcare Group, zapewniający ponad 99% ogółu jej przychodów, skupiony jest wokół czterech linii biznesowych obejmujących: sprzedaż hurtową, zaopatrzenie szpitali, sprzedaż detaliczną oraz usługi dla producentów.

Pelion to również szeroki portfel wyspecjalizowanych spółek, wspierających rozwój oraz realizację strategii czterech linii biznesowych.

Struktura geograficzna Pelion Healthcare Group



55,4% SPRZEDAŻ HURTOWA



26,7% SPRZEDAŻ DETALICZNA



POZOSTAŁA DZIAŁALNOŚĆ

0,5%



- Eubioco S.A. • Pharmauto Sp. z o.o. • Daruma Sp. z o.o.
- Bez Recepty Sp. z o.o. • ALE Sp. z o.o.
- Pharma Partner Sp. z o.o. • inne spółki

USŁUGI DLA PRODUCENTÓW

0,3%



ZAOPATRZENIE SZPITALI

17,1%



Struktura skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży w 2014 roku

Pelion w 2014 roku – strategia, wydarzenia, przesłanki rozwoju

STRATEGIA

Strategią Grupy Pelion jest zbudowanie silnej pozycji na europejskim rynku ochrony zdrowia ściśle związanym z farmaceutykami oraz trwałej wartości na rynku kapitałowym.

CZTERY LINIE BIZNESOWE

Pelion Healthcare Group konsekwentnie dąży do doskonalenia platformy, łączącej wszystkich uczestników rynku ochrony zdrowia. Osiągnięcie tego celu jest możliwe dzięki dynamicznemu rozwojowi czterech głównych linii biznesowych: sprzedaży hurtowej, zaopatrzenia szpitali, sprzedaży detalicznej oraz usług dla producentów. Ich silna pozycja w łańcuchu usług dystrybucyjnych stanowi wartość Pelion. Struktura organizacyjna w wyraźny sposób podkreśla, że Pelion Healthcare Group jest obecna we wszystkich kanałach dystrybucji farmaceutycznej. Pozwala także na uzyskanie przejrzystości działań, jak również jasne określenie obszarów kompetencji i odpowiedzialności poszczególnych linii biznesowych.

WYZWANIA

W ciągu ostatnich trzech lat znacząco pogorszyły się warunki prowadzenia działalności na rynku dystrybucji

farmaceutycznej w Polsce. Jedno z najbardziej znaczących, wręcz absurdalnych utrudnień, stanowi wprowadzony w 2012 roku zakaz reklamy aptek, za którą uważa się nawet informowanie na drzwiach wejściowych o możliwości płacenia kartą płatniczą. Tym samym zakazana została jakkolwiek forma komunikacji apteki z pacjentem. Dla działalności hurtowej wyzwaniem stanowi sztywne ustalenie wysokości narzutu na leki refundowane, który w latach 2012 – 2014 systematycznie obniżano o 1 p.p. i począwszy od 2014 roku wynosi 5%. Z kolei na rynku detalicznym narzut naliczany jest od ceny hurtowej leku, stanowiącego podstawę limitu w danej grupie limitowej - tym samym leki zakwalifikowane do tej samej grupy mają taką samą marżę wartościową, bez względu na ich cenę. Dodatkowe utrudnienia dla wszystkich uczestników łańcucha dystrybucji farmaceutycznej wynikają z częstych, co dwumiesięcznych zmian na listach leków refundowanych oraz zjawiska (odwróconego łańcucha dystrybucji). Nowa sytuacja na rynku wymaga odpowiedniej reakcji oraz dostosowania strategii. Odpowiedzią Pelion jest aktywne uczestniczenie w kreowaniu trendów i wyznaczaniu kierunków zmian. Innowacyjność już od wielu lat jest fundamentem prowadzonej przez firmę działalności, a podejmowane

działania zmierzają do zwiększenia efektywności, stałego podnoszenia jakości, reorganizacji logistyki oraz tworzenia nowych standardów. Efektem takiego podejścia do biznesu było m.in. uruchomienie w 2014 roku nowego szczelnego kanału dystrybucji oraz rozszerzenie działalności detalicznej o segment „uroda” poprzez nabycie sieci drogerii Natura i tym samym wejście na nowy, nieregulowany rynek.

PERSPEKTYWY ROZWOJU BRANŻY FARMACEUTYCZNEJ W POLSCE

Niezależnie od trudnego otoczenia prawnego, silnie zarysowały się przesłanki dla rozwoju rynku farmaceutycznego w Polsce. Postępujący proces starzenia się społeczeństwa oraz wzrost zachorowalności na choroby cywilizacyjne i przewlekłe przyczyniają się do zwiększenia udziału wydatków na zdrowie w całości wydatków gospodarstw domowych. Zauważalny jest również trend do wyrównania różnic w poziomie życia i wydatków między Polską, a krajami Europy Zachodniej, gdzie wydatki na zdrowie są kilkukrotnie wyższe niż w Polsce. Ponadto, korzystnej zmianie ulega świadomość Polaków, którzy coraz większą wagę przywiązują do kwestii zdrowotnych i odpowiedniej profilaktyki. Stąd też firmy badające sektor farmaceutyczny



Siedziba Pelion w Łodzi

(w tym m.in. IMS, PMR, PharmaExpert) podtrzymują prognozy średniorocznego kilkuprocentowego wzrostu rynku w ciągu najbliższych lat.

CELE PELION NA NAJBLIŻSZE LATA

W najbliższych latach Pelion zamierza budować trwałą wartość na rynku kapitałowym poprzez realizację planów operacyjnych swoich poszczególnych linii biznesowych. Zostały one oparte na czterech filarach, które stanowią:

JAKOŚĆ – rozumiana jako ciągła dbałość o najwyższe standardy świadczonych usług, zgodne z obowiązującymi regulacjami prawnymi oraz poszukiwanie i wdrażanie nowych rozwiązań;

KLIENCI – koncentracja na wszystkich klientach w łańcuchu dystrybucji farmaceutycznej, a w szczególności na pacjentach, którym oferowany jest najszerszy asortyment i najlepsze ceny;

PRACOWNICY – polityka personalna zorientowana na kształtowanie umiejętności i tworzenie wartości dodanej dla klientów oraz na motywowanie do realizacji strategii;

ODPOWIEDZIALNOŚĆ – wobec wszystkich grup interesariuszy, w tym w szczególności wobec pacjentów, a przy tym dzielenie się wiedzą i doświadczeniem oraz rozwijanie współpracy na rzecz efektywnego systemu ochrony zdrowia.

WYDARZENIA 2014

Styczeń

- Wprowadzenie do obrotu giełdowego 12 400 akcji zwykłych na okaziciela serii P1 spółki Pelion S.A. o wartości nominalnej 2 PLN / akcję.

Luty

- Zarejestrowanie przez Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia podwyższenia wysokości kapitału zakładowego Pelion S.A. z kwoty 22 806 992 PLN do kwoty 22 831 792 PLN.

Marzec

- Podjęcie przez Zarząd Pelion S.A. uchwały o rekomendacji WZA wypłaty dywidendy w wysokości 3 PLN / akcję przy podejmowaniu decyzji o podziale zysku osiągniętego w roku 2013.
- Począwszy od sesji w dniu 24 marca 2014 r. wyłączenie Pelion S.A. z indeksu mWIG40 i włączenie w skład WIG50.
- Trzecia edycja konkursu grantowego „Razem Możemy Więcej” Fundacji „Dbam o Zdrowie” z rekordową kwotą 3,3 mln PLN przyznanej pomocy.

Kwiecień

- Wyróżnienie 15 dobrych praktyk realizowanych przez Pelion w wydanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu raporcie „Odpowiedzialny Biznes w Polsce 2013. Dobre Praktyki”.
- Czwarta edycja Łódź Maratonu Dbam o Zdrowie.
- Zwołanie Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy w dniu 30 kwietnia 2014 r. w Łodzi w siedzibie Pelion S.A.

Maj

- Wypłata dywidendy akcjonariuszom Pelion S.A. w wysokości 3 PLN / akcję w dniu 28 maja (dniem wypłaty dywidendy, wg którego ustalona została lista akcjonariuszy uprawnionych do dywidendy, był 12 maja).

Czerwiec

- Odnaczenie Prezesa Pelion S.A. przez Prezydenta RP Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski za wybitne zasługi w rozwoju przedsiębiorczości.
- Strona www.pelion.eu uznana za najlepszą stronę internetową w kategorii „Spółki giełdowe należące do indeksu sWIG80” w VII edycji Konkursu ZSE.
- Zarejestrowanie przez Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia obniżenia wysokości kapitału zakładowego Pelion S.A. z 22 831 792 PLN do kwoty 22 371 150 PLN.
- Uruchomienie platformy dystrybucyjnej doz direct.

Sierpień

- Podpisanie warunkowej umowy nabycia 100% udziałów spółki Polbita Sp. z o.o. – właściciela drogerii Natura przez należącą do Pelion spółkę CEPD N.V.

Wrzesień

- Pelion na 94. miejscu w rankingu 500 największych firm w Europie Środkowej, przygotowanym przez firmę doradczą Deloitte oraz w prestiżowym Index of Success, prezentującym koniunkturę w biznesie oraz kondycję największych i najbardziej dynamicznych firm.

Październik

- Uruchomienie nowoczesnego centrum logistycznego na Litwie.
- Przejęcie z dniem 31 października przez CEPD N.V. 100% udziałów w Polbita Sp. z o.o. po spełnieniu się warunku, jakim było wydanie zgody na koncentrację przez UOKiK.
- Pelion S.A. kolejny rok z rzędu wyróżniona w rankingu spółek najlepiej raportujących dane ESG.
- Pelion po raz szósty patronem obchodów Międzynarodowego Dnia Godności w Polsce.
- Pelion partnerem merytorycznym projektu „Liderzy w sektorze ochrony zdrowia”, organizowanym przez Fundację 2065 im. Leśława A. Pagi oraz GPW w Warszawie.

Listopad

- 17. Gala „Urtica Dzieciom”.

Grudzień

- Pelion S.A. w składzie VIII edycji RESPECT Index, po raz kolejny potwierdzając najwyższe standardy w zakresie odpowiedzialnego i zrównoważonego prowadzenia biznesu.



SPRZEDAŻ HURTOWA

Sprzedaż hurtowa

Polska Grupa Farmaceutyczna S.A.

PGF S.A. jest nowoczesną, profesjonalnie zarządzaną firmą, zajmującą się dystrybucją leków do aptek, a także świadczącą usługi dla aptekarzy i producentów farmaceutycznych.



