

Piata produselor farmaceutice din România in contextul globalizarii afacerilor

Ramona FLOREA & Radu FLOREA
Universitatea "George Bacovia", Bacău, ROMANIA

Keywords: *pharmaceutical products, global market, domestic market, market survey.*

Abstract: Global and national pharmaceutical market witnessed an important development during the last 20 years. This work aims to identify the main tendencies in the evolution of these markets and also the main factors determining this important growth. In order to develop this research we used different national and international reports and statistical data which allowed us to identify the market evolution.

Potrivit International Medical Statistics¹, *piața mondială a produselor farmaceutice* a atins în anul 2006 nivelul de 643 miliarde dolari, în creștere cu 7% față de 2005. Un studiu realizat de firma de cercetare IMS Health² arată că această creștere apare pe fondul avansului semnificativ al vânzărilor înregistrate pe piața Statelor Unite și a cererii ridicate pentru produsele de nișă.

Această creștere de 7% apare după o perioadă de timp în care piața de produse farmaceutice a consemnat un avans mai lent, cauzat de expirarea patentelor mai multor medicamente, reducerea cheltuielilor publice pentru sănătate și lipsa productivității proceselor de cercetare. Astfel, după o creștere de 11,8% în anul 2001, ritmul de creștere al vânzărilor de medicamente a încetinit continuu, coborând până la 6,8% în 2005.

La nivel regional, din punct de vedere al ritmului de creștere înregistrat se diferențiază următoarele categorii de piețe:

- piețele relativ stabile, cu un ritm mediu de creștere de circa 5%-10% (SUA, Canada, țările Uniunii Europene),
- piețele cu ritm de creștere moderat 10%-15% (celelalte state europene, inclusiv România);
- piețele cu ritmuri de creștere de peste 15% (statele Americii Latine și de Sud, India).

¹ IMS (International Medical Statistics) – buletine lunare , WOOD MACKENZIE – Pharmaceutical Overview 1999-2005

² www.pharmexec.com – Annual Report on the World's Top 50 Pharmaceuticals Companies, mai 2007

Vânzările consemnate în Statele Unite, cea mai mare piață de produse farmaceutice la nivel mondial, au crescut cu 8,3% anul trecut, în condițiile în care avansul s-a plasat la 5,4% în 2005.

Una dintre cele mai importante creșteri s-a înregistrat pe piața indiană, unde vânzările au crescut cu 17,4%, ajungând la 7,3 miliarde de dolari ca urmare a dezvoltării economice a Indiei din ultima perioadă. În China, ritmul de creștere a vânzărilor de produse farmaceutice a scăzut de la 21%, nivel atins în anul 2005, la 12,3% în 2006, iar valoarea produselor comercializate în acest an a fost de 13,4 miliarde dolari. Acest declin a fost determinat de campania guvernului chinez de limitare a promovării produselor farmaceutice cu ajutorul medicilor.

În ceea ce privește *structura pieței produselor farmaceutice*, se observă că în anul 2006 vânzările de medicamente cu prescripție au înregistrat un ritm de creștere de 11% față de anul precedent, atingând un nivel de 230 de miliarde de dolari. Medicamentele pentru tratarea cancerului s-au aflat în topul clasamentului celor mai căutate produse farmaceutice, cu vânzări de 34,6 miliarde dolari, în creștere cu aproape 21% față de 2005.

Totodată, noile produse lansate de Pfizer și Bayer, respectiv Sutent și Nexavar, au contribuit la creșterea vânzărilor globale, alături de aprobarea unor noi utilizări pentru unele medicamente precum Avastin, de la Genentech și de lansarea în fabricație a 31 de medicamente noi, care reprezintă produse cu adevărat inovatoare, care garantează tratamente eficiente.

Din punct de vedere al claselor terapeutice, 37% din valoarea pieței mondiale a produselor farmaceutice, adică aproximativ 180 miliarde Euro, este deținută de patru clase terapeutice: sistem cardiovascular, sistem nervos, tract digestiv și sistem respirator.

