

MADRID RUEDA DE PRENSA

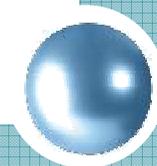
Miércoles, 4 de junio de 2008

Hotel Puerta de América

Intelligence.360

Global Pharmaceutical Perspectives

2007



A tener en cuenta...

- Todas las cifras que aparecen en la presentación se expresan en US\$ a valor constante
- CAGR (Compound Annual Growth Rate): Tasa Anual Compuesta de Crecimiento

Agenda



- La dinámica del sector farmacéutico en 2007
- *Harbingers of change* (Signos que anticipan el cambio)
- Preguntas y Respuestas

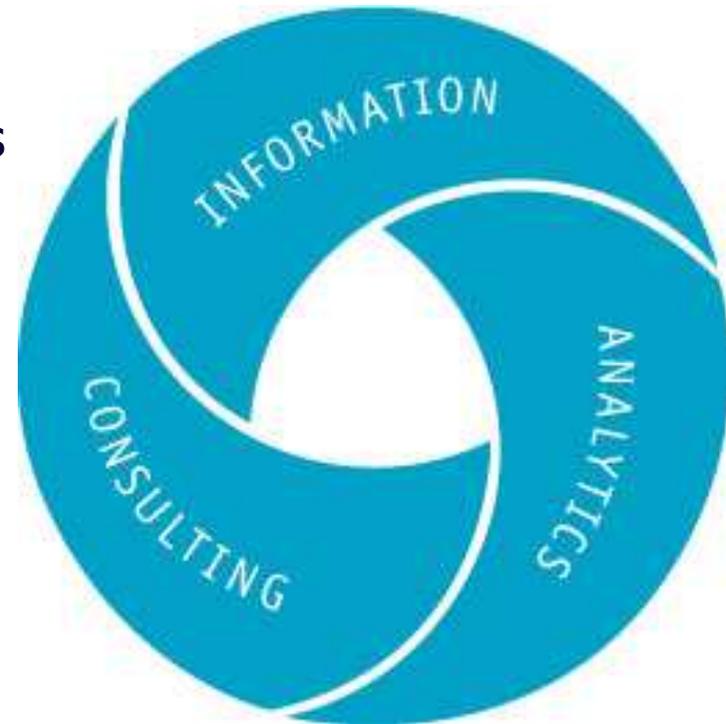
Una compañía global...

- IMS opera en más de 100 países
- 6.000 empleados en todo el mundo. Más de 1.500 consultores cualificados
- Una gama única de productos y servicios globales



Una oferta global...

- Ayudamos a nuestros clientes a hacerse las preguntas adecuadas
- Y les ofrecemos las mejores soluciones basadas en la evidencia
- Para facilitarles la toma de decisiones mas apropiadas



The IMS
"Continuum of Value"

INTELLIGENCE.360

Global Pharmaceutical Perspectives

2007



April 2008

Miercoles 4 de junio de 2008 •

6

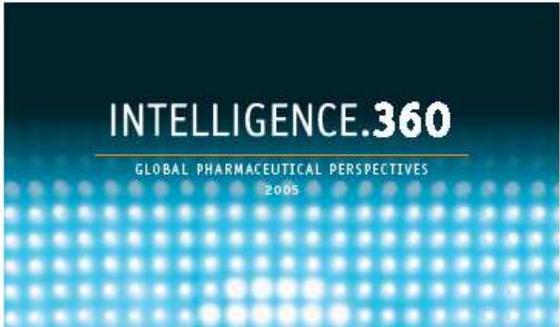
IMS INTELLIGENCE.360 2007

ims | INTELLIGENCE.
APPLIED.

HARBINGERS OF CHANGE

"Acontecimientos que son significativos por las implicaciones que sugieren para el mercado farmacéutico ...y por la magnitud de las decisiones que, algunos de los agentes, deberán tomar"

Los *signos del cambio*, que IMS ha identificado desde 2004, siguen siendo válidos y se han convertido en realidades del entorno actual

		
RETIRADA DE VIOXX- PRESIONES REGULATORIAS	REESTRUCTURACIÓN FUERZA DE VENTAS	FONDOS PRIVADOS PARA FINANCIAR EL COSTE DE LA INVESTIGACIÓN
LOS BIOGENÉRICOS ENTRAN EN EL MERCADO	DISMINUYE EL NUMERO DE NUEVOS LANZAMIENTOS	CRECE EL ATRACTIVO DE LA INDIA GRACIAS AL ACUERDO ADPIC
REEMBOLSO BASADO EN RESULTADOS EN SALUD	CAMBIOS EN EL MODELO DE DISTRIBUCIÓN	LAS COMPAÑÍAS REVISAN EL MODELO I+D
ALEMANIA MARCA LA AGENDA DEL "COST CONTAINMENT"	LAS AGENCIAS HTAs Y EL CONCEPTO HEALTH ECONOMICS LLEGA A USA	FUSIONES ENTRE COMPAÑÍAS MEDIANAS
OCCIDENTE SE FIJA EN JAPÓN	LANZAMIENTO DE NUEVAS VACUNAS	AUMENTO DEL PERIODO QUE TRANSCURRE ENTRE LA APROBACIÓN Y EL LANZAMIENTO
LA EXPANSIÓN DE CHINA COMO FUENTE DE CRECIMIENTO	EN ONCOLOGIA DISPONIBLE NO ES LO MISMO QUE ACCESIBLE	CADUCIDAD DE PATENTES Y APARICIÓN DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS
SUSTITUCIÓN POR GENÉRICOS	LA ECONOMÍA DE LA SALUD JUEGA UN PAPEL PRIMORDIAL	ONCOLOGÍA PRIORIDAD NUMERO 1
YA NO APARECERÁN NUEVOS BLOCKBUSTER	PACIENTES MÁS INFORMADOS	LA COBERTURA SANITARIA OBLIGATORIA EN ALGUNOS ESTADOS USA
LOS AGENTES REGULADORES Y EL CAMBIO A OTC	RELACION DEMOSTRADA NIVEL DE PRECIOS /VOLUMEN DE CONSUMO	ACTUACIÓN DE LAS AGENCIAS HTA
CONTROL DEL COMERCIO PARALELO ENTRE USA Y CANADÁ	LA INCERTIDUMBRE CONTINUA Y LOS CAMBIOS SE ACELERAN	TRAZABILIDAD DE LOS MEDICAMENTOS