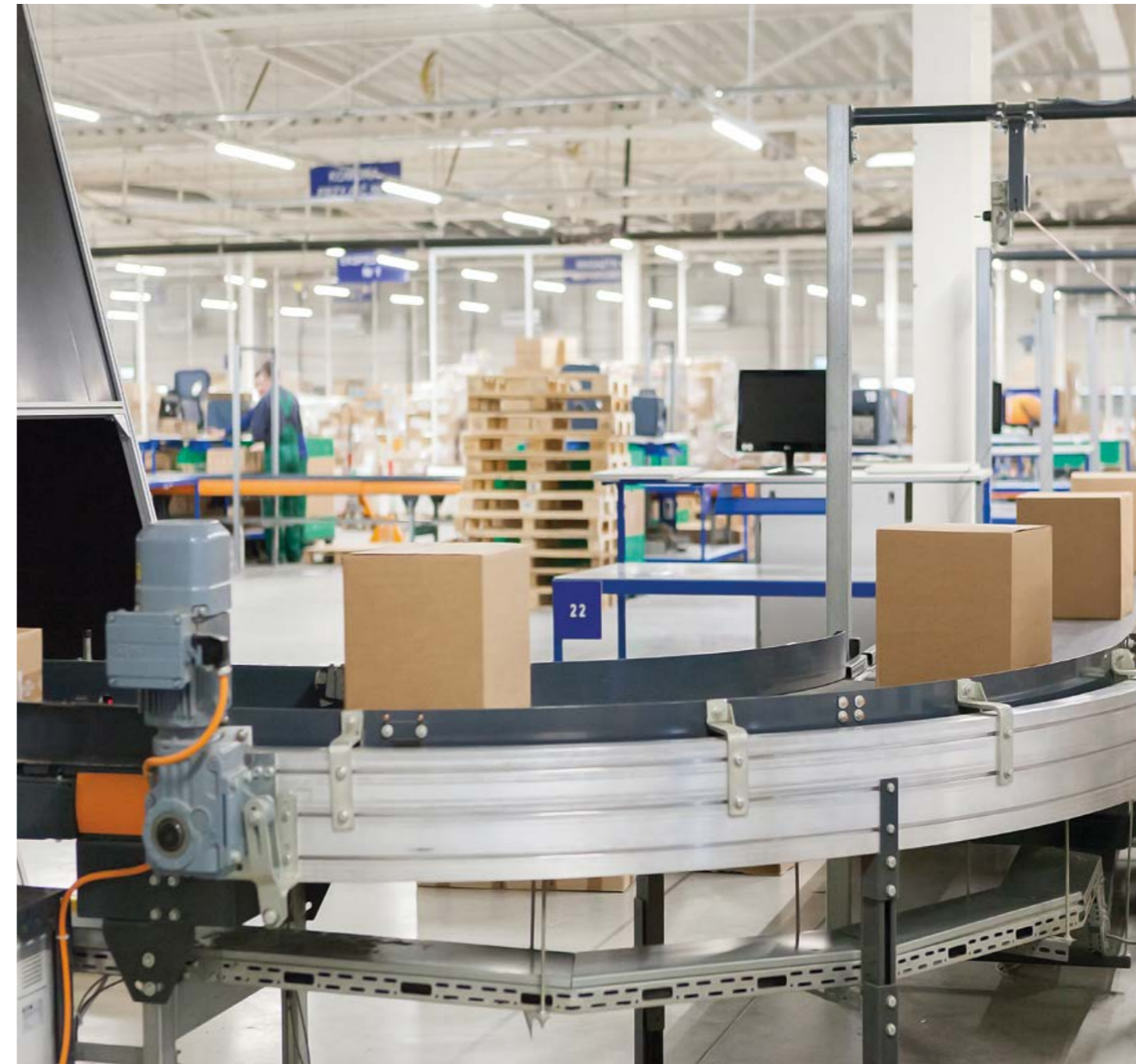
Misją firmy jest wyprzedzanie oczekiwań rynku, który nieustannie się zmienia oraz wyznaczanie innowacyjnych standardów współpracy z aptekami i producentami farmaceutycznymi. Spółka jest jednym z trzech największych dystrybutorów farmaceutycznych w Polsce, z ok. 20% udziałem w rynku hurtowej sprzedaży do aptek.

PGF obsługuje ponad 9 tys. placówek aptecznych, korzystając z zoptymalizowanej sieci centralnie zarządzanych, nowoczesnych magazynów oraz floty transportowej. Odpowiednie rozmieszczenie 13 lokalnych hurtowni na terenie całego kraju pozwala w ciągu kilku godzin dostarczyć leki do dowolnego miejsca w Polsce. Z kolei PGF S.A. centralizuje najważniejsze funkcje biznesowe: począwszy od polityki zakupowej i zaopatrzenia spółek lokalnych, po marketing i sprzedaż. Spółkę wyróżnia najszerza oferta asortymentowa na rynku, obejmująca ponad 25 tys. pozycji.

Oprócz sprzedaży leków z wszystkich grup farmakologicznych, stanowiącej ponad 90-procentowy udział w przychodach, dystrybuowany jest sprzęt medyczny i rehabilitacyjny, zioła, suplementy diety oraz kosmetyki. Codziennie realizowanych jest 20 tys. zamówień, w ramach których sprzedawanych jest ponad 1 mln opakowań. Nowoczesna struktura logistyczna oraz zautomatyzowany system dystrybucji (w tym pięć w pełni zautomatyzowanych magazynów lokalnych) pozwalają nie tylko zwiększyć wydajność, ale także zmniejszyć ryzyko błędów i znacząco przyspieszyć dostawę do aptek. Dostawy produktów farmaceutycznych docierają od producentów do centralnej hurtowni w Łodzi, a następnie produkty są sortowane z podziałem na poszczególne magazyny regionalne i transportowane do nich. W oddziałach rejonowych zamówienia z aptek i innych punktów sprzedaży detalicznej przyjmowane są do systemu sprzedaży telefonicznie przez telemarketing albo z wykorzystaniem Internetu (obecnie

zdecydowana większość z nich kierowana jest do hurtowni właśnie tym kanałem). Zamówienia są następnie wysyłane zgodnie z harmonogramem tras. Cały proces przebiega z wykorzystaniem kodów kreskowych – etykiet, które znajdują się na każdym opakowaniu. Wprowadzane sukcesywnie innowacje w procesie logistycznym PGF pozwalają obniżyć koszty oraz chronić środowisko, m.in. poprzez ograniczenie wykorzystania papieru.

W PGF został wdrożony system zarządzania jakością, zgodny z wymaganiami DPD (Dobrej Praktyki Dystrybucyjnej), którym objęte zostały wszystkie procesy w zakresie dystrybucji. Gwarantuje on, że dostarczany do odbiorcy produkt spełnia wymagania jakościowe oraz pochodzi z legalnego łańcucha dostaw. Na bieżąco analizowane są zmiany prawne i wdrażane aktualne wymogi związane z obrotem produktami w hurtowni farmaceutycznej, w tym nowe wytyczne Komisji Europejskiej dotyczące Dobrej Praktyki Dystrybucyjnej z dnia 5 listopada 2013 r.



Linia automatyczna w magazynie centralnym PGF

PGF nieustannie wdraża innowacyjne rozwiązania i zapewnia nowoczesny pakiet narzędzi marketingowych dla swoich klientów. Spółka oferuje kompleksową ofertę dla farmaceutów, producentów i pacjentów oraz rozwija koncepcję biznesową e-commerce, czego przykładem jest portal dla profesjonalistów z branży farmaceutycznej pharmbook.pl. Portal ten, obok dostarczania aktualnych informacji, stanowi elektroniczną platformę sprzedaży w segmencie najszybciej rotujących towarów oraz w sekcji promocji handlowych. Ponadto, dzięki innowacyjnej funkcjonalności „rozrachunki”, umożliwia aptekarzom dokonywanie szczegółowych analiz płatności za faktury w relacji do warunków kredytu kupieckiego oraz dokonywanie bezpośrednio przez portal przelewów finansowych z kont bankowych aptek.

2014

W 2014 roku zdefiniowana została strategia PGF na lata 2014-2017. Podstawowym założeniem i punktem wyjściowym jest rzetelne i kompleksowe partnerstwo w dystrybucji farmaceutycznej. Zgodnie z przyjętą strategią PGF jest:

partnerem nr 1 dla aptek rodzinnych i małych sieci: buduje narzędzia dla ich rozwoju, nie posiada i nie zamierza budować sieci własnych aptek,

partnerem nr 1 dla producentów: aktywnie wspiera sprzedaż ich produktów, nie posiada i nie zamierza budować marek własnych leków.

W Polsce, mimo rosnącego w ostatnich latach udziału średnich i dużych sieci aptecznych w rynku, apteki indywidualne oraz małe sieci (liczące do 5 aptek) nadal stanowią większość. Jednakże od początku 2012 roku, kiedy to została wprowadzona nowa ustawa (nazywana w skrócie „refundacyjną”), ich sytuacja uległa pogorszeniu na skutek szeregu niekorzystnych zjawisk, będących następstwem zmiany prawa. Dlatego też wychodząc naprzeciw potrzebom aptek rodzinnych i małych sieci, PGF oferuje szereg rozwiązań, których większość pojedynczych podmiotów nie posiada. Współpraca z PGF oznacza dla aptek dostęp do najszerszego asortymentu na rynku, korzystanie z pełnej oferty najlepszych i najnowocześniejszych usług oraz możliwość wdrożenia nowoczesnego modelu zarządzania biznesem.

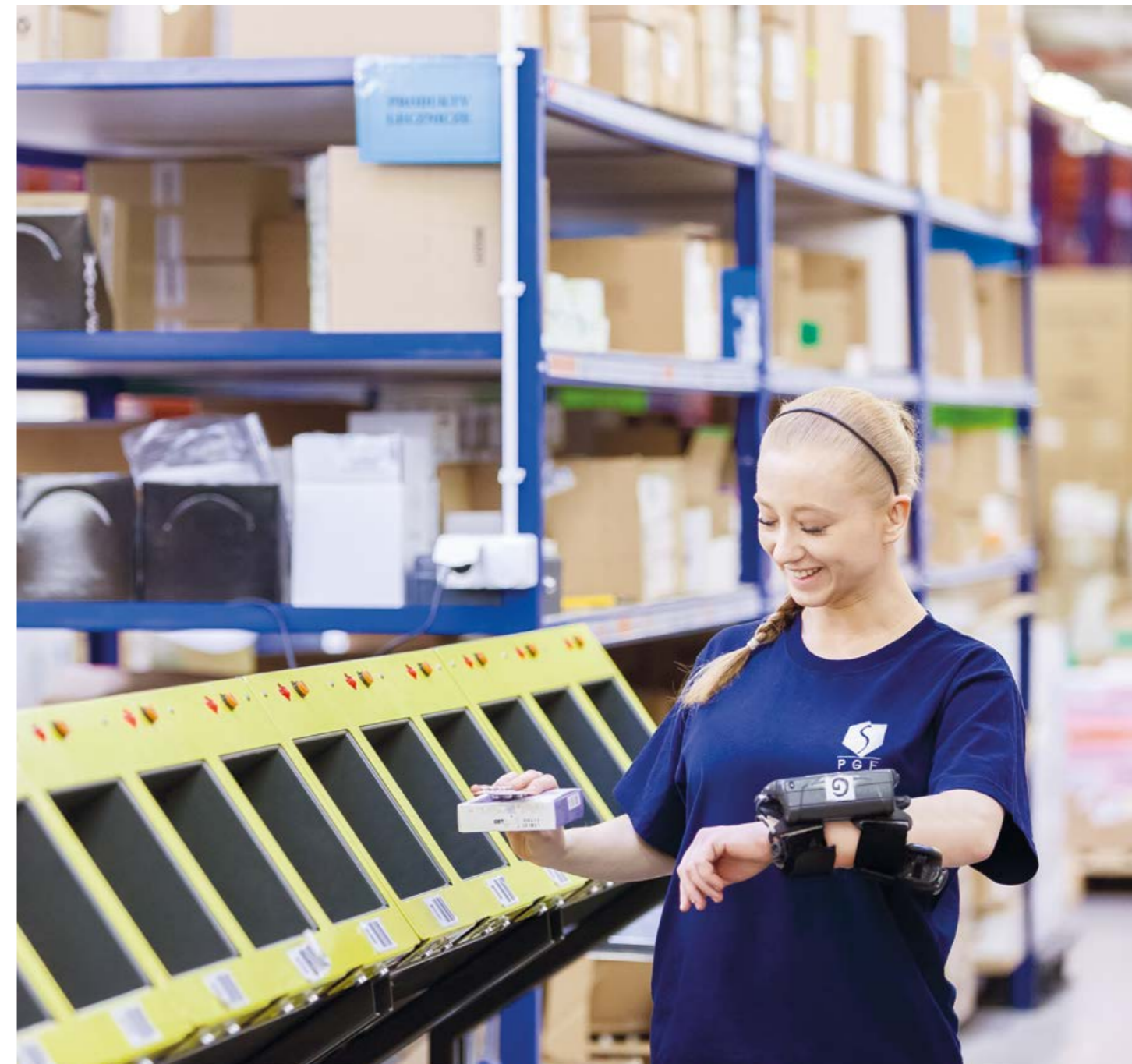
Ideę partnerskiej współpracy najpełniej oddaje wdrażany w 2014 roku na szeroką skalę program „Zdrowy Wybór”, którego celem jest wzmocnienie kondycji ekonomicznej aptek dzięki zagwarantowaniu zestawu innowacyjnych narzędzi służących minimalizacji kosztów dystrybucji oraz zwiększeniu rentowności. W ramach projektu oferowana jest m.in. usługa zarządzania kategorią, dająca możliwość dostosowania asortymentu apteki do aktualnej sytuacji i trendów oraz zachowań zakupowych jej klientów, a także usługa optymalizacji magazynu, która poprawia efektywność zarządzania kapitałem obrotowym. W ten sposób każda apteka może być zarządzana nowocześnie i efektywnie. W ramach programu funkcjonuje także

