

Pharma kronos

QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE FARMACEUTICA

Novartis +14% in primo semestre '07

Novartis ha registrato nel primo semestre di quest'anno un 'balzo' in avanti del 14% dell'utile netto, salito a 4,2 miliardi di dollari. Il fatturato è aumentato del 14%, raggiungendo 19,9 miliardi di dollari. L'utile per azione cresce anch'esso del 14%, a 1,78 dollari per azione. Questi i numeri sull'andamento dei primi sei mesi di quest'anno. "Tutte le aree del nostro portafoglio strategico, concentrato sulla salute - commenta il presidente e Ceo Novartis, Daniel Vasella - hanno prodotto buoni risultati nella prima metà dell'anno, nonostante alcune difficoltà con cui la divisione farmaceutici ha dovuto confrontarsi. Quest'anno abbiamo già ottenuto sette importanti approvazioni e altre sono attese nella seconda metà del 2007. Ottime le performance registrate da Sandoz, la divisione generici, e dal settore Vaccini e diagnostica". La crescita a due cifre è stata sostenuta dal dinamismo di Sandoz e di Vaccini diagnostica e dalle performance dei Farmaceutici e di Consumer Health. Una crescita determinata per il 7% dall'aumento dei volumi e per il 3% dalle acquisizioni, mentre gli effetti valutari positivi hanno inciso per il 3% e i prezzi per l'1%. Il fatturato dei farmaceutici registra, nel primo semestre 2007, un +12% a 12 miliardi di dollari.

» Segue a pagina 3

Generici verso i due miliardi di euro Il mercato dei farmaci 'a basso costo' promette di arrivarci nel 2010

Oltre due miliardi di euro. E' quanto 'promette' il mercato italiano dei farmaci generici che nel 2010 potrebbe totalizzare volumi di vendite a diversi zeri: 2 miliardi e 68 milioni per l'esattezza. E arrivare a guadagnare una fetta consistente sul mercato retail pari al 17%. 'Complice' della previsione rosea, ovviamente, la scadenza dei brevetti di oltre 80 molecole,

prevista da qui a tre anni. Sono alcune stime, elaborate da Assogenerici e contenute in una pubblicazione sul tema dei "Medicinali equivalenti e di marca". Dati, dunque, che se ipotizzano vendite nel 2007 per 1 miliardo 760 milioni, prevedono per gli anni a venire una crescita costante.

Federica Iannetti
» Segue a pagina 3



» ALL'INTERNO

Lo conferma un'indagine condotta negli Usa su spot Dtc per medicinali

Internet batte la tv per pubblicizzare i farmaci

Accordo con Pfizer per Zarontin, la cui produzione potrebbe essere sospesa

Aifa assicura disponibilità per antiepilettico

La spagnola offre 376 milioni di euro per comparto Dermatologia Reckitt Benckiser

Almirall punta a Hermal

Fondi di 130 milioni per l'azienda milanese specializzata nella ricerca di nuovi farmaci

Unicredit finanzia Nerviano Medical Sciences

» PHARMAMARKET IBM-ASTRAZENECA, ACCORDO DA 1,7 MILIARDI

Il colosso dell'informatica Ibm e AstraZeneca hanno stretto un accordo da un miliardo e 700 milioni di dollari per la fornitura di infrastrutture per la Information Technology (IT) in 45 Paesi del mondo dove l'azienda anglo-svedese ha una sede. Il contratto durerà sette anni, in cui Ibm fornirà ad AstraZeneca, servizi informatici di vario genere, incluso il supporto a 360 gradi, anche se l'azienda farmaceutica manterrà il controllo della strategia tecnica, come dello sviluppo dei sistemi applicativi. Secondo i termini dell'accordo, 1.200 dipendenti di AstraZeneca che si occupavano di IT, principalmente in Gran Bretagna, Stati Uniti e Svezia, saranno trasferiti in Ibm.



La salute passa dalla corretta
informazione



Internet batte la Tv per pubblicizzare i farmaci

I risultati di un'indagine Usa sulla promozione DTC dei prodotti

Internet 'batte' la televisione quanto a fondi destinati dalle aziende farmaceutiche per pubblicizzare i propri prodotti. Lo assicura l'indagine annuale Dtc Industry Check-up condotta da Cegedim Dendrite, società specializzata americana che fotografa la situazione Oltreoceano della pubblicità diretta al consumatore e soprattutto gli investimenti delle industrie in questo campo.