Los *signos del cambio*, que IMS ha identificado desde 2004, siguen siendo válidos y se han convertido en realidades del entorno actual

2004

El pipeline en las compañías de farma evoluciona lentamente, tras el efecto de la retirada de VIOX que ha supuesto un **enfoque mucho más cauteloso**

Alemania sigue buscando nuevas medidas de **contención del gasto sanitario**. En toda Europa se implantan políticas de precios de referencia

Sanofi-Aventis anuncio planes para **doblar su negocio** en 3-4 años. GSK pretende conseguir la aprobación de 27 fármacos entre 2006 y 2009

China crecerá entre un 12-15% hasta 2010. Ello le convertirá en la séptima potencia mundial en términos de ventas

Más que nunca los blockbuster se dirigen al área de especialistas. Así fue en 2006 con 18 lanzamientos en el área de biotec

2005

Varias compañías anuncian **recortes en sus redes de ventas**. Se reduce el tiempo total dedicado a la visita medica

Siguen creciendo los lanzamientos en el área de especialistas. El negocio de AP supuso el 40% del crecimiento del mercado total en 2006

Dos compañías – Pfizer y AZ – **limitaron el número de mayoristas** para distribuir sus productos en UK

En USA se han completado 4 **estudios comparativos de efectividad** y se han iniciado otros cuatro. El NICE impuso nuevas reglas en Alzheimer e Hipertensión

En 2006 la FDA aprueba **Gardasil** (MSD contra el cáncer de cuello de útero), GSK entra en ese mercado con **Cervarix**. Se lanzaron otras vacunas en 2006

La toma de decisiones en base a criterios de coste/efectividad afecto a productos como Avastin, Erbitux y Herceptin

La incertidumbre continúa. Es imposible anticipar las acciones que, los diversos organismos financiadores pondrán en marcha, en lo que se refiere a precio y acceso

2006

Asia (sin Japón e incluyendo Australia y Nueva Zelanda) **crece un 13,3% y alcanza un 11%** del mercado global

Los **genéricos** representan alrededor del 65% del mercado en USA y Canadá y el 60% en Alemania y UK. En España, Italia y Francia se sitúan en el 35%

Oncología es el área terapéutica que más crece con un ratio del 16,2%. Avalado principalmente por las "targeted therapies"

Está demostrado el impacto positivo de terapias preventivas en áreas como CV, Diabetes o SNC. Existe mucha **incertidumbre respecto a la financiación** de las mismas

Agenda

- *Intelligence.360*



La dinámica del sector farmacéutico en 2007

- *Harbingers of change* (Signos que anticipan el cambio)
- Preguntas y Respuestas



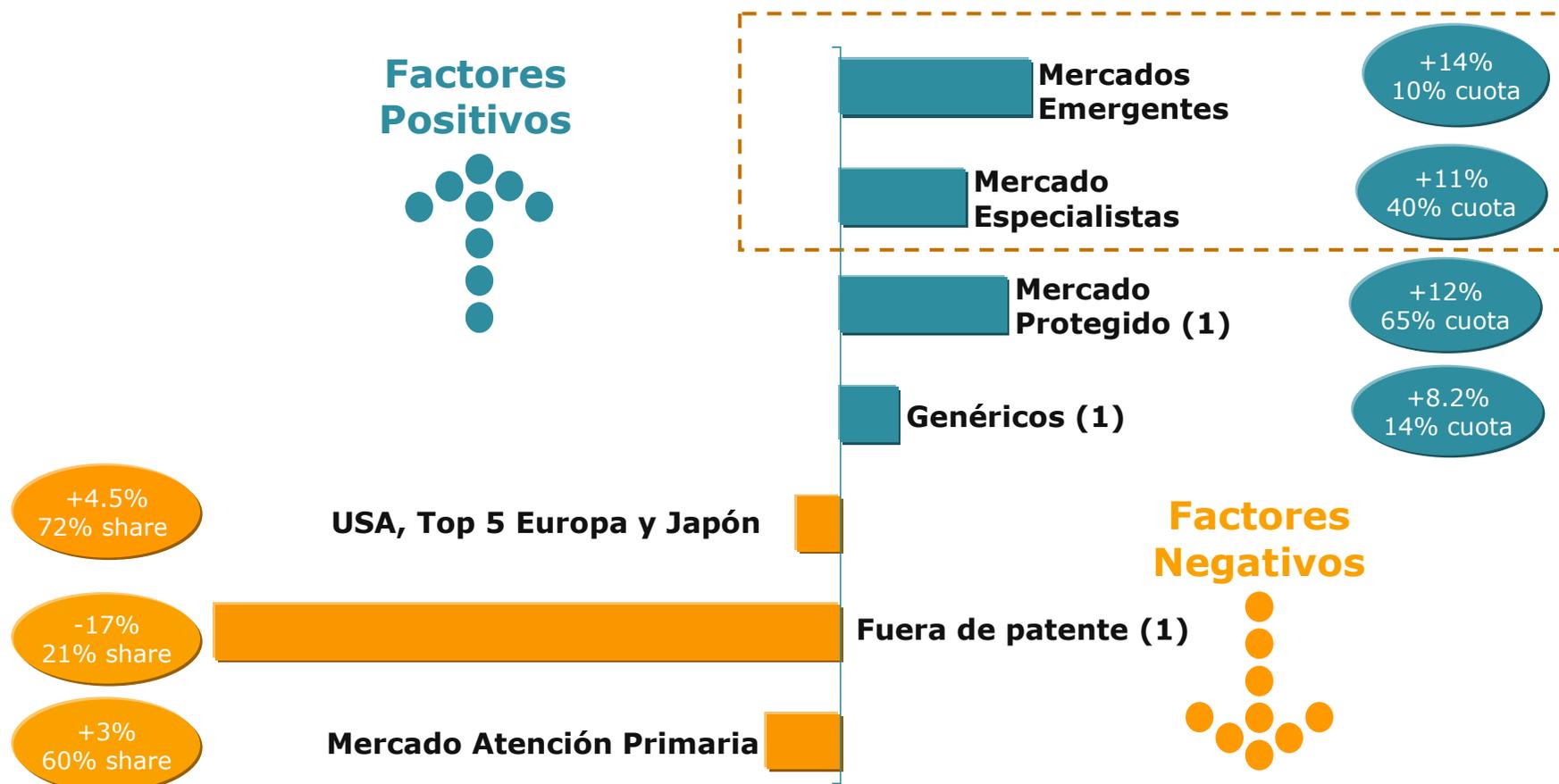
La nueva realidad es resultado de...