Akademia „Zdrowy Wybór”, która stanowi syntezę wiedzy dla właścicieli aptek i farmaceutów dotyczącą zarządzania oraz rozwoju umiejętności sprzedaży i obsługi pacjentów.

Partnerstwo z producentami, obok wzajemnej współpracy na rzecz aptek w ramach programu „Zdrowy Wybór”, oznacza także stały rozwój dodatkowych usług świadczonych przez PGF, tj. zarządzanie asortymentem, wsparcie akcji promocyjnych, analityka biznesowa, optymalizacja sprzedaży i in.

Działalność PGF opiera się na pasji, rzetelności oraz szacunku i zasadach partnerstwa we współpracy z kontrahentami. W ramach wspólnych działań pracownicy firmy angażują się w różnego typu formy działalności charytatywnej na rzecz społeczności lokalnej oraz ochrony środowiska, czego przykładem jest udział drużyny biegowej PGF w charytatywnej zbiórce i biegu biznesowym Łódź Business Run, a także włączenie się w grono wolontariuszy Fundacji „Dbam o Zdrowie” w łódzkim maratonie.

Spółka stawia na przejrzystą kulturę organizacyjną, bardzo dobre warunki socjalne, rzetelne systemy motywacyjne oraz ciekawe programy pracownicze. Organizuje też praktyki i staże dla studentów, z których część zostaje później pracownikami PGF. Zwieńczeniem takich działań było uhonorowanie PGF S.A. tytułem „Solidny Pracodawca 2014”.



Pracownica PGF uzupełnia zamówienie przy półautomacie do kompletacji

Tym samym spółka dołączyła do elitarnego grona przedsiębiorstw najbardziej wiarygodnych pod względem polityki personalnej, które na tej podstawie budują swoją przewagę konkurencyjną.



Wyróżnienie to stanowi potwierdzenie, że spółka odznacza się wzorowym podejściem do pracowników i gwarantuje poszanowanie zasad

równego traktowania wszystkich zatrudnionych. Spółka wspiera rozwój swoich pracowników pamiętając, że dzięki nim osiąga najwyższą jakość usług świadczonych na wymagającym rynku farmaceutycznym. Organizuje w tym celu odpowiednio dostosowane do potrzeb szkolenia rozwijające kompetencje zespołu.

Wyzwania i plany

W najbliższych planach PGF jest kontynuacja działań rozpoczętych w 2014 roku, tj. realizacja przejrzystej strategii partnerstwa w dystrybucji leków m.in. poprzez program „Zdrowy Wybór” oraz rozszerzenie działań aktywnie wspierających producentów w sprzedaży leków (w tym gwarancja rzetelnej dystrybucji do aptek). Ponadto, celem spółki będzie utrzymanie najwyższej jakości świadczonych usług,

zapewnienie najszerszego asortymentu i najlepszych cen oraz osiągnięcie dynamiki wzrostu przychodów powyżej dynamiki rynku. Od 2015 roku uruchomiona zostaje recepta.pl – nowoczesna platforma internetowa, oferująca pełną bazę preparatów dostępnych na rynku farmaceutycznym. Zadaniem portalu jest umożliwienie pacjentom zamówienia leków z odbiorem w wybranej z listy placówce aptecznej, dzięki czemu skraca się czas poszukiwania leków, zwłaszcza tych mniej popularnych, które często nie są dostępne od ręki. Recepta.pl wspiera pacjentów w warunkach pogorszonej dystrybucji numerycznej leków (dostępności przy pierwszej wizycie) w aptekach, spowodowanej przez powszechne zmniejszenie aptecznych zapasów magazynowych z uwagi na spadek marży aptecznej.



Automat do kompletacji zamówień do aptek w magazynie PGF

Pharmapoint Sp. z o.o.



Pharmapoint powstał w 2011 roku w ramach linii biznesowej sprzedaż hurtowa, jako wyspecjalizowany podmiot na rynku sprzedaży do innych hurtowni farmaceutycznych.

Spółka stale poszerza ilość odbiorców z rynku farmaceutycznego, zapewniając kompleksowy serwis ponad stu klientom. Posiada nowoczesne zaplecze logistyczne, pozwalające m.in. na przechowywanie i magazynowanie produktów farmaceutycznych w różnych warunkach temperatury z całodobowym monitoringiem. Oprócz usług dystrybucyjno-logistycznych, w tym realizacji dystrybucji wyłącznościowej, firma oferuje swoim klientom szereg usług sprzedażowo-marketingowych, dzięki czemu jest obecnie strategicznym partnerem dystrybucyjnym dla wielu producentów farmaceutycznych. Aktualnie magazyn główny oraz większość działów firmy zlokalizowane są w Łodzi, dział sprzedaży przedhurtowej - w Katowicach, a hurtownia lokalna i magazyn importera - w Poznaniu.

Wartości, które są szczególnie ważne dla Pharmapoint to odpowiedzialność, otwartość i innowacyjność. Spółka, poprzez podejmowane dzia-

łania, buduje zaufanie w relacjach z dostawcami i odbiorcami, troszczy się o ich działalność biznesową, postępując w sposób przynoszący korzyść wszystkim zainteresowanym stronom. Jest firmą odpowiedzialną społecznie, promującą działania ekologiczne, zwiększające bezpieczeństwo pracowników, kontrahentów, klientów i partnerów, a także wspierającą działania prozdrowotne i charytatywne, ze szczególnym wsparciem działalności Fundacji „Dbam o Zdrowie”.

Rok 2014

Dzięki wychodzeniu naprzeciw potrzebom swoich klientów i poszerzaniu zakresu świadczonych usług, Pharmapoint kontynuował w 2014 roku dotychczasowy poziom rozwoju. Oferta uruchomionego w 2013 roku magazynu regionalnego spotkała się z dużym zainteresowaniem producentów.

W oparciu o art. 4 Prawa Farmaceutycznego, spółka sprowadzała leki

ratujące życie, czasowo niedostępne w Polsce, a także wspierała obsługę badań klinicznych w zakresie pozyskiwania produktów i procesu dystrybucji. Jednocześnie spółce udało się rozwinąć ofertę dystrybucji wyłącznościowej dla producentów, w szczególności kompleksową obsługę marketingową, która dotychczas do standardowej oferty usług z zakresu logistyki i dystrybucji. W 2014 roku spółka uruchomiła magazyn importera wraz z możliwością składowania celnego.

Wyzwania i plany

W 2015 roku Pharmapoint będzie skupiać się na utrzymaniu dotychczasowego tempa rozwoju, a także na szukaniu nowych możliwości biznesowych, które pozwolą wzbogacić dostępną ofertę. Ważnym zadaniem dla spółki będzie rozwój możliwości promocji produktów farmaceutycznych oraz podpisanie kontraktów z nowymi producentami.



Pracownicy Pharmapoint w magazynie wysokiego składowania



ZAOPATRZENIE SZPITALI

Zaopatrzenie szpitali

PGF URTICA Sp. z o.o.

PGF Urtica to ogólnopolska hurtownia o ugruntowanej pozycji lidera na rynku zaopatrzenia szpitali. Ponad 20-letnie doświadczenie, szeroka i konkurencyjna oferta leków oraz skala prowadzonej działalności to czynniki, które pozwoliły spółce utrzymać swoją pozycję rynkową.

PGF URTICA

Silne zaplecze logistyczne oraz usługi finansowe dla szpitali to jej dodatkowe atuty. Spółka obsługuje ponad 750 szpitali i ponad 1 000 innych odbiorców na terenie całego kraju. Wysoki udział w rynku hurtowej sprzedaży do szpitali to efekt realizacji przyjętej strategii oraz koncentracji na kluczowych obszarach działalności.

Spółka posiada spójną strukturę organizacyjną: działalność operacyjna odbywa się w oparciu o pięć oddziałów rozlokowanych we Wrocławiu, Łodzi, Katowicach, Poznaniu i Lublinie oraz o centralny magazyn w Łodzi, z którego codziennie wysyłanych jest do szpitali ponad 5,5 tys. pozycji asortymentowych.

Optymalne połączenie doświadczenia, które firma posiada z innowacjami, które wprowadza, pozwala na dostarczanie szerokiego zakresu zintegro-

wanych usług dedykowanych producentom. Spółka oferuje profesjonalną obsługę przetargów, analizy rynkowe, wsparcie sprzedaży, usługi logistyczne oraz szeroką działalność marketingową. Budowane latami relacje z producentami i placówkami ochrony zdrowia pozwoliły na zdobycie zaufania branży.

Koncepcja budowania relacji i wspierania swoich partnerów biznesowych realizowana jest poprzez działalność szkoleniową oraz wydawniczą. Komunikacja fachowej wiedzy odbywa się za pośrednictwem wydawanego przez spółkę magazynu „Farmakoeconomika szpitalna”, który powstaje przy udziale ośrodków i towarzystw naukowych, jak również farmaceutów szpitalnych. „Farmakoeconomika szpitalna” jest kwartalnikiem i dociera sukcesywnie do pięciuset szpitali i aptek w Polsce.