Il sondaggio ha coinvolto 134 aziende, comprese farmaceutiche, agenzie di

pubblicità e di consulenza. Circa la metà degli intervistati afferma di prevedere un aumento delle spese per la promozione dei prodotti 'direct-to-consumer' (Dtc), cioè diretta al consumatore, ma solo un quarto si aspetta che esse aumentino più del 5% per quanto riguarda spot televisivi, radiofonici o invio di materiale promozionale per posta. Al contrario, la maggioranza degli intervistati assicura che gli investimenti più ingenti verranno effettuati nel campo dei nuovi media, dunque siti web, marketing

sui motori di ricerca, e-mail e newsletter. "L'industria sta diventando più sofisticata - assicura il general manager delle operazioni marketing di Cegedim Dendrite, Dominique Hurley - anche per quanto riguarda l'uso delle tecnologie a scopo pubblicitario. Anche se, secondo il 61% delle aziende - evidenzia - l'ostacolo maggiore per l'avanzamento in questo senso rimangono le leggi governative sul marketing farmaceutico".

Barbara Di Chiara

» ALMIRALL PUNTA A HERMAL

La casa farmaceutica spagnola Almirall ha offerto 376,4 milioni di euro (255 milioni di sterline) per acquistare il comparto di dermatologia della tedesca Reckitt Benckiser, chiamato Hermal. L'affare, che Almirall spera di concludere entro il mese di agosto, consentirebbe all'azienda di espandersi in tutta Europa, soprattutto nei mercati 'interessanti' di Gran Bretagna e Polonia, e di 'mettere le mani' sulla produzione di farmaci contro l'eczema, l'acne, la psoriasi e altre malattie della pelle. Hermal è attualmente presente in 14 Paesi europei ed era stata acquistata da Reckitt nel gennaio del 2006 come 'costola' dell'inglese Boots Healthcare International (Bhi). All'epoca Bhi fece sapere che Hermal rappresentava l'1% delle vendite nette e dei profitti operativi dell'intero gruppo.

» UNICREDIT FINANZIA NERVIANO

Unicredit sosterrà con un finanziamento di 130 milioni di euro i piani di sviluppo di Nerviano Medical Sciences (Nms), l'azienda milanese specializzata nella ricerca di nuovi farmaci, nei servizi scientifici e nella produzione di medicinali anticancro. L'operazione di finanziamento, perfezionata in questi giorni, è stata proposta da Unicredit Banca d'impresa, dopo una valutazione positiva dei piani industriali del Nerviano Medical Sciences per il 2007-2011. Le risorse verranno articolate in tre linee di credito, da destinare all'attività di ricerca e sviluppo di terapie antitumorali innovative e all'ulteriore sviluppo di mercato. UniCredit Banca d'Impresa, spiega Giampiero Duglio, ad di Nms, "è stato il principale partner finanziario dell'azienda fin dallo spin-off da Pfizer, nel maggio 2004".

Novartis +14% in primo semestre '07

Segue dalla prima - . L'aumento - spiega Novartis - è dovuto alla consistente crescita dei due farmaci più venduti: l'antipertensivo Diovan/Tareg (2,4 mld dollari) e l'antileucemico Gleevec/Glivec (1,4 mld dollari), entrambi 'numero uno' all'interno della loro classe terapeutica. Per il futuro, all'interno di un riposizionamento strategico delle sue attività, Novartis intende concentrare gli investimenti nell'area della salute. Saranno prese in considerazione acquisizioni mirate a rafforzare il portafoglio in quest'area. Entro il 2007, inoltre, saranno completate le dismissioni delle attività non correlate al core-business.