- La **desaceleración** que empezó en 2003 **continúa**. En el futuro el crecimiento se mantendrá por debajo del 10% y variará mucho entre regiones
- Los **mercados emergentes** presentan las mejores tasas de crecimiento
- **Pérdida de patentes** en la mayoría de las áreas terapéuticas
- La innovación se estanca y se concentra en productos de especialidad
- El mayor crecimiento viene de productos innovadores en las áreas de **Oncología y Biotecnología**
- Necesidad de **demostrar el valor del medicamento** y mayor exigencia a la hora de acordar el nivel de precio admisible



El crecimiento del mercado se origina en los segmentos más innovadores

Crecimiento del Mercado Farmacéutico Global 2007 (6.1%)

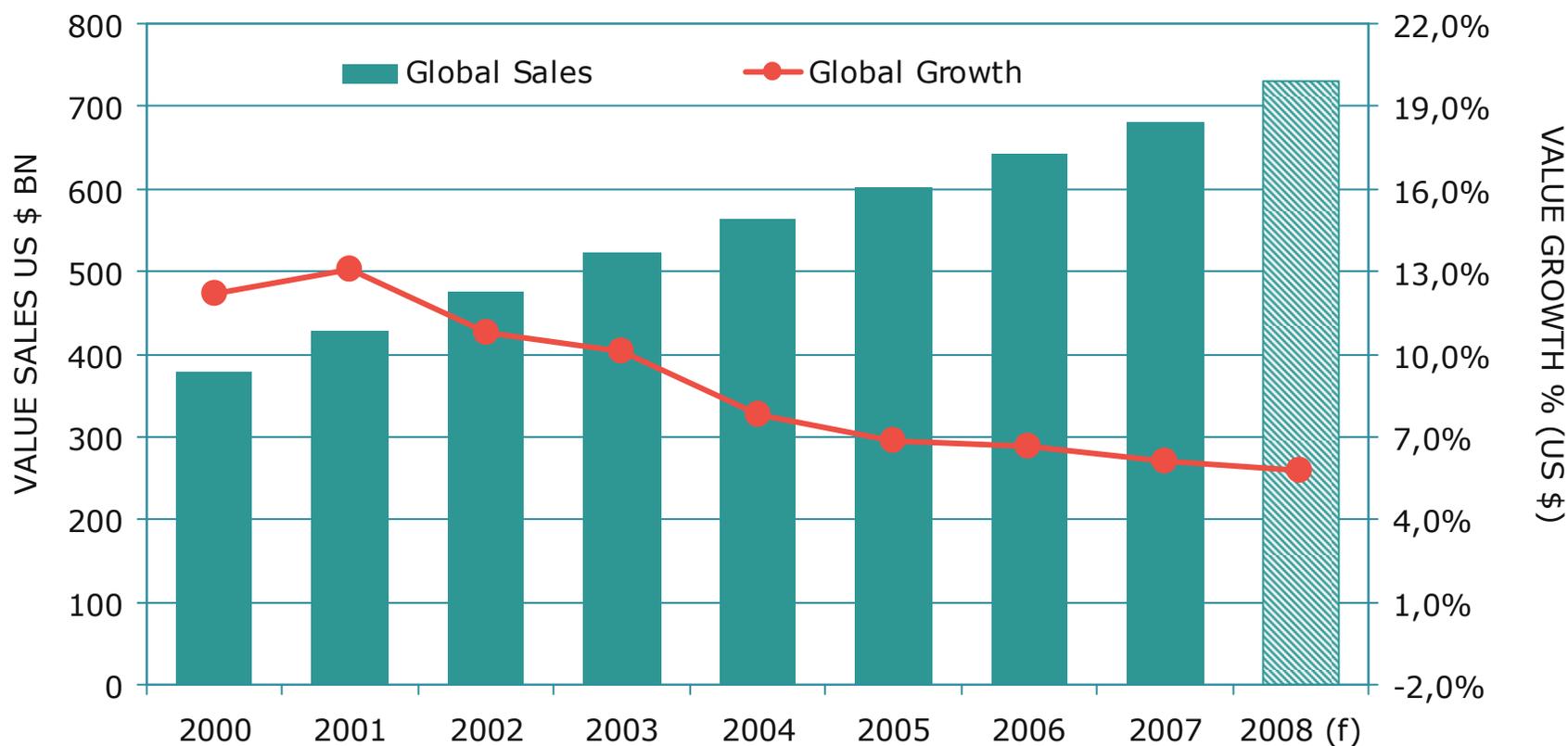


Fuente: IMS Health, MIDAS, MAT Dic 2007; (1) Market Segmentation disponible en ocho primeros mercados