Spółka kładzie duży nacisk na szkolenia pracowników, przy czym koncentruje się głównie na organizacji szkoleń, rozwijających kompetencje miękkie dla współpracujących ze sobą działów. Na bieżąco kadra uczestniczy w szkoleniach przygotowujących do sprostania aktualnym wyzwaniom, a nowi menedżerowie korzystają ze wsparcia szkoleniowego w ramach przygotowania do pełnienia nowej roli.

PGF Urtica w swoich działaniach prezentuje najwyższe standardy etyczne, potwierdzone obowiązującym w spółce Kodeksem Etyki. Pracownicy i kadra zarządzająca w codziennej pracy kierują się czterema wartościami: doświadczeniem, zaufaniem, zaangażowaniem oraz działaniem zespołowym. Powstały zespół Urtica Team łączy pracowników we wspólnej pasji biegania i uprawiania nordic walking.



Drużyna Urtica Team

Wyrazem zaangażowania społecznego i charytatywnego PGF Urtica jest realizowany od lat projekt „Urtica Dzieciom”, którego główna idea polega na wsparciu finansowym dziecięcych oddziałów onkologicznych i hematologicznych. Dla pacjentów z tych oddziałów organizowane są warsztaty plastyczne, podczas których powstają prace, przekazywane następnie na aukcję charytatywną organizowaną we Wrocławiu. Całkowity dochód uzyskany ze sprzedaży obrazów przekazywany jest na potrzeby kilkunastu oddziałów szpitalnych, biorących udział w akcji. Jest to duże wsparcie dla lokalnych społeczności. Partnerem aukcji jest Fundacja „Dbam o Zdrowie”, której działania PGF Urtica aktywnie wspiera m.in. poprzez propagowanie nowych kampanii i projektów.

2014

Pomimo dużej zmienności w otoczeniu, w 2014 roku PGF Urtica sprostała wymagającym warunkom rynkowym, utrzymując silną pozycję w branży oraz wskaźnik wygranych postępowań przetargowych na podobnym poziomie jak w 2013 roku. Konsekwentnie realizowała strategię optymalizowania głównych procesów biznesowych, co pozwoliło udoskonalić procedury przetargowe i sprzedażowe i przez to podnieść jakość świadczonych usług. W swoich działaniach wykorzystywała współpracę wewnątrz grupy oraz wypracowywała rozwiązania problemów

związanych z realizacją dostaw (magazyn, transport). Dodatkowo skupiła się na poprawie jakości obsługi klienta, m.in. na obniżeniu poziomu reklamacji z powodu błędnie przyjętego zamówienia. Dzięki oddanemu do użytku w 2014 roku systemowi optymalizującemu współpracę w zakresie reklamacji, komunikacja mailowa została wyeliminowana i wszelkie reklamacje zaczęły być rozpatrywane, uzasadniane i rozliczane w nowym systemie. Dzięki temu w porównaniu z 2013 rokiem poziom złożonych reklamacji zmniejszył się o ok. 40%.

W 2014 roku nastąpiła też poprawa wskaźnika „service level”, czyli stosunku potąceń odebranych do przychodzących, co wiąże się nierozdzielnie z poprawą jakości obsługi klienta. Uwzględniając potrzeby klientów, PGF Urtica uruchomiła System Awaryjnego Reagowania (SAR). Pracownicy działu sprzedaży dyżurują całą dobę przy telefonie, a kierowcy dowożą leki w trybie „cito”.

W obszarze obsługi programów finansowych dla lecznictwa zamkniętego, skupiono się na podtrzymaniu i wzmocnieniu pozytywnych relacji z podmiotami objętymi programami, celem zwiększenia efektywności finansowo-windykacyjnej. Dzięki monitoringowi splotu korekt oraz ścisłej komunikacji z osobami współpracującymi z producentami, nastąpiła poprawa wskaźnika ściągłości należności z tytułu rozliczeń przetargowych.

W 2014 roku firma kontynuowała program szkoleń, na bieżąco dbając o pogłębianie przez pracowników wiedzy z zakresu m.in. zmian w obowiązującym prawie, definiowania wymagań biznesowych oraz oceny finansowej podmiotów. Zespół sprzedażowy kontynuował cykl szkoleń doskonalących jakość obsługi klienta.

W roku 2014 PGF Urtica zorganizowała XVII aukcję prac plastycznych, podczas której udało się zebrać rekordową kwotę 260 tys. PLN. Całość zebranych funduszy została przeznaczona dla 17 szpitalnych oddziałów onkologicznych i hematologicznych, biorących udział w projekcie „Słoneczna Galeria”.

Plany na 2015 rok

Celem spółki na rok 2015 jest zwiększenie udziałów rynkowych przy równoczesnym utrzymaniu poziomu rentowności sprzedaży, bezpiecznego poziomu należności oraz najwyższej jakości świadczonych usług (najlepszej logistyki na rynku oraz wsparcie szpitali poprzez oferowane programy). W planach przewiduje się zakończenie prac i wdrożenie nowego oprogramowania, wspierającego proces realizacji i obsługi postępowań przetargowych oraz aplikacji informatycznej do oceny pracowników, która usprawni proces m.in. dzięki systemowi raportów oraz bieżącemu dostępowi do danych historycznych.



Urtica dostarcza leki m.in. do specjalistycznego szpitala w Brzezinach



SPRZEDAŻ DETALICZNA

Sprzedaż detaliczna

Corporation of European Pharmaceutical Distributors N.V.

CEPD N.V. jest zarejestrowaną w Holandii spółką holdingową powołaną w celu rozwoju detalicznej sieci dystrybucji farmaceutyków w Europie. Obecnie jest jedną z pięciu największych europejskich firm działających w sektorze detalicznej dystrybucji farmaceutycznej.

CEPD N.V.
Corporation of European
Pharmaceutical Distributors

Działalność operacyjną na lokalnych rynkach farmaceutycznych prowadzi poprzez krajowe spółki zależne: DOZ S.A. w Polsce i UAB NFG na Litwie, a także DOZ UK, która posiada aptekę w Londynie. Przyjęty przez CEPD N.V. model dystrybucji ma charakter wielokanałowy i opiera się na sprzedaży farmaceutyków poprzez krajową sieć aptek własnych, franczyzowych i partnerskich oraz portale internetowe.

CEPD N.V., jako pierwsza z czterech organizacji na świecie, uzyskała w 2013 roku dla swojej spółki DOZ S.A. Międzynarodowy Certyfikat Przestrzegania Zasad Równości Płci w Miejscu Pracy.



W 2014 roku CEPD N.V., realizując strategię dywersyfikacji działalności oraz wzmocnienia relacji z klientami z sektora zdrowie i uroda, nabyła firmę Polbita Sp. z o.o. - właściciela drogerii Natura. Tym samym spółka weszła na rynek kosmetyczny. Celem przejęcia było wzmocnienie pozycji grupy w Polsce i zapewnienie dalszego wzrostu przychodów.

Rynek polski

Spółka DOZ S.A. zarządza największą w Polsce i zarazem jedną z największych w Europie siecią aptek działających pod wspólną marką: Aptek Dbam o Zdrowie. Tworzy ją blisko 600 aptek własnych, 320 aptek franczyzowych i ok. 80 partnerskich - łącznie prawie tysiąc jednostek na koniec 2014 roku. W rezultacie Apteki Dbam o Zdrowie są obecne na terenie całego kraju, zarówno w dużych miastach, centrach handlowych, jak i w małych miejscowościach i na wsiach. Zgodnie z misją „Pacjent w centrum uwagi”, Apteki

Dbam o Zdrowie budują trwałą przewagę konkurencyjną na rynku w oparciu o ofertę maksymalnie dopasowaną do potrzeb, atrakcyjne ceny, najlepszą obsługę i fachową pomoc farmaceutów, najszerszy asortyment na rynku, a także najdogodniejszą lokalizację oraz dostosowanie formatu do wymagań pacjentów.

Celem spółki DOZ.PL jest zarządzanie www.doz.pl - największym i najnowocześniejszym w Polsce portalem o zdrowiu, łączącym fachową wiedzę o profilaktyce zdrowotnej oraz opiece farmaceutycznej i medycznej z najszerszym na rynku asortymentem ponad 20 tys. produktów w korzystnych cenach. Strona odnotowuje ponad 6,5 mln wizyt miesięcznie.

DOZ S.A. angażuje się w propagowanie wiedzy z zakresu medycyny, farmacji i profilaktyki zdrowotnej, m.in. poprzez wydawany dwumiesięcznik „Dbam o Zdrowie”.



Apteka Dbam o Zdrowie

Wyrazem dbałości o tradycje polskiego aptekarstwa jest działające od siedmiu lat Muzeum Farmacji im. prof. Jana Muszyńskiego w Łodzi. Bogaty księgozbiór oraz stale rosnąca ilość eksponatów, a także wyposażenie w oryginalne XIX-wieczne meble, zachęcają do poznawania historii zawodu farmaceuty. Firma wspiera również muzea w Lublinie i Bydgoszczy, a także zabytkowe apteki. Wydała 15 monografii z cyklu „Najstynniejsze polskie apteki”.

Rok 2014

Wyniki osiągnięte w 2014 roku na rynku polskim nie są satysfakcjonujące, głównie za przyczyną niższego od oczekiwań poziomu sprzedaży oraz marży brutto. Aby odwrócić negatywny trend, w 2014 roku zainicjowane zostały dwa duże przedsięwzięcia o charakterze długofalowym. Pierwsze z nich to nabycie przez CEPD N.V. 100% udziałów spółki Polbita Sp. z o.o., zarządzającej siecią drogerii Natura. Decyzja o przejęciu sieci drogerii wynikała z analizy rynku kosmetycznego w Polsce i jego dynamicznego rozwoju, przy średniej rocznej stopie wzrostu w wysokości ok. 5% w ciągu ostatnich 7 lat. Dodatkowo trudna sytuacja na polskim rynku farmaceutycznym wywołała potrzebę dywersyfikacji obszarów działalności w celu poprawy efektywności i zaspokajania zmieniających się potrzeb klientów.

Drogerie Natura są jedną z największych sieci działających na polskim rynku kosmetycznym, w której skład wchodzi 258 punktów (w tym 240 własnych oraz 18 agencyjnych).

Firma zatrudnia blisko 1,5 tys. osób. Według badań przeprowadzonych przez firmę PMR, drogerie Natura są trzecim najbardziej preferowanym miejscem zakupu kosmetyków wymienianym spontanicznie przez konsumentów.

Magazyn centralny mieści się w Błoniu koło Warszawy, skąd wysyłanych jest ponad 4,5 tys. przesyłek dziennie. Spółka posiada też 14 regionalnych centrów operacyjnych, pełniących rolę magazynów tranzytowych. Łącznie w ofercie drogerii Natura można znaleźć ponad 11 tys. pozycji asortymentowych. Od 2013 roku klienci drogerii Natura mogą zbierać podczas zakupów punkty programu bonusowego PAYBACK, które wymieniane są na nagrody. W ofercie drogerii znajdują się zarówno marki własne (kosmetyki do makijażu My Secret, Sensique i KOBO Professional oraz kosmetyki do pielęgnacji ciała Sensique i Seyo), jak i produkty popularnych marek kosmetycznych. Od samego początku działalności sieci, czyli od 1997 roku, w centrum zainteresowania drogerii Natura pozostają klienci. Na wszystkich poziomach organizacji konsekwentnie promowane są najwyższe standardy i szkolenia dla pracowników. Dzięki takiemu podejściu, sieć stale się rozwija oraz dba o wysoki poziom jakości obsługi klienta. To proklienckie nastawienie zostało już czterokrotnie docenione przyznaniem prestiżowego Godła Jakości Obsługi Klienta.