Tendența de creștere a pieței mondiale se va menține și în perioada viitoare, printre factorii – cheie de influență fiind menționați: creșterea rolului activităților de marketing-vânzări și a investițiilor companiilor multinaționale în produsele noi, actuale blockbuster; revoluția genomică (terapia genetică) care determină apariția unor noi tratamente moderne, costisitoare și țintite (ex. leucemie); dezvoltarea de medicamente prin biotehnologie; rata de îmbătrânire a populației și stilul de viață; și dezvoltarea unor piețe subdezvoltate (ex. China, India).

În figura numărul 1 este prezentată evoluția previzionată a vânzărilor produselor farmaceutice și repartiția acestora pe zone geografice pentru perioada 2005-2010.

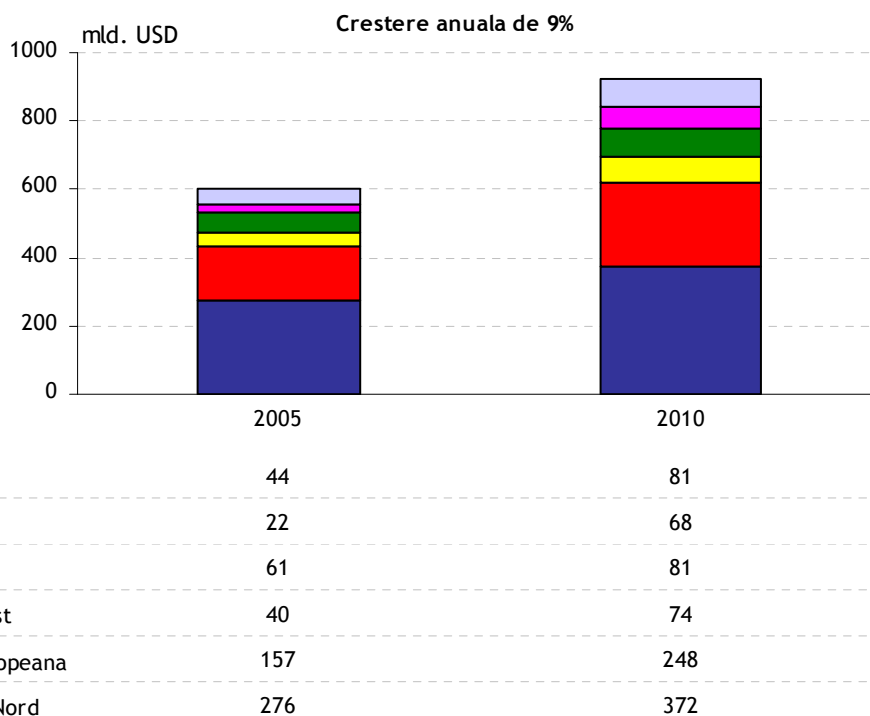


Figura nr. 1 Evoluția previzionată a vânzărilor produselor farmaceutice și repartiția pe zone geografice

Începând cu anul 2002 asistăm la expirarea unui număr impresionant de patente în valoare de aproximativ 68 miliarde Euro. Coroborat cu presiunea guvernelor asupra prețurilor și dezvoltarea piețelor de generice din Asia, Europa de Est și statele Latine se previzionează o creștere a ponderii medicamentelor generice în consum pentru principalele clase terapeutice³.