El mercado farmacéutico global alcanza los \$681bn, el crecimiento baja al 6,1%

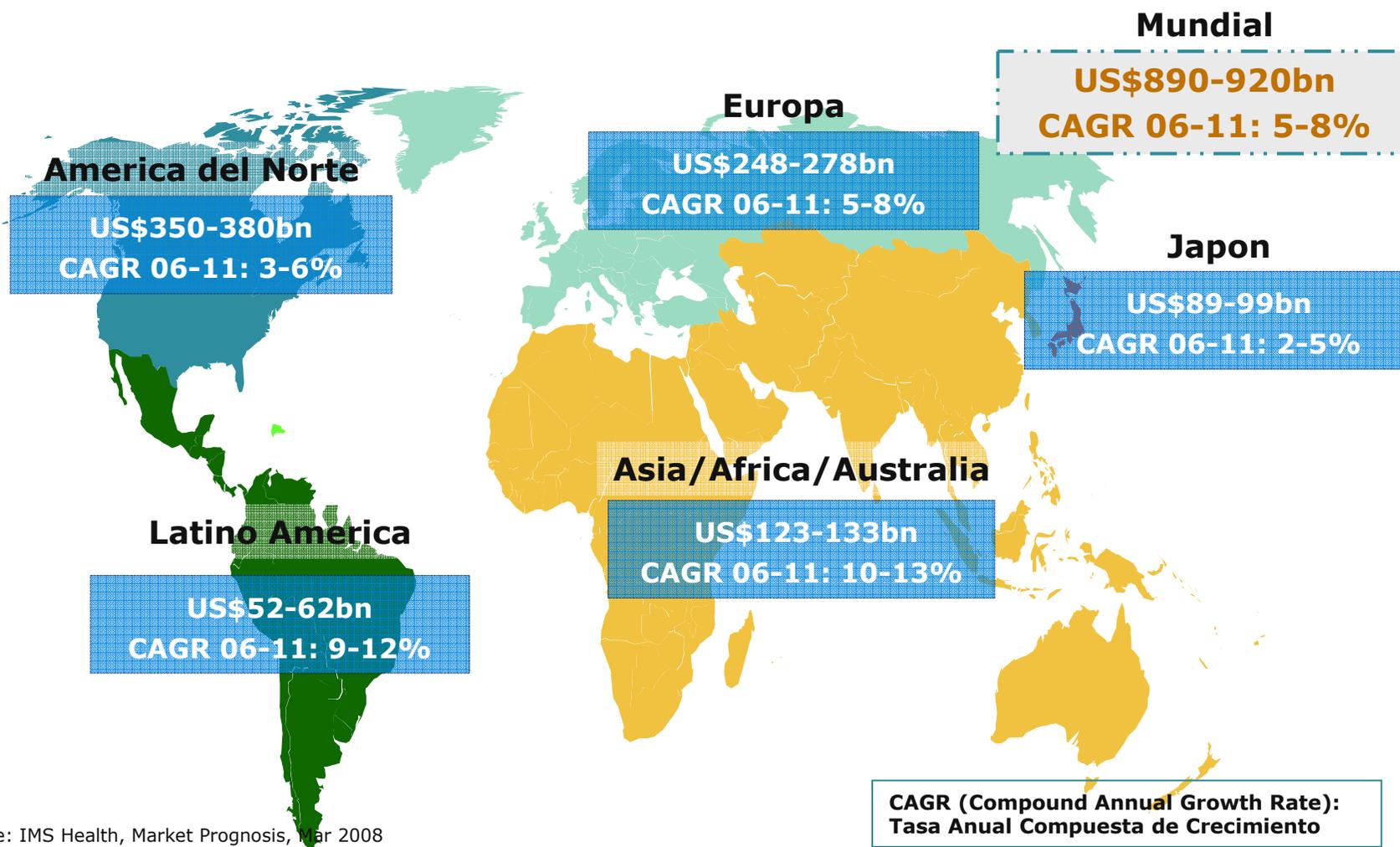
Audited Global Pharmaceutical Sales and Market Growth



Fuente: IMS Health, MIDAS MAT Dic 2007. Ventas y crecimiento en US\$ constantes



El crecimiento, varía según regiones, pero se mantendrá en un 5-8% hasta 2011

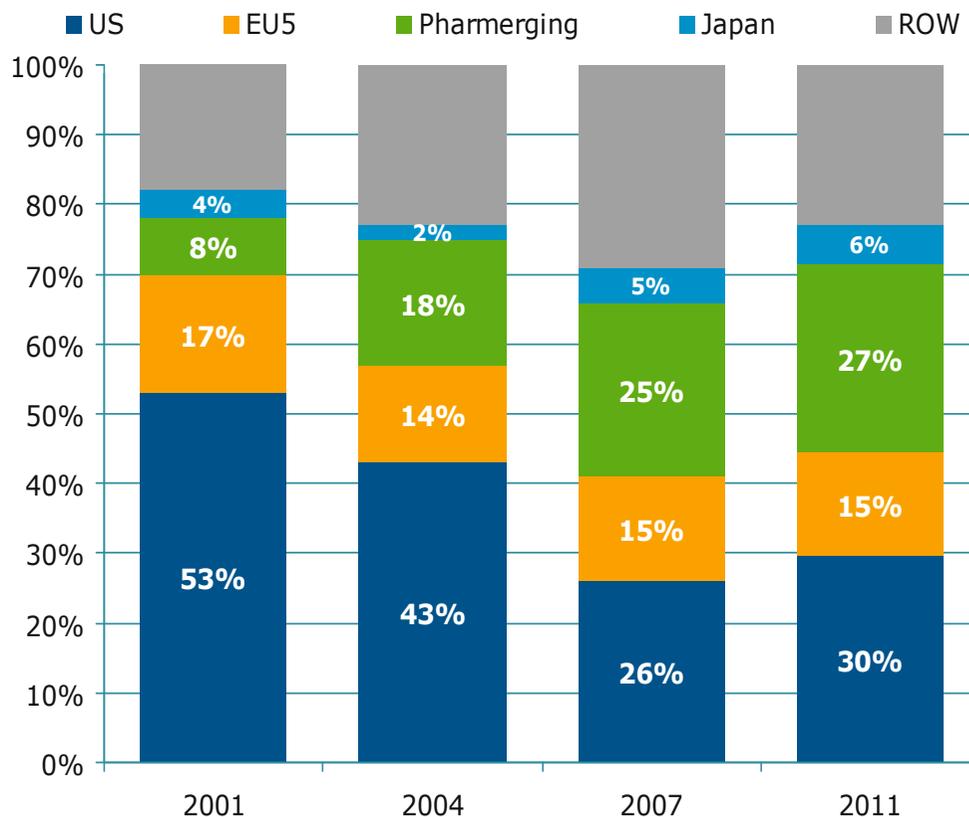


Fuente: IMS Health, Market Prognosis, Mar 2008

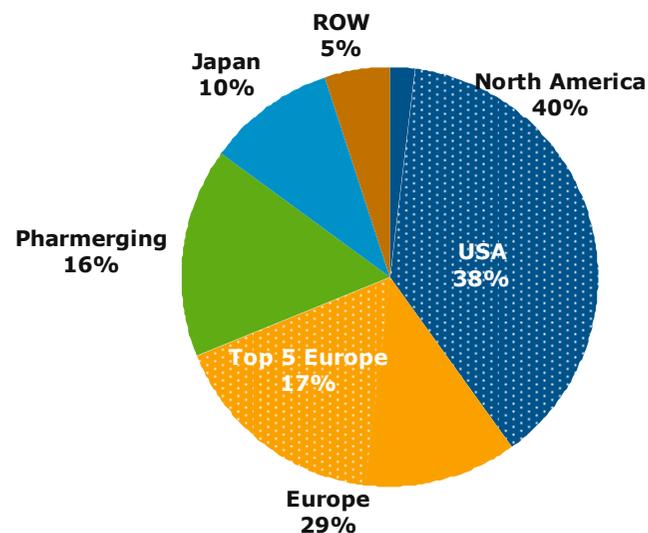


Los mercados emergentes presentan las mejores tasa de crecimiento y seguirán ganando cuota