W roku 2013 drogerie Natura po raz pierwszy nagrodzone zostały przez Niezależną Radę Marek tytułem Superbrands - CREATED IN POLAND. Wyóżnienie to przyznawane jest markom

powstałym w Polsce, które cieszą się najwyższym uznaniem wśród konsumentów w swoich kategoriach. W procesie certyfikacji corocznie udział bierze 2,4 tys. marek. W roku 2014 Natura ponownie otrzymała to zaszczytne wyróżnienie.



Drogerie Natura angażują się również w działalność społeczną. W 2014 roku sieć została partnerem wspólnej kampanii charytatywnej „Cała reszta to szczęście” zorganizowanej przez Mennicę Polską i Fundację TVN „Nie jesteś sam”. Przez trzy ostatnie lata drogerie Natura aktywnie wspierały fundację „Dzieciocy Uśmiech do Świata”, zbierając do skarbonek fundacji ustawionych w drogeriach dowolne kwoty na wsparcie działań pomocowych dla podopiecznych fundacji.

Drugim istotnym wydarzeniem w Polsce było uruchomienie, w oparciu o nowo wybudowany magazyn w Łodzi, systemu dystrybucji doz direct, stanowiącego unikalny model zaopatrywania aptek. Jest to innowacyjna platforma centralnego zarządzania asortymentem, zapasem, cenami i sprzedażą, zapewniająca szczelny i w pełni bezpieczny system dystrybucji leków od producenta do pacjenta. Realizując swoją misję zapewnienia szerszego i szybszego dostępu do najczęściej



Drogeria Natura

kupowanych przez pacjentów leków oraz uznając, w obliczu obecnej sytuacji rynkowej, konieczność zmian w sposobie zarządzania obszarem dystrybucji, zbudowano system dystrybucyjny dla wspierania sprzedaży kluczowego asortymentu. Platforma doz direct daje gwarancję najszerszego wyboru leków i dostępu do nich, a także zapewnia bezpieczeństwo farmakoterapii oraz możliwość potwierdzenia, iż żaden lek nie opuści apteki bez wymaganej recepty. Ponadto, centralne zatowarowanie aptek pozwala na zachowanie ciągłości asortymentu, a szczerly system i stały monitoring zapasów dają możliwość skutecznego zarządzania deficytami. Doz direct pozwala również na zbudowanie skutecznego partnerstwa z producentami farmaceutycznymi – z myślą o nich system wyposażony został w centrum analityczne, dostarczające kompleksowych i aktualnych raportów o ich produktach.

W celu sprostania rosnącemu problemowi z brakami leków wydawanych z przepisu lekarza, w 2014 roku DOZ S.A. zainicjował program „Gwarancja 100% Realizacji Recepty”. W ramach tej akcji każda Apteka Dbam o Zdrowie zobowiązuje się do dostarczenia przepisanego leku najszybciej jak to możliwe, nie dłużej niż w ciągu 24 godzin.

W 2014 roku DOZ S.A. kontynuowała działania związane z rozwojem sieci franczyzowej. Spółka przyjęła długookresową strategię rozwoju, której celem jest zbudowanie pierwszej na rynku pod względem liczby i wielkości sprzedaży

sieci aptek franczyzowych. Franczyza daje gotowy model zarządzania apteką i pozwala skorzystać z doświadczenia i know-how dużej sieci. W ramach współpracy zapewnione są szkolenia, rozwiązania marketingowe, system motywacyjny oraz opieka menedżera mikrorynku. W listopadzie spółka zorganizowała II Forum Franczyzowe, w którym wzięło udział 700 farmaceutów, w tym obecnych i przyszłych franczyzobiorców. DOZ S.A. od wielu lat otacza szczególną opieką pacjentów w wieku 60+, rozumiejąc ich potrzeby i problemy, z jakimi stykają się każdego dnia. Z myślą o osobach starszych i niepełnosprawnych większość aptek posiada podjazdy ułatwiające poruszanie się i umożliwiające dotarcie do apteki bez konieczności proszenia o pomoc. W 2014 roku spółka otworzyła w Łodzi pierwszą „Aptekę 60+”, której architektura wnętrza dostosowana została do obsługi seniorów. Wśród udogodnień znalazły się m.in. antypoślizgowa podłoga, poręcze przy ladach, o które można się oprzeć stojąc w kolejce, lupy przy każdej kasie, które pomagają odczytać receptę, rachunek, czy informację na opakowaniu leku, a także fotele przy ladzie, na których pacjent może usiąść, gdy farmaceuta realizuje jego recepty. Wszystkie ceny i etykiety leków umieszczone na półkach mają dużą i czytelną czcionkę. Wewnątrz znajdują się także punkty opieki farmaceutycznej, czyli specjalne, wydzielone strefy na indywidualne konsultacje z farmaceutą.

W zakresie sprzedaży online portal doz.pl nawiązał współpracę z firmą Samsung

i wdrożył kolejną innowacyjną technologię, uruchamiając aplikację Dbam o Zdrowie na platformie Smart TV. Był to kolejny krok w rozwoju portalu, dzięki któremu pacjenci – posiadacze telewizorów Samsung Smart TV uzyskali dostęp do największej internetowej bazy leków oraz możliwość zamówienia leków do odbioru w wybranej przez siebie aptece. Dodatkowo portal doz.pl zyskał w 2014 roku nową oprawę graficzną, która jest bardziej przyjazna dla użytkowników.

Wyzwania i plany

Strategicznym celem DOZ S.A. na 2015 rok jest zwiększenie przychodów oraz poprawa rentowności. Spółka skupi się także na optymalizacji kosztów zaopatrzenia aptek dzięki inwestycjom dokonanym w 2014 roku. Biorąc pod uwagę, że franczyza to drugi najważniejszy filar rozwoju sieci Aptek Dbam o Zdrowie, DOZ S.A. będzie kontynuował strategię rozwoju tego ramienia, przy zachowaniu zasad bezpieczeństwa biznesu. W dalszym ciągu rozwijane będą kanały sprzedaży e-commerce. Wszystkie plany i podejmowane działania będą skupiały się wokół misji „Pacjent w centrum uwagi”.

Plany dotyczące sieci drogerii Natura obejmują: przygotowanie długoterminowej strategii rozwoju, rozszerzenie oferty produktów i usług oferowanych klientom, rozwój marek własnych, wzmocnienie współpracy z dostawcami, a także wykorzystanie synergii z pozostałymi obszarami grupy CEPD.



Apteka Dbam o Zdrowie

Rynek litewski

Sprzedaż na Litwie prowadzona jest za pośrednictwem spółki UAB NFG, skupiającej blisko 330 własnych i franczyzowych aptek, działających pod markami Gintarine Vaistine i Norfos Vaistine, a także obsługującej sieć ok. 140 aptek partnerskich BVG. Spółka posiada ok. 22% udziału w rynku pod względem ilości aptek, a łącznie z aptekami partnerskimi ponad 34%, co daje pierwszą pozycję na rynku litewskim.

Oprócz sieci detalicznej UAB NFG posiada spółkę Limedika, zajmującą czołową pozycję na rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków, z blisko 24-proc. udziałem.

Oferta kierowana na rynek litewski obejmuje unikalne programy sprzedażowo-marketingowe, mające na celu zwiększenie dostępności leków dla wybranych grup docelowych. Przykładowo ofertą objęte są młode mamy i ich dzieci (program Mazylio) czy osoby cierpiące na choroby układu krążenia (program Cardio). Apteki Gintarine Vaistine uczestniczą też w największym na Litwie programie lojalnościowym Milimausia. Równolegle do oferty aptek stacjonarnych, rozwijana jest sprzedaż za pośrednictwem apteki internetowej vaistine.lt. Pacjenci mogą zamówić leki (w tym na receptę) przez Internet i odebrać je w wybranej aptece sieci Gintarine Vaistine lub Norfos Vaistine. Rozwiązanie takie pozwala zapewnić im jedne z najtańszych cen leków na rynku. Oferowany przez aptekę internetową asortyment pro-

duktów dostępny jest także w opcji zapewniającej dostawę bezpośrednio do domu pacjenta.

Rok 2014

Rok 2014 był dla UAB NFG kolejnym okresem stabilnego wzrostu pod względem ilości placówek, udziałów w rynku, sprzedaży i marży brutto.

Najważniejszym wydarzeniem roku było uruchomienie nowoczesnego centrum logistycznego. Nowy obiekt zastąpił niewystarczający objętościowo magazyn, mieszczący się w centrum Kowna. Został wyposażony w nowoczesną linię dystrybucyjną, która znacznie skraca czas realizacji zamówienia, gwarantuje bezpieczeństwo oraz wysoką jakość dostaw leków do aptek i szpitali, a także daje możliwość świadczenia nowych usług dla producentów. Centrum posiada bardzo dobrą lokalizację – w bezpośrednim sąsiedztwie autostrady Wilno-Kłajpeda. Składa się z magazynu o powierzchni 8 400 m² oraz pomieszczeń administracyjnych, które zajmują blisko 1 200 m². Koszt przedsięwzięcia wyniósł ok. 5 mln EUR i była to jedna z największych inwestycji na rynku litewskim w ciągu ostatnich 5 lat.

W 2014 roku UAB NFG realizował strategię marketingową „Bliżej pacjenta”, która oparta była na dwóch filarach: pełnego zadowolenia klientów oraz dedykowanego asortymentu dla pacjentów (zachowania zakupowe). Sieć Gintarine Vaistine zyskała nowe logo będące połączeniem dwóch serc, symbolizujących opiekę rozrzuconą nad pacjentem i stu-

chanie jego serca sercem pracowników aptek. O skuteczności i wysokiej jakości własnych produktów świadczy zdobycie przez markę własną Złotej dwóch medali Litewskiego Produktu Roku 2014: złotego dla kremu do twarzy dla skóry dojrzałej oraz srebrnego dla serum przeciwzmarszczkowego.

Wyzwania i plany

Planowane zmiany prawne na rynku litewskim będą implikowały działania UAB NFG w 2015 roku. Od 2016 roku bowiem ma obowiązywać przepis nakazujący zatrudnienie przynajmniej jednego magistra w czasie pracy apteki. Dla wszystkich aptek na rynku oznacza to konieczność zatrudnienia odpowiedniej ilości magistrów w miejsce dotychczasowych techników i przez to wzrost kosztów HR. Dodatkowo spółka mierzy się z rosnącą presją regulatora na obniżanie cen leków (i tym samym marż aptecznych) oraz silną konkurencją ze strony dwóch największych sieci na rynku. Spółka zamierza sprostać stojącym przed nią wyzwaniom i umocnić swoją pozycję w segmencie sprzedaży detalicznej dzięki doskonałej jakości, unikalnym usługom oraz programom skrojonym do potrzeb klienta.