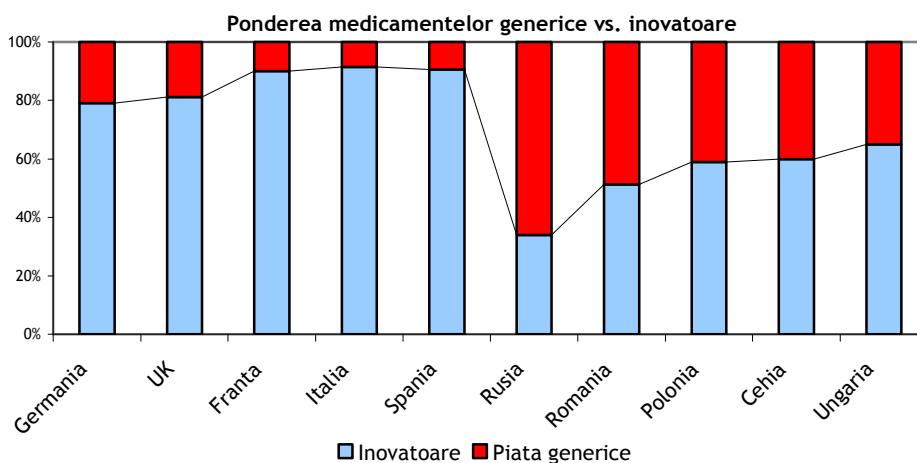


Figura nr. 2 Ponderea medicamentelor generice/inovatoare în total consum estimat pentru anul 2007

*Piața farmaceutică din România*⁴ se caracterizează printr-un ritm de creștere superior și un nivel ridicat al investițiilor străine directe ca urmare a integrării europene.

³ ESPICOM BUSINESS INTELLIGENCE – *World Generic Market Report 2006*

⁴ Cegedim Romania, 2003-2005, 2006 S1, INTELLINEWS – Romania Pharmaceutical Report 2005; RAIFFEISEN INVESTMENT – Romanian Pharmaceutical Market in 2006

Deși populația României a scăzut cu un milion de locuitori în perioada 1992-2005 (21,6 milioane locuitori) pe fondul unei fertilități scăzute (1,3 copii/familie, în loc de 2,1 care ar asigura înlocuirea populației) și creșterii migrației externe (aprox. 2 milioane de români se află legal în străinătate), piața produselor farmaceutice a înregistrat în ultimii 3 ani creșteri peste 15%.

În perioada 1996-2005, piața totală a crescut cu 16% în volum, cu 74% au crescut zilele de tratament, cu 130% a crescut prețul mediu pe zi al tratamentului și cu 301% la sută a crescut în valoare. Astfel, în anul 2006, piața produselor farmaceutice a fost de 5,175 miliarde RON, echivalentul a circa 1,55 miliarde de euro, înregistrând o creștere de 19% față de anul 2005.

Rata de creștere a pieței farmaceutice din România este una dintre cele mai mari în comparație cu statele din centrul și estul Europei, ocupând locul doi după Rusia. Piața farmaceutică a celor 12 state din centrul și estul Europei a ajuns la o valoare de 11,8 miliarde de euro și reprezintă mai puțin de 10 % din totalul pieței farmaceutice a UE 15 care a atins 162,2 miliarde de euro.

Cea mai spectaculoasă și constantă creștere o reprezintă piața medicamentelor cardiovasculare care a înregistrat un nivel crescut cu 35% față de anul 2005 ca urmare a creșterii duratei de viață, dar și campaniilor de promovare a acestor medicamente, realizate în ultimul timp.

Schematic, evoluția pieței românești a produselor farmaceutice este reprezentată în tabelul nr. 1.

Evoluția pieței românești a produselor farmaceutice în perioada 2002-2006

Tabel nr. 1

Anul	Milioane RON				
	2002	2003	2004	2005	2006
Piața produselor farmaceutice	2.445	2.764	3.890	4.594	5.175

În primele trei luni ale anului 2007, piața farmaceutică locală a crescut cu 25,3%, cu 10% mai mult față de estimările inițiale, și cu un ritm de trei ori mai mare decât în primul trimestru din 2006, până la valoarea de 1,56 mld. lei (462,7 mil. euro).

În această perioadă, vânzările prin intermediul farmaciilor au consemnat un avans de 30,4%, iar cele prin intermediul spitalelor cu numai 6,8%, potrivit ultimului raport al companiei de cercetare a pieței Cegedim. Pe segmentul vânzărilor către farmacii, vânzările medicamentelor cu prescripție au crescut cel mai puternic, înregistrând un plus de 30,5%, în timp ce vânzările de medicamente care se eliberează fără prescripție s-au majorat cu 29,7%.