Contribución al crecimiento, US\$



2011 Market share, US\$

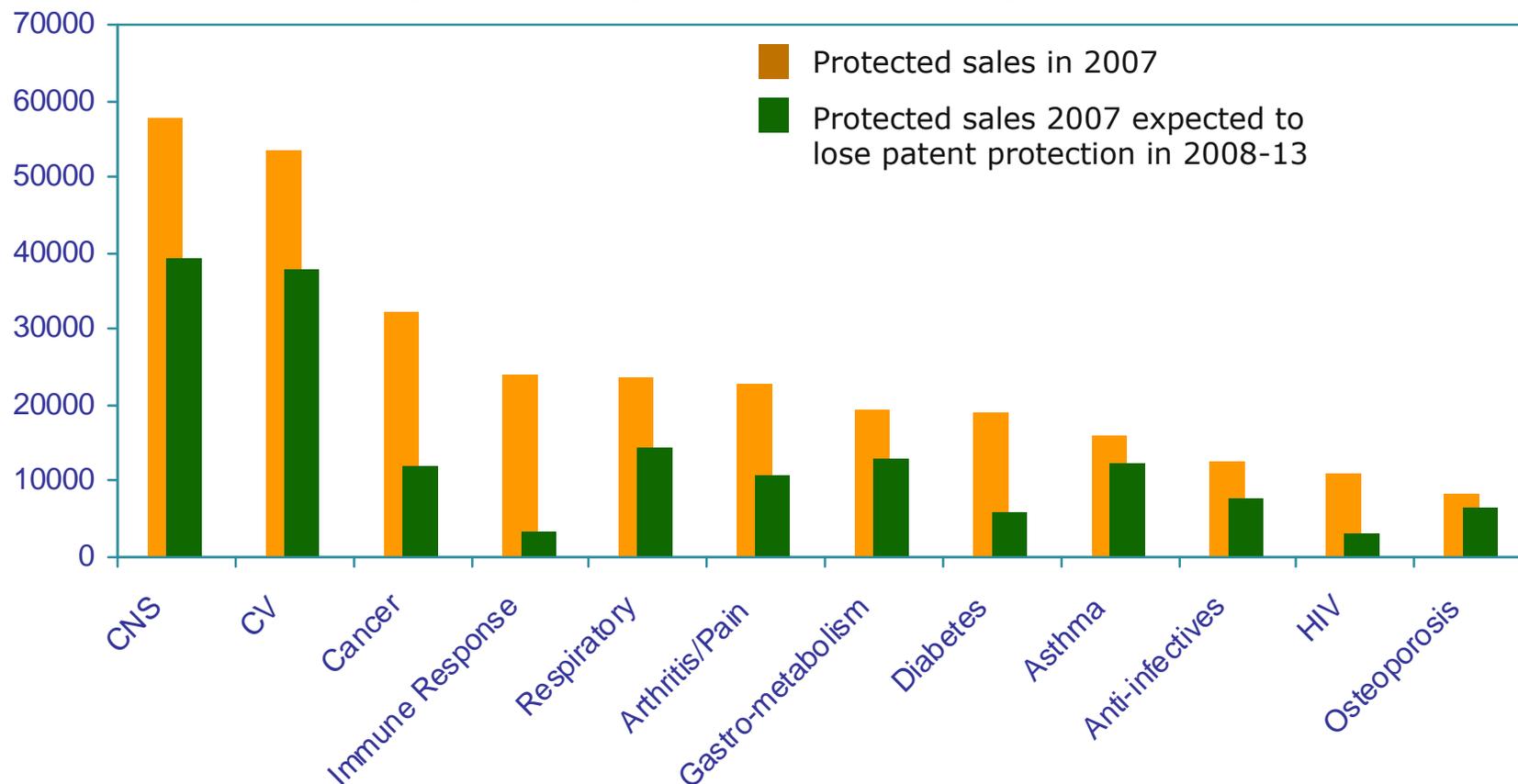


Fuente: IMS Health, Market Prognosis, Mar 2008
Los países emergentes incluyen: China, India, Brasil, Rusia, Méjico, Turquía, y Corea del Sur



La exposición a los genéricos en clases estratégicas continúa: \$165.2 bn (24% del mercado) perderán la patente en los próximos cinco años

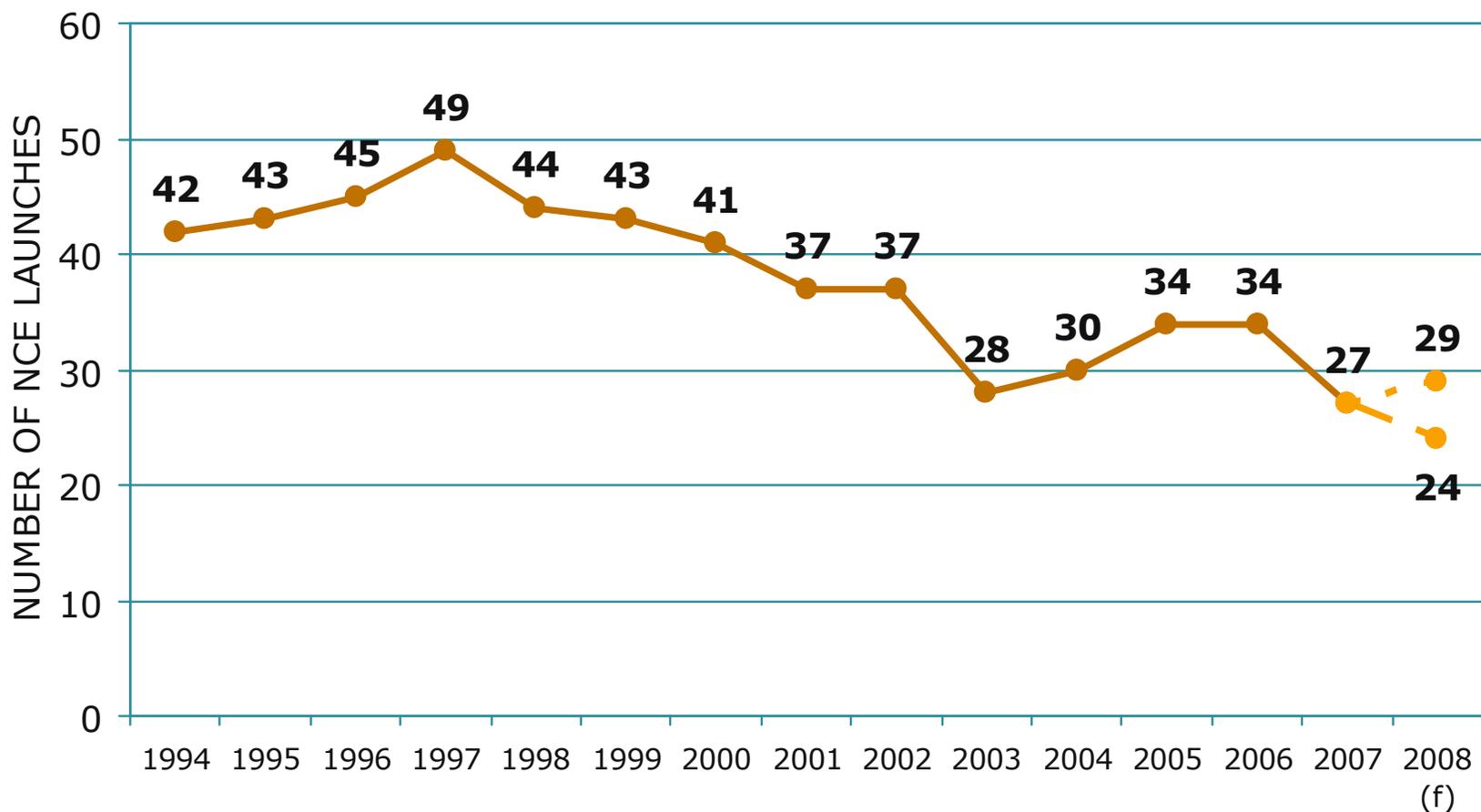
Ventas de productos expuestas a pérdida de patente en 2008-2013



