

## **Uriach aposta per la innovació com a palanca de creixement internacional**

- Uriach es posiciona com a referent europeu en Consumer Healthcare (CHC) i assoleix unes vendes de cent catorze milions d'euros en aquesta àrea de negoci
- La companyia consolida la seva presència a Itàlia, on ja es troba entre les cinc primeres empreses del segment de CHC
- Japó, Canadà i Corea impulsen el creixement de l'àrea B2B, amb l'antihistamínic Rupatadina com a punta de llança
- Uriach tanca el 2018 amb una facturació de cent noranta-sis milions d'euros, un 13% més que l'any anterior, creixent a doble dígit per sisè any consecutiu

**Barcelona, 4 de juliol de 2019.-** Uriach es posiciona com a referent europeu en Consumer Healthcare (CHC). La innovació com a palanca per a llançar nous productes diferencials, la consolidació al mercat italià, així com el desenvolupament del negoci a Portugal, han impulsat l'àrea de CHC de la companyia, que ha registrat unes vendes de cent catorze milions d'euros, un 19% més que al 2018, convertint-se en el motor estratègic de creixement de la companyia.

Per mercats, la divisió de Consumer Healthcare d'Uriach ha registrat un increment del 30% de la facturació a Itàlia, assolint la xifra de quaranta-dos milions d'euros. L'adquisició el passat any de Progin e i AR Fitofarma, empreses especialitzades en la comercialització de complements alimentaris innovadors promocionats en visita mèdica, ha impulsat les vendes al país transalpí. "L'aposta per créixer a Itàlia ha resultat tot un encert. En tot just quatre anys, hem aconseguit entrar al top cinc de companyies de Consumer Healthcare d'aquest país", assegura Oriol Segarra, conseller delegat d'Uriach. Segarra afegeix que "El nostre full de ruta d'internacionalització consisteix en implementar el que hem fet a Itàlia i estem fent a Portugal a d'altres països clau del continent, fins arribar a convertir-nos en un dels *players* rellevants a Europa".

A Portugal, Uriach ha facturat sis milions d'euros, un 25% més que a l'exercici anterior, seguint el mateix camí de creixement que al companyia ha dut a terme a Itàlia. "Preferim créixer de manera ordenada i amb passes sòlides, convertint-nos en una empresa líder als països on entrem, en comptes de guanyar una presència irrellevant a molts territoris. El nostre objectiu no és poder dir que tenim filials a molts països, sinó que liderem més territoris estratègics", assegura Oriol Segarra.

## NOTA DE PREMSA

### Departament de Comunicació

Al mercat espanyol, per part seva, Uriach ha continuat com a líder al negoci de la divisió amb un total de seixanta-tres milions d'euros en vendes, amb un creixement que duplica el que ha experimentat el mercat a Espanya durant el mateix exercici.

A més d'aquest impuls que donen les filials a països clau d'Europa, el negoci Consumer Healthcare també ha engegat amb força la venda a la resta del món en forma d'acords de distribució. En aquest sentit, destaquen acords de comercialització de Fisiocrem a Amèrica Llatina, de productes de Laborest (filial italiana d'Uriach) a diferents països, o l'entrada de les marques Aquilea e Innovage al mercat xinès a través del eCommerce Tmall, una plataforma del gegant Alibaba. Un darrer format que impulsa el creixement de Consumer Healthcare són els acords amb companyies d'altres països per comercialitzar conjuntament el portfoli d'Uriach, per exemple a Grècia o Romania, on ja han arrancat aquestes activitats que potencialment podrien convertir-se en noves filials al futur.

#### La innovació i la col·laboració com a pilars de creixement

La companyia ha centrat el desenvolupament de la divisió de Consumer Healthcare en la innovació, tant en els processos com en el producte que arriba al consumidor, el que ha permès a Uriach ampliar el seu portfoli amb el llançament de productes innovadors i pioners al mercat. Entre ells, destaquen Aquilea Colesterol, l'únic producte natural que redueix el colesterol actuant sobre les seves tres principals causes, o el Cannabix, una crema d'ús tòpic que conté com a ingredient principal Cannabidiol (CBD), un fitocannabinoide que s'extreu de la planta de Cannabis, entre d'altres. **"Uriach porta innovant més de 180 anys, en cas contrari mai hagués sobreviscut tant de temps. Forma part del nostre ADN i, a l'era de la innovació, hem de potenciar aquest caràcter disruptiu que té la companyia des que va néixer. Innovem per diferenciar-nos de la resta competidors. No només en productes, sinó també en processos i, sobre tot, en cultura i persones"** assegura Oriol Segarra.