Totodată, se estimează că piața produselor farmaceutice va continua să crească cu o medie de 15 % până în 2010. Creșterea va fi determinată în principal de segmentul prescrierilor de medicamente (Rx), care se va tripla față de segmentul OTC, al medicamentelor care nu au nevoie de prescripție medicală. Mărirea se datorează mai ales suplimentării cheltuielilor guvernamentale pentru serviciile de sănătate și scăderii prețurilor.

Ca o particularitate a pieței locale, nivelul cheltuielilor pentru produse farmaceutice și sănătate este scăzut în România în comparație cu țările din restul Europei. Având o medie a cheltuielilor de 64 de euro pe cap de locuitor pentru produse farmaceutice, România este mult sub nivelul țărilor din estul Europei. Țara noastră atinge mai puțin o treime din consumul pe cap de locuitor al Cehiei, unde cheltuielile pentru produse farmaceutice pe cap de locuitor sunt de 186 de euro și aproape o zecime din cel al Franței, care alocă 567 de euro pe cap de locuitor în acest domeniu, așa cum rezultă din figura nr. 3

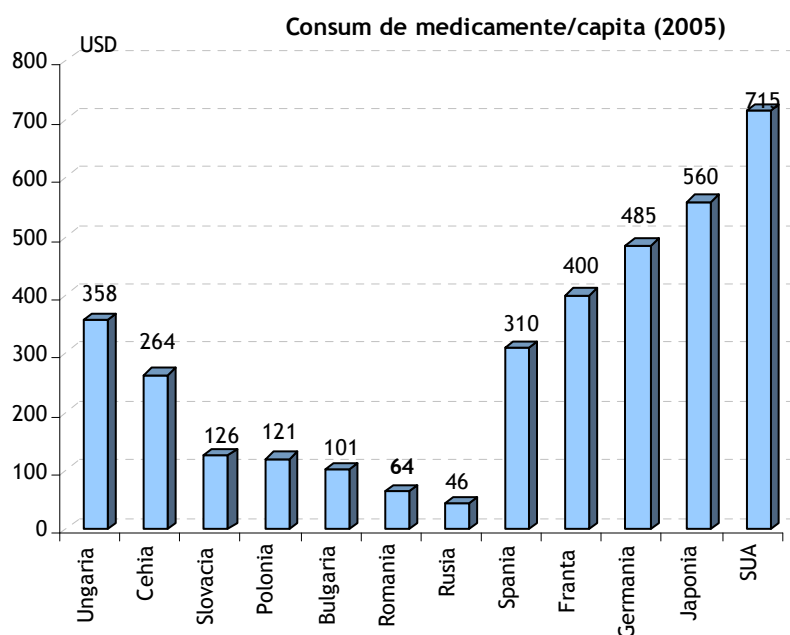


Figura. nr. 3 Consumul de medicamente / persoană în anul 2005

Puterea de cumpărare în creștere a consumatorilor⁵ și alocările guvernamentale de la buget, o utilizare mai largă a tratamentelor moderne și pătrunderea și utilizarea în creștere a produselor cu vânzare liberă vor contribui la alinierea pe termen mediu a consumului de medicamente din România la cel din țările europene. Totodată, expirarea patentelor deținute de companiile americane și vest-europene pentru medicamentele inovatoare începând cu anul 2002, în paralel cu un nivel ridicat al procentului din PIB alocat sănătății va determina în perioada următoare o creștere a consumului fizic de medicamente generice⁶. Pe acest fond, ponderea medicamentelor generice a crescut de la de la 44% în anul 2004 (1,7 miliarde RON) la 46% în 2006 (2,4 miliarde RON).

Analiza structurii ofertei de produse farmaceutice pe piața românească trebuie realizată din două unghiuri de vedere, și anume: sub aspectul naționalității companiilor care dețin o coată importantă de piață și sub aspectul canalelor de consum utilizate.