W związku z otwarciem nowego centrum logistycznego, UAB NFG planuje poprawić efektywność procesów, pozyskać nowe rynki i rozszerzyć możliwość współpracy z producentami, przez co osiągnie wzrost przychodów od producentów oraz zwiększy dostępność produktów w aptekach dla pacjenta.



Apteka Gintarine Vaistine



USŁUGI DLA PRODUCENTÓW

Usługi dla producentów

Pharmalink Sp. z o.o.

Pharmalink jest liderem na rynku transportu leków, wyrobów medycznych i materiałów opatrunkowych bezpośrednio od producentów farmaceutycznych do odbiorców – podmiotów lecznictwa zamkniętego i otwartego, hurtowni, aptek, przychodni i in.

Misją Pharmalink jest bycie rzetelnym i niezawodnym partnerem, zapewniającym zintegrowane usługi logistyczne dla branży farmaceutycznej. Spółkę wyróżnia wysoka i stale doskonalona jakość, m.in. poprzez walidację procesów i pojazdów, ciągłą kontrolę i monitoring warunków transportu, a także terminową realizację dostaw. W celu zbudowania kompetencji pracowników do jak najlepszej obsługi klientów, Pharmalink realizuje plany szkoleniowe dla poszczególnych działów, jak również indywidualne plany rozwojowe.

Pharmalink jest w stanie dotrzeć do odbiorców na terenie całego kraju w ciągu 24 godzin, oferując także dostawy na ratunek oraz skrócony czas (do 12 godzin). Optymalizacja tras oraz maksymalne wykorzystanie ładowności pojazdów pozwala aktywnie ograniczać negatywny wpływ na środowisko. Cały system logistyczny spełnia wymogi zawarte w ustawie z dn. 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne oraz rozporządzeniu Ministra Zdrowia z dn. 26 lipca 2002 r. w sprawie procedur Dobrej Praktyki

Dystrybucyjnej. Jako pierwszy operator logistyczny na rynku, spółka wdrożyła technologię transportu w suchym lodzie oraz w tzw. zimnym łańcuchu dostaw (temperatura od 2°C do 8°C). Wykorzystuje do tego specjalistyczne samochody z zabudową izotermiczną i urządzeniami grzewczo-chłodniczymi. Pharmalink jest też prekursorem stosowania we wszystkich pojazdach systemu śledzenia przesyłek GPS, zapewniającego stałe monitorowanie lokalizacji pojazdów oraz warunków temperaturowych on-line podczas transportu.

Rok 2014

Działania operacyjne w 2014 roku były związane z optymalizacją kosztów transportu, standaryzacją zasad współpracy z przewoźnikami oraz zwiększaniem skali współpracy z klientami kluczowymi, w tym w ramach dystrybucji bezpośredniej i dedykowanej. Z myślą o rozwoju kolejnego segmentu usług i zbudowaniu kompleksowej oferty, spółka uzyskała koncesję na hurtownię produktów weterynaryjnych i uruchomiła ją w Łodzi. W efek-

cie wdrożonych w 2014 roku działań zwiększono sprzedaż usług, zarówno w odniesieniu do liczby zamówień i przewiezionych paczek, jak i wartości przychodów ze sprzedaży. Dzięki elastycznemu podejściu do potrzeb kontrahentów oraz wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań, spółka utrzymała czołową pozycję na rynku.

Wyzwania i plany

Długoterminowa strategia Pharmalink przewiduje rozwój działalności spółki na rynkach zagranicznych oraz zorientowanie na długoterminowe umowy z gwarancją spłaty należności. W nadchodzącym roku spółka nadal będzie optymalizować koszty transportu, m.in. poprzez rozwój sieci komór przeladunkowych oraz dywersyfikację usługodawców. Stałe podnoszenie jakości będzie miało na celu zaoferowanie klientom wartości dodanej do palety świadczonych usług. W kwestii sprzedaży Pharmalink nadal będzie się koncentrować na pozyskiwaniu nowych kontraktów, z istotnym naciskiem na dystrybucję bezpośrednią i dedykowaną.

pharmalink



Flota Pharmalink

Pozostała działalność



BSS S.A. oferuje kompleksowe usługi outsourcingu procesów biznesowych obejmujące: outsourcing rachunkowości i sprawozdawczości, konsolidację sprawozdań, outsourcing kadrowo-płacowy, rachunkowość zarządczą, usługi podatkowe, wsparcie procesów

finansowania oraz doradztwo biznesowe. Obsługuje ponad 200 podmiotów, wśród których rosnący udział stanowią przedsiębiorstwa spoza Pelion Healthcare Group. Członek prestiżowego Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (oryg. ABSL).



Farm-Serwis Sp. z o.o. specjalizuje się w zarządzaniu wierzytelnościami. Swoich partnerów – zarówno podmioty Pelion Healthcare Group, jak i klientów zewnętrznych – wspiera w zarządzaniu ryzykiem kredytu kupieckiego na wszystkich etapach

współpracy z kontrahentami: począwszy od oceny kondycji finansowej i moralności płatniczej klientów, poprzez szacowanie limitów kupieckich i bieżący monitoring terminowości spłat, po pomoc w oddłużaniu i windykację.



Głównym celem **ePruf S.A.** jest budowa pierwszego w Polsce systemu prywatnej refundacji leków. Model działania przyjęty przez spółkę zakłada

tworzenie oraz zarządzanie na zlecenie różnych podmiotów programami umożliwiającymi prywatne dofinansowanie do zakupu leków.



PHARMENA S.A. jest spółką biotechnologiczną, zajmującą się opracowywaniem i komercjalizacją innowacyjnych produktów powstałych na bazie opatentowanej substancji czynnej 1-MNA.

Jest spółką stowarzyszoną, w której Pelion S.A. i spółki zależne posiadają łącznie 45,9% udziałów na dzień 31.12.2014 r. Spółka od 2008 roku jest notowana na New Connect.



Podstawowym obszarem działalności **Eubioco S.A.** jest świadczenie usług produkcji kontraktowej. Oferta Eubioco obejmuje produkcję: suplementów diety, wyrobów medycznych, produktów leczniczych Rx i OTC, substancji farmaceutycznych i dermokosmety-

ków oraz płynów dezynfekcyjnych w oparciu o receptury klienta lub opracowywane samodzielnie. Spółka posiada potencjał techniczny umożliwiający produkcję leków w prawie wszystkich formułacjach w jednej lokalizacji.

DARUMA Sp. z o.o.

Przedmiotem działalności spółki jest m.in. wynajem środków trwałych i zarządzanie nieruchomościami w Pelion Healthcare Group.

PHARMAUTO Sp. z o.o.

Spółka zarządza flotą samochodową w Pelion Healthcare Group.

Pharma Partner Sp. z o.o.

Celem Spółki jest projektowanie i budowanie innowacyjnych rozwiązań, będących odpowiedzią na potrzeby pacjentów.

BEZ RECEPTY Sp. z o.o.

Podstawowym przedmiotem działalności spółki jest działalność wydawnicza.

Inne spółki

Fundacja „Dbam o Zdrowie”

Spółeczna odpowiedzialność biznesu powinna stanowić integralną część strategii firm zorientowanych na rozwój. Fundacja „Dbam o Zdrowie”, powołana przez Pelion Healthcare Group, jest odzwierciedleniem zaangażowania społecznego oraz troski o najbardziej potrzebujących.



Kluczową ideą powstałej w 2008 roku Fundacji „Dbam o Zdrowie” jest udzielanie wsparcia osobom będącym w trudnej sytuacji życiowej i materialnej poprzez dofinansowanie zakupu leków i materiałów medycznych. Fundacja prowadzi także wszechstronną działalność w zakresie ochrony zdrowia i ratowania życia, wspierając i realizując szereg inicjatyw o charakterze zdrowotnym, edukacyjnym i charytatywnym.

Od samego początku wspiera wiele inicjatyw, mających na celu pomoc osobom chorym, w tym „Serce na Gwiazdkę”, „Malowane Nadzieję”, a także jest partnerem akcji „Urtica Dzieciom”. W 2014 roku udzieliła pomocy 115 organizacjom, a pod jej opieką znalazło się 47 osób, w tym 23 dzieci. Z myślą o najmłodszych podopiecznych corocznie organizuje akcję „I Ty możesz zostać Św. Mikołajem” oraz letnią akcję „Radosny Dzień Dziecka”.

W działania Fundacji angażują się pracownicy wszystkich spółek grupy

Pelion. Grono stałych wolontariuszy obejmuje ok. 100 osób, ale w poszczególnych akcjach uczestniczy ich znacznie więcej. Pracownicy biorą również udział w akcji pay-roll zapoczątkowanej w 2013 roku, przekazując na rzecz Fundacji końcówki swoich wynagrodzeń.

Od 2013 roku Fundacja należy do Forum Darczyńców - związku zrzeszającego organizacje, instytucje i firmy, które przyznają dotacje na różnorodne inicjatywy obywatelskie realizowane dla dobra publicznego.

Nieprzerwanie od 2009 roku Fundacja „Dbam o Zdrowie” wspiera Domy Samotnych Matek z terenu całej Polski. W 2014 roku udzielała stałej pomocy 16 placówkom, zarówno w formie zakupu leków i artykułów medycznych, jak również przekazując inne artykuły potrzebne mamom i ich dzieciom. Akcję wsparła sędzia Anna Maria Wesołowska oraz I Łódzka Orkiestra Gitarowa.

Od trzech lat najważniejszą i największą inicjatywą Fundacji jest projekt „Razem Możemy Więcej”, mający na celu rozszerzenie współpracy z organizacjami pozarządowymi i instytucjami charytatywnymi. W ramach projektu podejmowane są wspólne działania na rzecz niwelowania barier w dostępie do leków, a jego głównym elementem jest konkurs grantowy, w ramach którego Fundacja dofinansowuje ogólnopolskie i lokalne projekty skierowane do osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, których nie stać na zakup leków i środków medycznych.

3,3 mln PLN

w projekcie „Razem Możemy Więcej”, realizowanym w 2014 roku wspólnie z 95 organizacjami pozarządowymi



Przyznanie grantów w ramach projektu „Razem Możemy Więcej”

DOZ Maraton Łódzki z PZU

DOZ Maraton Łódzki z PZU od 2011 roku, kiedy (jeszcze jako Łódź Maraton Dbam o Zdrowie) pojawił się w katalogu działań CSR Pelion Healthcare Group, promuje zdrowy styl życia i aktywność fizyczną, jednocześnie zachęcając do łączenia biegania z pomaganiem potrzebującym.



Czwarta edycja łódzkiego maratonu odbyła się w dniach 11 - 13 kwietnia 2014 r. i okazała się rekordowa pod względem liczby uczestników. Maraton i towarzyszący mu bieg na dystansie 10 km ukończyły 4 652 osoby, tj. o ponad 60% więcej niż w 2013 roku.

Wydarzenie charakteryzowało się wysokim poziomem sportowym. Wyniki osiągnięte przez zwycięzców (Yareda Shegumo i Karolinę Jarzyńską) należą do najlepszych w historii maratonów rozgrywanych w Polsce.