Fuente: IMS Health, MIDAS, MAT Dic 2007. Market Segmentation disponible en ocho primeros mercados



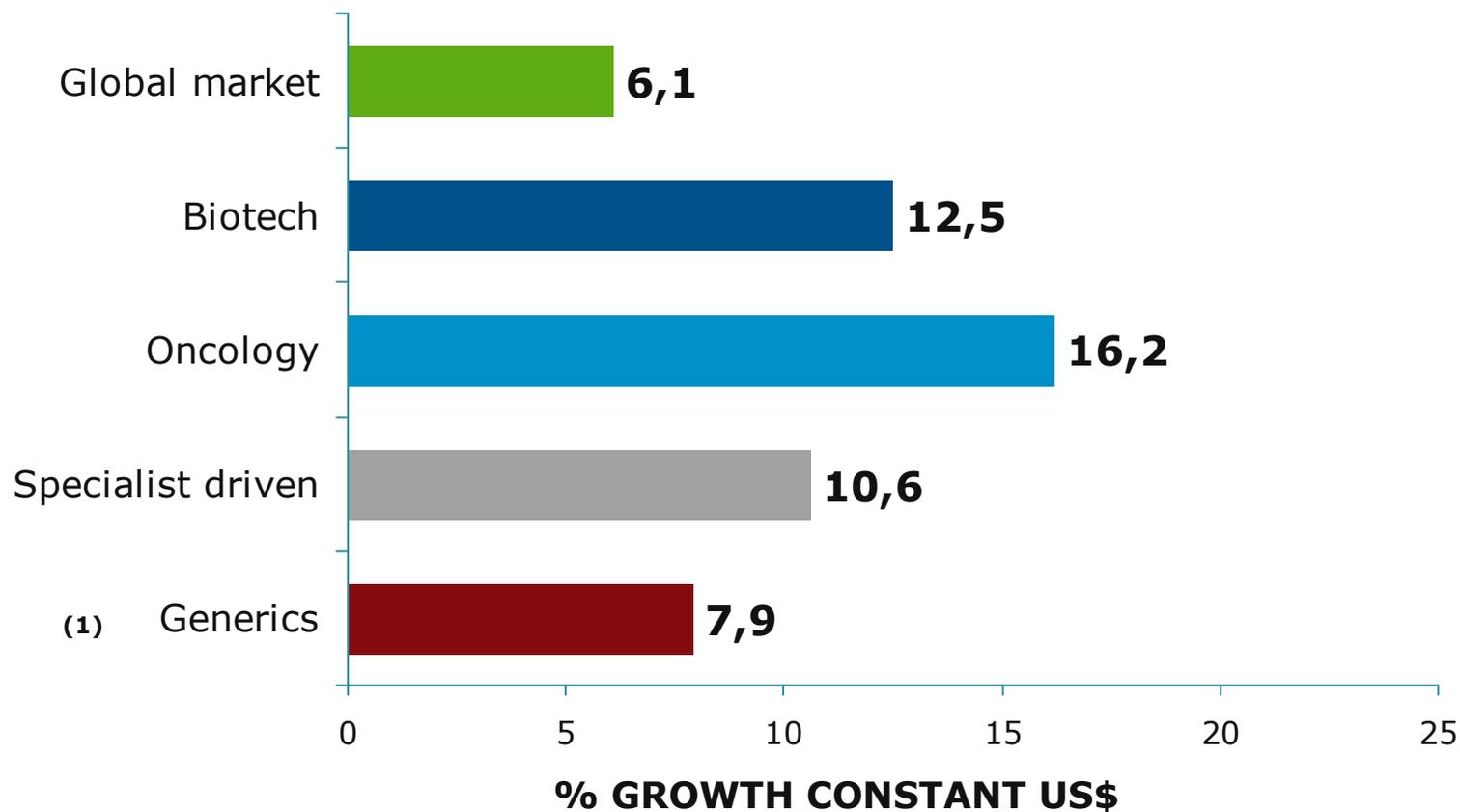
2007 se convierte en el año con menos lanzamientos de nuevas moléculas al mercado