Analiza pieței produselor farmaceutice din România pe categorii de producători:

Anul 2004 a adus în premieră pentru piața farmaceutică din România o creștere semnificativă a vânzărilor fizice ale companiilor multinaționale (+32%), în timp ce producătorii români au înregistrat o creștere de doar 7%. Prezența în piață a companiilor multinaționale a crescut sub aspectul ponderii fizice (26% în anul 2003, 30% în 2004 și 38% în anul 2005), în paralel cu practicarea unor prețuri mult superioare prețului mediu al pieței (2004 – 1,132 RON comparativ cu media pieței de 0,447 RON).

De menționat că în perioada 2003-2004, în structura de calcul a produselor din import erau introduse o serie de marje/adaosuri: marja de import (9%), marja de risc valutar (9%) și marja de distribuție (3%-7%). Acestea influențează în mod artificial ponderea companiilor multinaționale în piața farmaceutică în raport cu producătorii români, al căror preț includea cel mult marja de distribuție.

După anul 2005, deși piața a continuat să aibă un ritm de creștere pozitiv (de peste 15%), acesta a fost influențat de reducerea prin politica guvernamentală a cuantumului de adaos comercial la medicamentele din import: marja de import (8,5%), marja de risc valutar (0%), marja de distribuitor (7,5%).

⁵ www.repped.com

⁶ BMI (Business Monitor International) – Pharmaceuticals & Healthcare Forecast Q1- 3 2006; SASA BAVEC, Head of marketing Lek – Central and Eastern European Pharmaceuticals Congress Trend from brand GX towards INN GX 2005

În anul 2006, liderul pieței farmaceutice a fost GlaxoSmithKline, cu o cotă de piață de 8,04%, urmat de Hoffman la Roche (7,14%), Novartis (6,19%) și Sanofi-Aventis (6,12%). Dintre producătorii români, Sicomed București - achiziționat anul trecut de compania cehă Zentiva - deține 4,7% din piață, în timp Terapia Cluj și Antibiotice Iași și au fiecare 4,5% respectiv 3,5% din piață. În perioada următoare, AVAS urmează să scoată la privatizare Antibiotice Iași, valoarea de piață fiind estimată între 130-180 milioane de euro. Alte companii care ar putea fi vizate de achiziții ar putea fi Labormed Pharma și Biofarm, ultima cotate pe Rasdaq.

În tabelul nr. 2 este prezentată evoluția pieței produselor farmaceutice din România pe categorii de producători în perioada 2003-2006.

Tabel nr.2

Evoluția pieței produselor farmaceutice din România pe categorii de producători în perioada 2003-2006

	Vânzări (mil RON)					Cota de piață (%)				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
Producători români	880	731	896	1.022	1.087	36	30	26	26	21
Companii multinaționale	1.645	2.033	2.994	3.572	4.088	64	70	74	74	79
TOTAL	2.445	2.764	3.890	4.594	5.175	100	100	100	100	100

Analiza pieței produselor farmaceutice din România pe canale de consum

Sub aspectul canalelor de consum, se constată că deși piața farmaceutică a înregistrat an de an un ritm de creștere semnificativ, ponderea vânzărilor pe segmentul HOSPITAL a scăzut continuu (de la 30% în 2003 la aproximativ 24% în anul 2005 și la în 2006). Aceasta scădere nu este apanajul reducerii consumului sau scăderii spectaculoase a prețului mediu unitar (doar 3% în perioada 2003-2004), ci rezultanta creșterii semnificative a ponderii segmentului retail, atât sub aspectul unităților fizice (+15%, în perioada 2003-2004), cât, în principal, prin majorarea prețului mediu cu peste 58% în aceeași perioadă.

Conform firmei de cercetare de piață Cegedim, în anul 2006, 80,6% din încasările industriei au fost reprezentate de retail, care a crescut cu 19,4%, în timp ce segmentul de produse furnizate spitalelor a stagnat, așa cum rezultă din tabelul nr. 3.