Czwarty maraton był trzydniowym wydarzeniem połączonym z szeregiem imprez towarzyszących oraz licznymi atrakcjami dla uczestników i kibiców. W programie imprezy znalazły się: bieg dla dzieci, bieg śniadaniowy z udziałem elity sportowej, rodzinny piknik zdrowotny oraz targi dla wystawców i partnerów imprezy Expo Run&Fun.

Każdy, kto chciał przygotować się do startu w maratonie, mógł to zrobić uczęszczając na bezpłatne treningi Drużyny Dbam o Zdrowie, prowadzone dwa razy w tygodniu przez doświadczonych trenerów w trzech grupach zaawansowania. Program realizowany był od października 2013 r. do kwietnia 2014 r. W zajęciach regularnie uczestniczyło ok. 100 osób, a w ciągu całego programu z treningów skorzystało 300 osób. Równolegle odbywał się Puchar Maratonu. Cykl pięciu imprez biegowych przygotowujących do startu w maratonie rozgrywany był na terenie Arturówka i Lasu Łagiewnickiego w Łodzi raz w miesiącu od listopada 2013 r. do marca 2014 r. narastająco na dystansach od 5 do 25 km. Łódzki maraton promował nowoczesny model filantropii. W ramach akcji „Biegam-Pomagam” każdy biegacz na etapie rejestracji miał możliwość przekazania środków na rzecz jednej z organizacji społecznych. Za pośred-

nictwem portali zbiorczych mógł też założyć własną zbiórkę na rzecz wybranej osoby lub organizacji pożytku publicznego, jak również wesprzeć zbiórki prowadzone przez innych biegaczy. Celem akcji było przybliżenie problemu związanego z barierami w dostępie do leków. Akcji patronowała Fundacja „Dbam o Zdrowie”. Organizacje partnerskie przeznaczyły zebrane środki na zakup leków, artykułów medycznych i sprzętu rehabilitacyjnego.

Potwierdzeniem najwyższych standardów organizacyjnych, obowiązujących podczas łódzkiego maratonu, było przyznanie mu w 2014 roku przez Międzynarodową Federację Lekkoatletyczną tytułu IAAF Road Race Silver Label. Łódzki maraton jest pierwszą imprezą biegową w Polsce i jedną z ponad 30 na świecie, która otrzymała to wyróżnienie.



Czwarta edycja Łódź Maraton Dbam o Zdrowie

Kapitał ludzki

Pelion jest firmą odpowiedzialną wobec wszystkich swoich interesariuszy, wśród których szczególną grupę stanowią jej pracownicy. Celem polityki zatrudnienia, przyjętej na lata 2013-2015, jest pozyskanie i utrzymanie zespołu pracowników, którzy, realizując misję i cele firmy, budują jej rynkową wartość i trwają przewagą konkurencyjną, jednocześnie osiągając satysfakcję zawodową i aktywnie wypełniając życiowe plany i ambicje.

W 2014 roku, zgodnie z przyjętymi przez Pelion zobowiązaniami, trwały dalsze prace związane z wdrażaniem Kodeksu Etyki, kontynuowano współpracę z łódzkimi uczelniami, wprowadzono systemowe działania wspierające szeroko pojętą dbałość o zdrowie pracowników, propagowano i zorganizowano Dzień Godności, a także przeprowadzono pilotażowy program opieki medycznej.

Rekrutacja i Employer Branding

Pelion przywiązuje dużą wagę do rozwoju zawodowego i osobistego pracowników. W 2014 roku przeprowadzono kilkadziesiąt projektów szkoleniowych oraz dokładano wszelkich starań przy prowadzeniu procesów rekrutacji wewnętrznej, dając tym samym szansę pracownikom na dalszy rozwój zawodowy.

W 2014 roku Pelion po raz dziesiąty wziął udział w programie „Kariera”, organizowanym we współpracy z Polską Radą Biznesu, w wyniku którego zaoferowano 9 miejsc stażowych. Po raz kolejny firma przystąpiła do programu „Młodzi w Łodzi”, zostając fundatorem stażu i stypendium dla najlepszych studentów łódzkich uczelni.

Kodeks Etyki Pelion Healthcare Group

W 2014 roku prowadzono dalsze działania mające na celu zaimplementowanie w firmie przyjętego Kodeksu Etyki, który wyznacza standardy zachowań etycznych zarówno w stosunkach wewnętrznych, jak i w relacjach zewnętrznych. Kodeks odzwierciedla wartości, w oparciu o które firma realizuje swoją misję: mądre przywództwo, odpowiedzialne działanie oraz zaufanie interesariuszy. W spółkach grupy przeprowadzono cykl szkoleń dla kadry menadżerskiej oraz kampanię informacyjną, której głównym elementem było szkolenie e-learningowe. Niezwykle istotne było powołanie rzecznika etyki oraz uruchomienie adresu mailowego, na który anonimowo można zgłaszać wszelkie problemy natury etycznej (etyka@pelion.eu).

Pelion Wellness Program

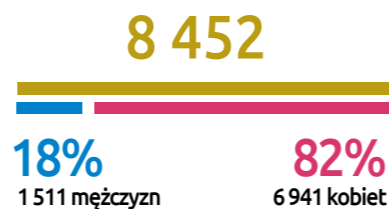
W 2014 roku kontynuowano Pelion Wellness Program, którego celem jest poprawa stanu zdrowia oraz kondycji psychofizycznej pracowników poprzez działania w trzech obszarach: aktywności fizycznej, zdrowego odżywiania

i dbania o zdrowie oraz „work-life balance”, czyli zachowania równowagi między pracą zawodową, a życiem prywatnym. Kolejnym krokiem w ramach profilaktyki zdrowotnej będzie autorский program „Puls”, zapewniający kompleksową opiekę zdrowotną. Pierwsze spotkania z ratownikami medycznymi i mierzenie pulsu odbyło się w grudniu 2014 roku i cieszyło się dużym zainteresowaniem.

Pelion na GoldenLine.pl

Pod koniec 2014 roku został stworzony w serwisie społecznościowo-biznesowym www.GoldenLine.pl oficjalny profil Pelion Healthcare Group, którego celem jest budowanie spójnego i pozytywnego wizerunku firmy jako pracodawcy.

Struktura zatrudnienia Pelion Healthcare Group w etatach

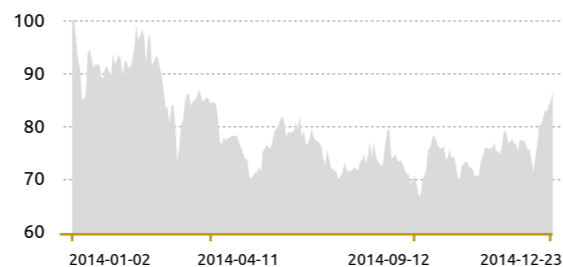


Pracownicy Pelion Healthcare Group

Pelion na GPW w Warszawie

Miejsce notowań	GPW w Warszawie
Rynek / Segment	Podstawowy/50 PLUS
Sektor branżowy	Handel Hurtowy
Nazwa skrócona	PEL
Bloomberg	PEL.PW
Reuters	PELIO.WA
Uczestnik indeksów na koniec 2014	WIG, WIG50, Respect Index
Liczba akcji na koniec 2014	11 185 575

Wykres notowań Pelion S.A. na GPW w Warszawie w 2014 roku



W 2014 roku kurs akcji Pelion oscylował w przedziale 66,2 PLN – 99 PLN. Roczne maksimum zostało osiągnięte 3 stycznia, a roczne minimum 18 września. Do lipca 2014 roku akcje spółki znajdowały się w trendzie spadkowym, zapoczątkowanym w listopadzie 2013 roku, po czym przez kolejne cztery miesiące były w trendzie bocznym. W grudniu 2014 roku nastąpiło wyraźne odbicie kursu, który wzrósł o 12,5% w porównaniu do poprzedniego miesiąca, osiągając cenę 85,5 PLN na koniec roku. Średniodzienny wolumen obrotu akcjami wyniósł w ciągu 2014 roku blisko 6 tys. akcji, najwyższy był we wrześniu – 10,27 tys., a najniższy w maju – 2,36 tys. Kapitalizacja na koniec roku wyniosła 956 mln PLN.

Pelion posiada stabilny akcjonariat, tworzony m.in. przez założycieli spółki, większość Otwartych Funduszy Emerytalnych oraz polskie i zagraniczne Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych. Na przestrzeni 2014 roku nie nastąpiły znaczące zmiany w strukturze akcjonariuszy mających ponad 5%

głosów na WZA. Struktura głosów na Walnym Zgromadzeniu różni się od struktury akcjonariatu z uwagi na fakt, że część akcji to akcje uprzywilejowane co do głosu w stosunku 5 do 1.

W dniu 30 kwietnia 2014 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki Pelion S.A. postanowiło przeznaczyć część zysku netto osiągniętego w roku obrotowym 2013 na wypłatę akcjonariuszom Spółki dywidendy, w kwocie 3 PLN za jedną akcję. Na dzień podjęcia uchwały uprawnionych do dywidendy było 11 415 896 akcji z wyłączeniem 230 321 akcji własnych nabytych przez spółkę w celu umorzenia. Łączna wysokość wypłaconej dywidendy wyniosła 33 556 725 PLN.

Dialog z rynkiem kapitałowym

Spółka prowadzi otwarty dialog z uczestnikami rynku kapitałowego, przestrzegając zasad transparentności. Wyrazem dbałości w 2014 roku o relacje z inwestorami indywidualnymi

mi oraz innymi interesariuszami było uzyskanie tytułu laureata VII edycji konkursu Złota Strona Emitenta. Celem tego projektu jest wyłonienie najlepszych stron internetowych spółek giełdowych w drodze ich oceny m.in. pod kątem użyteczności serwisu oraz innowacyjności komunikacji. Dodatkowo pod uwagę brana była opinia inwestorów indywidualnych, instytucjonalnych i zagranicznych. W celu bezpośredniego zaprezentowania Spółki większemu gronu inwestorów indywidualnych, przedstawiciele Pelion wzięli udział w Targach Akcjonariat podczas 18. Konferencji WallStreet w Karpaczu.

W grudniu 2014 roku Pelion po raz trzeci znalazł się w składzie RESPECT Index, skupiającym spółki zarządzane w sposób zrównoważony i odpowiedzialny, notowane na GPW w Warszawie. Stanowi on realną referencję dla inwestorów giełdowych, gdyż daje gwarancję inwestycji w spółki o dużej płynności i najwyższych standardach zarządzania.