En aquest sentit, la companyia està centrada en projectes d'innovació oberta (per exemple, *bootcamps*, per generar i desenvolupar idees internament i impulsar la intraempreneduria o la construcció d'un "radar" per detectar la innovació allà on es produeixi, el que investiguen *start-ups* a tot el món, etc, en col·laboració amb altres empreses del sector d'altres països) i de col·laboració amb empreses líders en altres sectors (metodologia Open-Bridge per desenvolupar idees col·laboratives), amb les que intercanviar coneixement amb l'objectiu de trobar noves solucions que permetin millorar la seva activitat i oferir un millor producte al consumidor. L'aposta per la innovació és un pilar i una de les principals armes per assolir els objectius estratègics que ha començat a donar els seus fruits com l'obtenció, per tercer any consecutiu, del Producte de l'Any a diferents productes de la companyia per la seva innovació (el darrer en afegir-se a aquesta llista ha estat Aquilea Colesterol).

Als nous llançaments, se suma el fort creixement orgànic de marques com Aquilea®, Fisiocrem®, Aero-Red®, Biodramina®, Innovage® o Halibut®, entre d'altres, que permeten a Uriach donar

continuïtat al seu ampli portfoli i consolidar els seus objectius estratègics en Consumer Healthcare.

### **La Rupatadina es consolida al Japó**

Per la seva banda, l'altra gran àrea de la companyia, el negoci B2B (Business to Business) basat en la comercialització de les molècules de prescripció, principis actius i genèrics desenvolupats per la I+D d'Uriach a través d'acords de llicències i distribució, ha registrat una facturació de vuitanta-dos milions d'euros, amb un creixement del 5% respecte l'any anterior. En aquesta divisió, el principal focus de creixement durant l'any passat ha estat el desenvolupament dels nous territoris en els quals s'ha llançat recentment la Rupatadina, principalment Japó, a més d'altres països entre els que destaquen Canadà i Corea. L'èxit que aquest producte ja ha tingut en més de 60 països es repeteix en aquests nous territoris, especialment al Japó (el mercat més gran del món pels productes antihistamínics) on el comercialitza la farmacèutica Mitsubishi Tanabe, un dels líders del mercat i que ambiciona posicionar-lo com el producte líder de Japó. Així mateix, el bon comportament de Rupatadina a Canadà i altres països, impulsen aquest producte que segueix creixent malgrat la sortida dels genèrics a Europa.

La suma dels mercats de Consumer Healthcare i Business to Business possibiliten a Uriach assolir una notable presència internacional, amb vendes en més de 70 països de les principals regions del món. Així, al 2018 les vendes fora d'Espanya van representar prop del 60% de la facturació total de la companyia, més del doble que fa tan sols cinc anys, quan superaven poc més del 25%.

### **Resultats del 2018**

A través del creixement en les seves dues divisions de negoci, Uriach ha tancat l'exercici 2018 amb una facturació de cent noranta-sis milions d'euros, un 13% més que l'any anterior. Així mateix, l'ebitda es va situar en 41 milions d'euros. Aquest resultat compleix amb les previsions del Pla Estratègic 2018-2022, que es marca com a objectiu assolir la xifra de facturació de tres cents milions d'euros i incrementar la presència directa a Europa.

### **Les persones, el cor de les operacions**

Uriach entén a les persones com l'element clau en el creixement de l'organització i impulsa el canvi cultural com a palanca de transformació de la cultura corporativa. Actualment, la companyia compta amb més de mil col·laboradors, havent incorporat en el darrer any prop de dos cents professionals (en part derivats de les adquisicions realitzades). Les iniciatives i polítiques de gestió de persones d'Uriach han contribuït a l'obtenció del certificat Top Employers 2019, per tercer any consecutiu, reconeixement que obtenen les organitzacions que proporcionen una experiència de feina extraordinària als seus col·laboradors.

Polígon Ind. Riera de Caldes  
Avinguda Camí Reial, 51-57  
08184 Palau-solità i Plegamans  
Barcelona – Spain  
T. 902 471 511  
[www.uriach.com](http://www.uriach.com)

**NOTA DE PREMSA**  
**Departament de Comunicació**

### Sobre Uriach

Uriach és una companyia familiar dedicada a millorar la salut, la qualitat de vida i el benestar de les persones en tot el món. L'empresa està constituïda per dues àrees de negoci: Consumer Healthcare (productes OTC i Natural Care) i Business to Business (que inclou NCEs, Generics i Contract Manufacturing).

Amb presència directa a Espanya, Itàlia i Portugal, es troba en plena expansió internacional venent els seus productes a més de 70 països.

Nascuda al 1838, l'empresa ha mantingut un model de negoci sostenible i rentable des de la seva fundació. Uriach compta amb dos centres productius ubicats en la província de Barcelona que es dediquen a la fabricació de principis actius i productes farmacèutics, tant pròpia com per tercers.

La companyia, formada per més de 1.000 col·laboradors, ostenta el certificat Top Employers per tercer any consecutiu.

Para a més informació:

Roman:

**Enric Blanch**

e.blanch@romanrm.com

+34 934 142 340

+34 646 239 326

**Paola Rives**

p.rives@romanrm.com

+ 34 934 142 340

Uriach:

**Belén Badia**

**Directora de Comunicació**

belen.badia@uriach.com

+34 938 630 13

+34 619 688 199

**Oriol Giménez**

**Head of Corporate Comms**

oriol.gimenez@uriach.com

+34 938 630 187

+34 635 565 045