Tabel nr. 3

Evoluția pieței pharma din România pe canale de consum în perioada 2003-2005 (exprimare în preț de retail)

	Valoare (milioane RON)					Pondere în Total vânzări (%)				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
Hospital pharmacies	836,2	837	1.121	1.122	1.004	34,2	30,3	28,8	24,4	19,4
Retail pharmacies	1.608,8	1.927	2.769	3.472	4.171	65,8	69,7	71,2	75,6	80,6
TOTAL	2.445	2.764	3.890	4.594	5.175	100	100	100	100	100

Astfel, polul principal de consum, cu o tendință continuă de creștere, este reprezentat de către segmentul retail. În prezent, piața farmaceutică din România numără aproximativ 4.600 de farmacii active (75,6% din piața valoric), în timp ce segmentul hospital, cu o cotă de piață de 24%, acoperă aproximativ 460 de unități sanitare.

Caracteristica principală a spitalelor este sistemul centralizat sau parțial centralizat de achiziție a medicamentelor, prin licitații publice naționale (în cazul programelor de sănătate) și licitațiile electronice pentru consumul curent. Deși aparent lupta pe acest segment de piață capătă doar aspectul concurenței prin preț, nu trebuie ignorat faptul că spitalul – prin personalul de specialitate și urgență – este formatorul principal al cererii (a se vedea prescripțiile) din ambulatoriu (segment retail).

Analiza pieței produselor farmaceutice din România pe categorii de medicamente

În totalul pieței farmaceutice, medicamentele cu prescripție medicală (Rx) reprezintă ~84%, în timp ce segmentul medicamentelor fără prescripție medicală (OTC) deține o pondere de ~16%. Această pondere a produselor OTC s-a menținut la un nivel relativ constant ca urmare a unei gamei extrem de diverse de produse din diferite clase terapeutice și a unui nivel scăzut al consumului (medie 5 cutii/an/locuitor), așa cum rezultă din tabelul nr. 4.

Tabel nr. 4

Evoluția pieței pharma din România pe categorii de medicamente în perioada 2003-2005 (exprimare în preț de retail)

	Vânzări medicamente (mil. RON)				
	2002	2003	2004	2005	2006
Medicamente OTC	347,2	491	623	748	910
Medicamente RX (prescripție)	2.097,8	2.273	3.267	3.846	4.566

Statisticile Cegedim relevă faptul că, în anul 2006 de piața de retail RX a crescut cu 33% în volum și cu 295% în valoare, în timp ce piața de retail OTC (medicamente eliberate fără prescripție medicală) a crescut cu 15% în volum și cu 167% în valoare. În ceea ce privește piața de spital (Hospital), aceasta a scăzut în aceeași perioadă cu 46% în volum și a crescut cu 317% în valoare ca urmare a creșterii prețului mediu pe cutia de medicament.

Conform statisticilor internaționale populația României va scădea până la 16,5 milioane în 2050, din care jumătate va avea peste 60 de ani. În aceste condiții, fiecare persoană activă va plăti asigurările sociale și de sănătate pentru nouă persoane. Dacă în prezent din cele 21,6 milioane de locuitori, 10,5 milioane sunt adulți, 5 milioane copii și 6 milioane vârstnici, la mijlocul secolului XXI, pensionarii vor reprezenta mai mult de jumătate din populație.

În contextul macroeconomic și social al perioadei următoare piața farmaceutică din România va continua să înregistreze ritmuri de creștere pozitive, în paralel cu o apropiere a consumului de medicamente per capita de nivelul țărilor ce au aderat la Comunitatea Europeană în 2004 (Ungaria, Cehia, Polonia etc.). Schematic, evoluția consumului de medicamente în perioada 2004-2007 se prezintă că în figura nr. 4.