Dane finansowe

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT (tys. PLN)

31.12.2013
(przekształcone) 31.12.2014

DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA

Przychody ze sprzedaży	7 326 649	7 698 753
Koszt własny sprzedaży	(6 468 087)	(6 849 906)
Zysk ze sprzedaży	858 562	848 847
Koszty sprzedaży	(602 471)	(634 632)
Koszty ogólnego zarządu	(108 552)	(115 576)
Pozostałe przychody operacyjne	7 801	44 815
Pozostałe koszty operacyjne	(15 205)	(27 873)
Udział w zyskach (stratach) jednostek stowarzyszonych i wspólnych przedsięwzięć wycenianych zgodnie z metodą praw własności	(1 349)	(2 239)
Zysk na działalności operacyjnej	138 786	113 342
Zysk (strata) z inwestycji	4	9
Przychody finansowe	11 505	13 075
Koszty finansowe	(37 108)	(41 748)
Zysk brutto	113 187	84 678
Podatek dochodowy	(9 517)	(25 791)
Zysk netto z działalności kontynuowanej	103 670	58 887
DZIAŁALNOŚĆ ZANIECHANA		
Strata netto z działalności zaniechanej	-	-
Zysk netto ogółem	103 670	58 887
Przypadający:		
Akcjonariuszom podmiotu dominującego	100 165	55 936
Akcjonariuszom niekontrolującym	3 505	2 951
Średnia ważona liczba akcji zwykłych	11 279 747	11 171 517
Średnia ważona rozwodniona liczba akcji zwykłych	11 600 472	11 444 017
Działalność kontynuowana i zaniechana		
Zysk na jedną akcję zwykłą		
- podstawowy	8,88	5,01
- rozwodniony	8,63	4,89

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ (tys. PLN)

AKTYWA	31.12.2013 (przekształcone)	31.12.2014
I. AKTYWA TRWAŁE	993 461	1 176 293
1. Wartość firmy	574 860	588 864
2. Wartości niematerialne	45 493	111 936
3. Rzeczowe aktywa trwałe	243 352	316 252
4. Nieruchomości inwestycyjne	9 100	9 096
5. Inwestycje rozliczane zgodnie z metodą praw własności	5 780	3 603
6. Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	19 820	28 400
7. Należności długoterminowe	25 656	35 366
8. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	67 262	80 237
9. Pozostałe aktywa trwałe	2 138	2 539
II. AKTYWA OBROTOWE	1 746 297	2 167 092
1. Zapasy	855 862	1 065 108
2. Pozostałe aktywa finansowe krótkoterminowe	64 119	82 189
3. Należności krótkoterminowe	657 591	741 073
4. Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności	654 497	738 977
5. Należności z tytułu podatku dochodowego	3 094	2 096
6. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	162 405	267 081
7. Pozostałe aktywa obrotowe	6 320	11 641
AKTYWA RAZEM	2 739 758	3 343 385

KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA

	31.12.2013 (przekształcone)	31.12.2014
KAPITAŁ WŁASNY RAZEM	598 598	623 056
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	590 299	614 962
Kapitał zakładowy	23 145	22 709
Kapitał zapasowy	425 696	419 326
Akcje własne	(16 085)	(3 056)
Kapitał pozostały-rezerwowy	132 720	145 421
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek podporządkowanych	17 455	25 093
Kapitał z tytułu zysków i strat aktuarialnych z tyt. świadczeń pracowniczych po okresie zatrudnienia	651	807
Zyski zatrzymane	6 717	4 662
- zysk (strata) z lat ubiegłych	(93 448)	(51 274)
- zysk netto	100 165	55 936
Udziały niekontrolujące	8 299	8 094
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	389 303	631 426
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	380 370	624 901
Pozostałe zobowiązania finansowe	371 571	614 876
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	6 806	7 631
Rezerwy długoterminowe	1 993	2 394
Przychody przyszłych okresów	8 933	6 525
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	1 751 857	2 088 903
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	1 717 627	2 050 556
Pozostałe zobowiązania finansowe	37 534	40 802
Rezerwy krótkoterminowe	4 802	10 444
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	1 660 384	1 988 539
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	14 907	10 771
Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	34 230	38 347
KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA RAZEM	2 739 758	3 343 385

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH (tys. PLN)

	31.12.2013 (przekształcone)	31.12.2014
A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I. Zysk (strata) brutto	113 187	84 678
II. Korekty razem	47 245	48 377
1. Udział w (zyskach) stratach netto jednostek podporządkowanych wycenianych metodą praw własności	1 349	2 239
2. Amortyzacja	36 528	38 162
3. (Zyski) straty z tytułu różnic kursowych	757	1 714
4. Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	14 509	17 479
5. (Zysk) strata z działalności inwestycyjnej	6 366	(30 153)
6. Zmiana stanu zapasów	(67 435)	(103 713)
7. Zmiana stanu należności	(46 247)	(70 645)
8. Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	112 170	229 405
9. Zapłacony podatek dochodowy	(11 570)	(36 636)
10. Inne korekty netto	818	525
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I +/- II)	160 432	133 055
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I. Wpływy	181 517	258 598
1. Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	5 246	44 256
2. Zbycie jednostek zależnych pomniejszone o środki pieniężne tych jednostek	-	117
3. Nabycie jednostek zależnych pomniejszone o środki pieniężne tych jednostek	-	29
4. Spłata udzielonych pożyczek	168 281	206 830
5. Odsetki	7 097	7 266
6. Inne wpływy inwestycyjne netto	893	100
II. Wydatki	(267 142)	(335 095)
1. Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	(54 897)	(94 655)
2. Nabycie jednostek zależnych pomniejszone o środki pieniężne tych jednostek	(11 558)	-

3. Koszty nabycia spółki	-	(131)
4. Nabycie akcji jednostki stowarzyszonej	(5 433)	-
5. Nabycie pozostałych aktywów finansowych	-	(1 795)
6. Udzielone pożyczki	(192 405)	(233 133)
7. Inne wydatki inwestycyjne netto	(2 849)	(5 381)
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I - II)	(85 625)	(76 497)
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I. Wpływy	113 776	270 301
1. Wpływy netto z emisji akcji (wydania udziałów) i innych instrumentów kapitałowych oraz dopłat do kapitału	2 369	-
2. Kredyty i pożyczki, emisja dłużnych papierów wartościowych	111 407	270 301
II. Wydatki	(140 862)	(222 183)
1. Nabycie akcji własnych	(26 338)	(5 813)
2. Wykup udziałów niekontrolujących	-	(622)
3. Dywidendy i inne wypłaty na rzecz właścicieli	(22 620)	(33 557)
4. Dywidendy i inne udziały w zyskach wypłacone przez spółki zależne udziałowcom niekontrolującym	(3 063)	(3 349)
5. Spłaty kredytów i pożyczek, wykup dłużnych papierów wartościowych	(64 057)	(154 165)
6. Z tytułu innych zobowiązań finansowych	(1 552)	(1 830)
7. Odsetki	(23 232)	(22 837)
8. Inne wydatki finansowe netto	-	(10)
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I - II)	(27 086)	48 118
D. Przepływy pieniężne netto, razem (A.III +/- B.III +/- C.III)	47 721	104 676
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	47 721	104 676
- zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych	426	951
F. Środki pieniężne na początek okresu	114 684	162 405
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F +/- D)	162 405	267 081

Dane kontaktowe



Pelion S.A.

ul. Zbąszyńska 3
91-342 Łódź, Polska
e-mail: sekretariat_pelion@pelion.eu
www.pelion.eu

Biuro Zarządu

T: (+48 42) 200 75 10
F: (+48 42) 200 73 33
e-mail: biuro_zarzadu@pelion.eu

Relacje Inwestorskie

T: (+48 42) 200 78 05
F: (+48 42) 200 75 35
e-mail: investor_relations@pelion.eu

Biuro Prasowe

T: (+48 42) 200 75 94
F: (+48 42) 200 75 35
e-mail: biuro_prasowe@pelion.eu

CSR

T: (+48 42) 200 74 64
F: (+48 42) 200 75 35
e-mail: elzbieta_lacina@pelion.eu

SPRZEDAŻ HURTOWA



P G F

Polska Grupa Farmaceutyczna S.A.

ul. Zbąszyńska 3
91-342 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 74 44
F: (+48 42) 200 74 33
e-mail: pion_handlowy@pgf.com.pl
www.pgf.com.pl



Pharmapoint Sp. z o.o.

ul. Zbąszyńska 3
91-342 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 80 16
F: (+48 42) 613 33 77
e-mail: info@pharmapoint.pl
www.pharmapoint.pl

ZAOPATRZENIE SZPITALI



PGF Urtica Sp. z o.o.

ul. Krzemieniecka 120
54-613 Wrocław, Polska
T: (+48 71) 782 66 01
F: (+48 71) 782 66 09
e-mail: sekretariat@urtica.pgf.com.pl
www.urtica.com.pl

SPRZEDAŻ DETALICZNA

CEPD N.V.

Corporation of European
Pharmaceutical Distributors

CEPD N.V.

WTC Amsterdam, Tower A-7
Strawinskylaan 709,
1077 XX Amsterdam,
The Netherlands
T: (+31 20) 670 13 16
F: (+31 20) 670 44 28
e-mail: office@cepd.nl
www.cepd.nl

Biuro Prasowe

T: (+48 22) 329 64 16
F: (+48 22) 329 64 01
e-mail: pr@cepd.nl



DOZ S.A.

Al. Jerozolimskie 134
02-305 Warszawa, Polska
Eurocentrum Office Complex,
budynek „Beta”
T: (+48 22) 329 65 00
F: (+48 22) 329 64 01
e-mail: bzarzad@doz.pl
www.doz.pl



UAB NFG

Gedimino str. 13
LT-44318 Kaunas, Lithuania
T: +370 37 321199
F: +370 37 320220
e-mail: limedika@limedika.lt
www.limedika.lt
www.gintarine.lt
www.vaistine.lt

natura

Polbita Sp. z o.o.

ul. Ignacego Krasickiego 35
02-611 Warszawa, Polska

Biuro w Błoniach:

ul. Lesznowska 20 B
05-870 Błonie, Polska
T: (+48 22) 731 17 16
F: (+48 22) 731 17 60
e-mail: bok@polbita.com.pl
www.polbita.pl

USŁUGI DLA PRODUCENTÓW

pharmalink

Pharmalink Sp. z o.o.

ul. Zbąszyńska 3
91-342 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 80 12
F: (+48 42) 200 80 13
e-mail: logistyka@pharmalink.pl
www.pharmalink.pl

POZOSTAŁA DZIAŁALNOŚĆ



Farm-Serwis Sp. z o.o.

ul. Zbąszyńska 3
91-342 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 72 22
F: (+48 42) 200 71 80
e-mail: poczta@farm-serwis.pl
www.farm-serwis.pl



Business Support Solution S.A.

ul. Pojezierska 90 A
91-341 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 70 00
F: (+48 42) 200 74 32
e-mail: bss@bssce.com
www.bssce.com



ePRUF S.A.

ul. Zbąszyńska 3
91-342 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 75 68
F: (+48 42) 200 78 99
e-mail: kontakt@epruf.pl
www.epruf.pl



PHARMENA S.A.

ul. Wólczańska 178
90-530 Łódź, Polska
T: (+48 42) 291 33 70
F: (+48 42) 291 33 71
e-mail: biuro@pharmena.com.pl
www.pharmena.pl



Eubioco S.A.

ul. Pojezierska 90A
91-341 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 79 30
F: (+48 42) 200 79 29
e-mail: eubioco@eubioco.eu
www.eubioco.eu



Fundacja „Dbam o Zdrowie”

ul. Kupiecka 11
03-046 Warszawa, Polska

Biuro w Łodzi:

ul. Zbąszyńska 3
91-342 Łódź, Polska
T: (+48 42) 200 75 50
F: (+48 42) 200 78 99
e-mail: fundacja@doz.pl
www.fundacja.doz.pl