Fuente: IMS R&D Focus & New Product Focus; Market Insights, Mar 2008



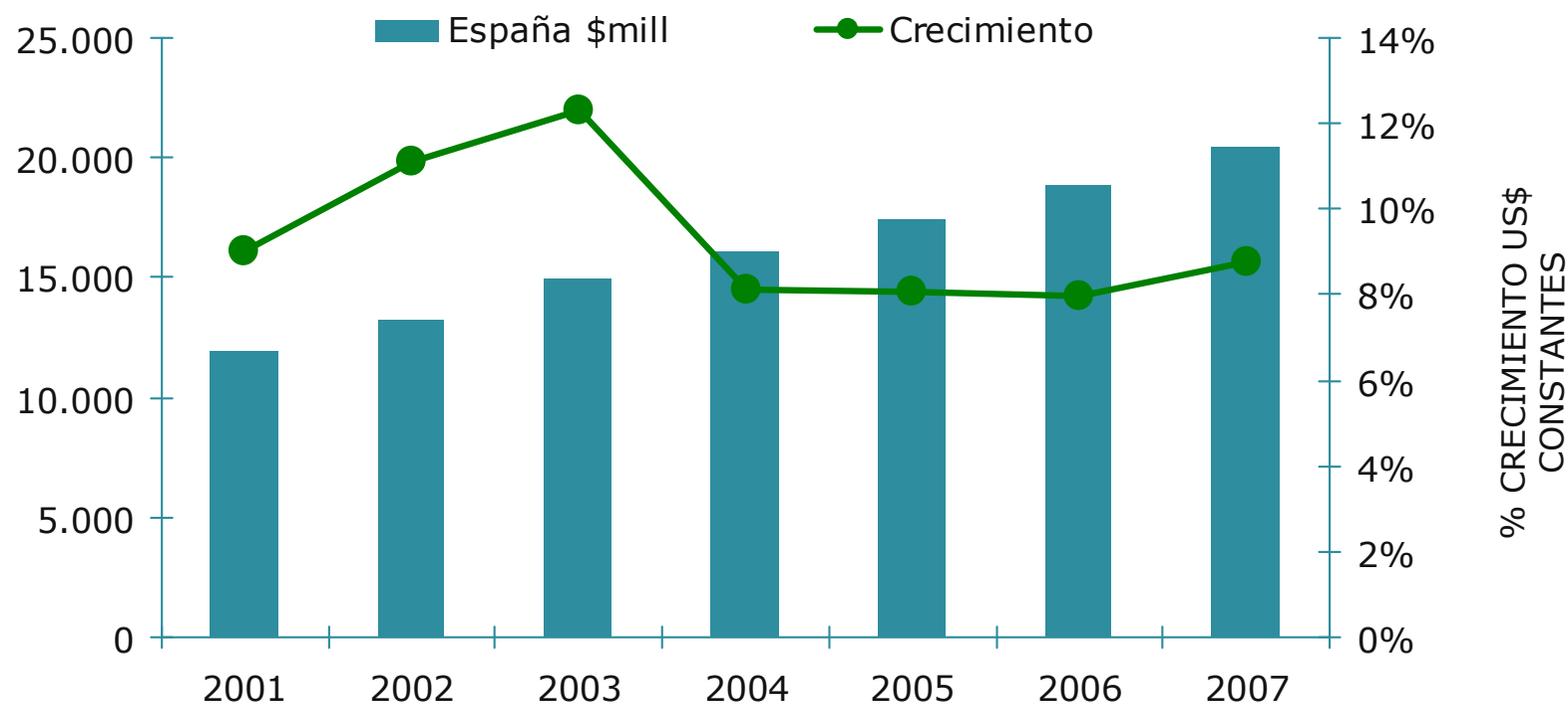
Los productos innovadores en las áreas de Oncología y Biotecnología presentan la mejor tasa de contribución al crecimiento global



Fuente: IMS Health, MIDAS, MAT Dic 2007; (1) Market Segmentation disponible en ocho primeros mercados