Evoluția pieței pharma și a consumului de medicamente 2004-2007

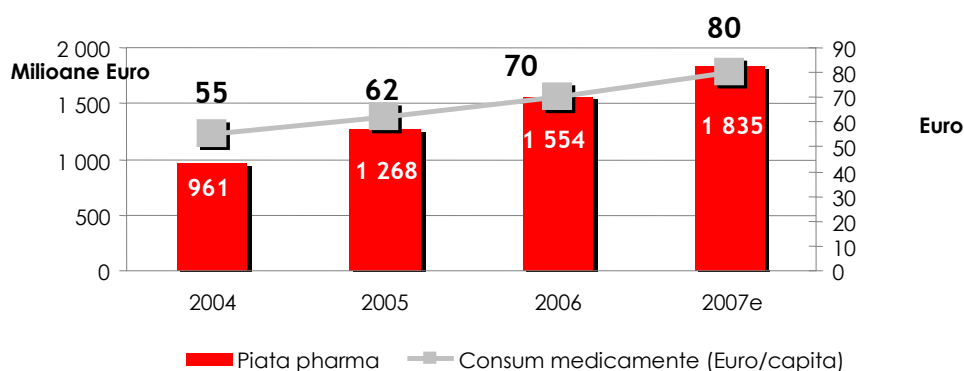


Figura nr. 4 Evoluția consumului de medicamente pe cap de locuitor în perioada 2004-2007 estimat

Modificările demografice, incidența ridicată a unor boli, dar și dezvoltarea ponderii medicamentelor generice vor determina o creștere ținută a valorii de piață pentru clase terapeutice ca: sistem cardiovascular, sistem nervos central, aparat respirator sau tract digestiv. În plus, se apreciază că în viitor vom asista la o modificare a portofoliului de medicamente compensate și gratuite prin diminuarea numărului de substanțe active la 2-3 produse și lărgirea paletei de medicamente fără prescripție (OTC) din categoria unguentelor și supozitoarelor.

În concluzie, se poate aprecia că în perioada viitoare, piața națională a produselor farmaceutice va continua să înregistreze un ritm de creștere susținut, net superior ritmului mediu național, ca urmare a modificărilor intervenite în plan demografic, social și a intensificării preocupărilor pentru îngrijirea sănătății și pentru valorificarea rezultatelor cercetării și descoperirii de tratamente ale cancerului, bolilor cardiovasculare, genetice, ale sistemului nervos etc.

Bibliografie

- Atamer, Tugrul. Calori, Roland. 2003. *Diagnostique et décisions stratégiques*. Paris: Dunod.
- Băcanu, Bogdan. 2006. *Practici de management strategic*. Iași: Polirom.
- Ciulu, Roxana. 2006. *Strategii concurențiale în managementul companiilor din industria farmaceutică*, rezumatul tezei de doctorat. Iași.
- Datculescu, Petre. 2006. *Cercetări de marketing*. București: Brandbuilders.
- Florea, Ramona. 1999. *Management strategic*. Iași: Tehnopress.
- Kotler, Philip. 2006. *Marketing Management*. ediția a 11-a. București: Teora.
- Șerban, Dumitru. 2004. *Statistică pentru studii de marketing și administrarea afacerilor*. București: ASE.

Reviste, Anuare, Publicații periodice:

- ***. 2005. Romania-Pharmaceutical & Healthcare Report 2005. In *Business Monitor International*. New York.
- ***. 2006. Pharmaceuticals & Healthcare Forecast. In *Q1 Business Monitor International*. New York.
- ***. 2007. Romanian Pharmaceutical Market Report 2003 – 2006. In *Raport Anual Cegecim Romania*. București.
- ***. 2006. World Generic Market Report 2006. In *Espicom Business Intelligence*. Washington.
- ***. 2007. Global Pharmaceutical Market Grow in 2006. In *IMS Health Reports*. New York.
- ***. 2006. Romania Pharmaceutical Report 2005. In *Intellinews*. London.
- ***. Annual Report on the World's Top 50 Pharmaceuticals Companies. New York.
- ***. Romanian Pharmaceutical Market in 2006. 2007. In *Raiffeisen Investment*. Munich.
- ***. 2005. Top 20 Countries Exporting Medicinal and Pharmaceutical Products. In *World Trade Analyzer*– July 2005. New York.

Adrese Internet:

- www.cegedim.ro
www.imshealth.com
www.medadnews.com
www.pharmexec.com
www.repmed.com