Per quanto riguarda Novartis Italia, per un fatturato di 648 milioni di euro le attività della casa farmaceutica svizzera nel nostro Paese registrano, nel primo semestre 2007, una crescita del 2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un aumento indipendente dai farmaceutici - indica l'azienda - settore che si è dovuto confrontare con le difficoltà di un mercato stagnante e con una politica dei prezzi fortemente penalizzante. Continua il trend favorevole, invece, per la divisione generici Sandoz, crescono gli investimenti in ricerca e si conferma in espansione l'export, che aumenta del 38% anche per effetto delle recenti acquisizioni nel settore dei vaccini. "In questi mesi le risorse destinate alla Ricerca & Sviluppo sono aumentate del 27% - dichiara Marco Venturelli, amministratore delegato di Novartis Italia - e il nostro impegno nell'innovazione si è rafforzato sia nella ricerca di base sui vaccini sia nello sviluppo di studi clinici farmaceutici. Con l'incremento delle attività in ricerca e produzione, diamo anche credito ai segnali incoraggianti provenienti dalle autorità di Governo, che si dimostrano consapevoli del ruolo che il settore farmaceutico può svolgere".

Adelisa Maio

Le prime dieci aziende assorbono il 90% del mercato

Generici verso i due miliardi

La previsione entro il 2010 a valori e volumi

Segue dalla prima - Un settore, quello dei generici, che in Italia è caratterizzato da una forte concentrazione delle aziende che commercializzano i 'senza griffe': le prime dieci, infatti, assorbono circa il 90% del mercato (Teva Pharma Italia, Eg, Ratiopharm, Merckgenerics, Doc generici, Hexal, Sandoz, Molteni, Eurospital, Fresenius). Per queste, e altre imprese, si prospetta dunque un futuro prossimo 'interessante': entro il 2011 infatti scadranno brevetti che coprono aree terapeutiche rilevanti per il Ssn, e ciò aprirà una nuova fase di lancio per molti equivalenti. E, forse, un cambiamento anche nella classifica dei più venduti nel mercato 'generico', che oggi (a marzo 2007) vede al top delle vendite cinque molecole: lansoprazolo (7,19%), lorazepam (6,74%), amoxicillina (4,51%), ceftriaxone (4,13%) e gabapentin (3,72%). Il calendario delle scadenze brevettuali - secondo Assogenerici - indica per il 2007 la 'perdita' della protezione per ben 31 molecole, e definisce l'anno in corso come punto di svolta per il mercato: diventeranno infatti genericabili ben due

statine (simvastatina e pravastina), l'omeprazolo, alcuni importanti antistaminici, il ramipril e il salbutamolo. Il 2008 vedrà scadere il brevetto di 18 molecole, mentre il 2009 sarà 'l'anno X' per 17 prodotti con l'apertura ai generici di losartan, paroxetina, salmeterolo e pantoprazolo. Altre 16 brevetti cadranno nel 2010. Da qui le previsioni, calcolate in base a diverse variabili: oltre al mercato potenziale aperto dalle molecole con scadenza brevettale, la perdita di valore di questo mercato dovuta alla caduta del prezzo, determinata dal sistema del prezzo di riferimento e l'erosione di quota in volume sulla molecola a favore dell'equivalente rispetto ai branded. Al momento (dati 'sell in' marzo 2007) i generici puri assorbono il 7,1% dell'intero mercato farmaceutico per unità e il 3,7% per valore. Ma combinando, rispetto al canale retail, le dinamiche del mercato alle proiezioni di vendite, si arriva alla previsione per il 2010 che 'regala' al generico una quota a valore del 17,2%.

Federica Iannetti

Aifa assicura disponibilità Zarontin

Disponibilità "presente e futura" del farmaco antiepilettico Zarontin, la cui produzione potrebbe essere sospesa da Pfizer. A rassicurare i malati italiani è l'Aifa "a cui è ben nota la rilevanza e la assoluta indispensabilità del prodotto". Dopo una serie di incontri con Pfizer, l'Aifa spiega che "le conclusioni e le iniziative concordate prevedono che il farmaco a base di etosuccinimide capsule molli 250 mg, confezione da 100 unità, verrà importata, su autorizzazione Aifa già rilasciata, dal fornitore Gerot, attuale produttore austriaco del farmaco per numerosi Paesi europei". Il medicinale "sarà ricevuto e stoccato presso il depositario di Pfizer, Pieffe Depositi srl. in Italia. Il prodotto sarà in confezionamento estero ma accompagnato da un foglio illustrativo in lingua italiana". L'agenzia ha inoltre stretto un accordo molto articolato con Federfarma proprio su Zarontin. Per tutte le altre misure consultare il sito dell'Aifa: www.agenziafarmaco.it



La comunicazione in... forma

Corsi personalizzati di comunicazione, media training e crisis management