El tamaño del mercado en España es de \$20.484 mill. y crece un 8,8%

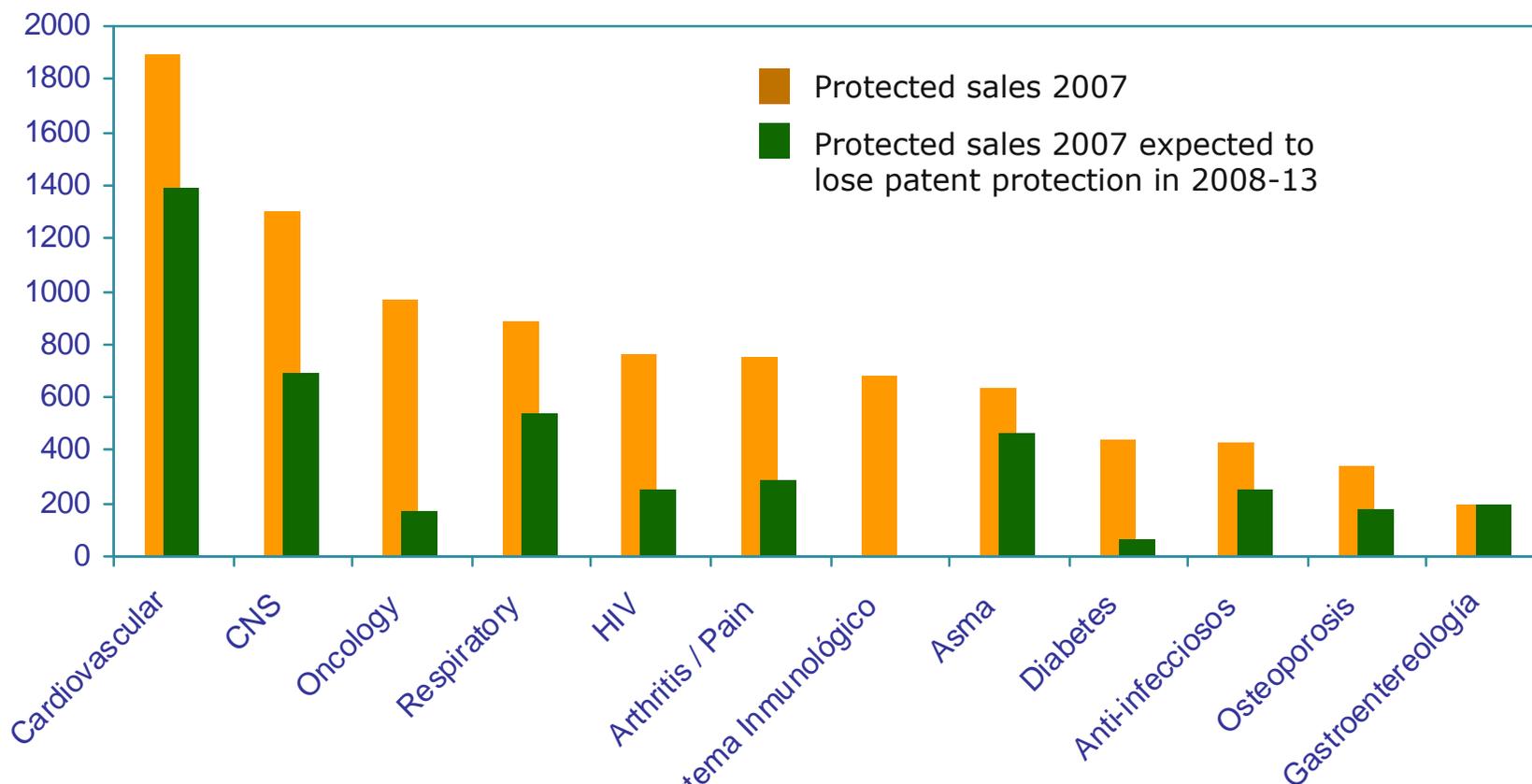


Fuente: IMS Health, Midas Market Segmentation Dic 2007 (Retail + Hospitales)



La exposición a los genéricos en clases estratégicas continúa: \$4.5 bn (22% del mercado) perderán la patente en los próximos cinco años

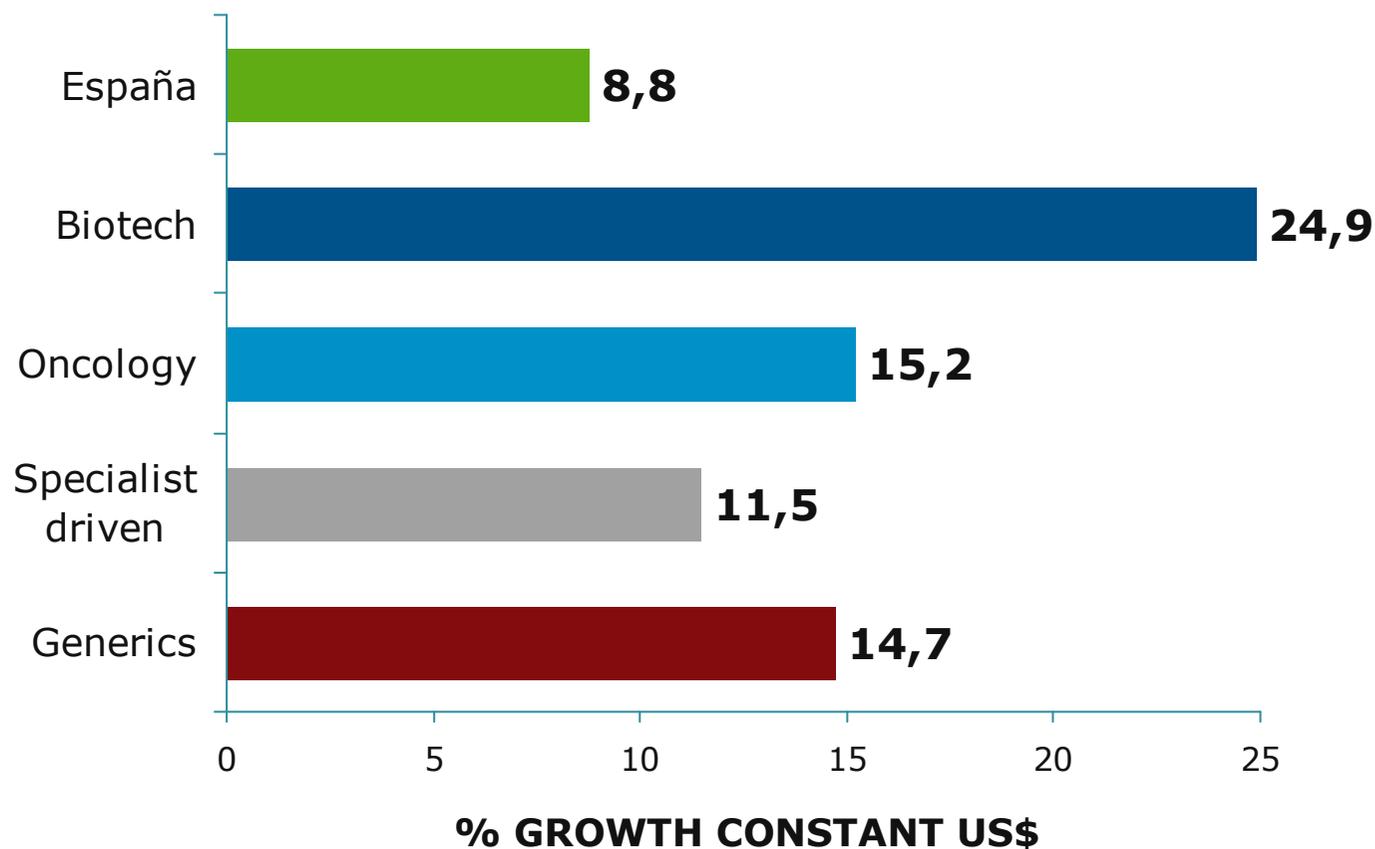
Ventas de productos que perderán patente en el periodo 2008-2013 – España



Fuente: IMS Health, MIDAS, MAT Dic 2007. Market Segmentation disponible en ocho primeros mercados



El área de Oncología es la que presenta la mayor contribución al crecimiento del mercado total



Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007 (Retail + Hospitales)

Agenda

- *Intelligence.360*
- La dinámica del sector farmacéutico en 2007



Harbingers of change (Signos que anticipan el cambio)

- Preguntas y Respuestas

HARBINGERS OF CHANGE

"Acontecimientos que son significativos por las implicaciones que sugieren para el mercado farmacéutico ...y por la magnitud de las decisiones que, algunos de los agentes, deberán tomar"

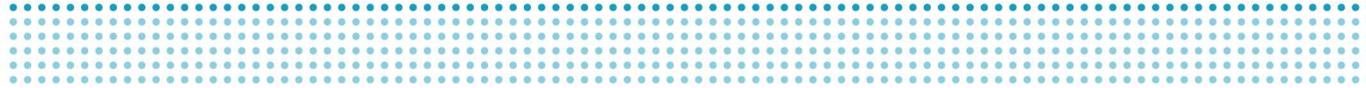
Los Signos que anticipan el cambio se agrupan en seis áreas de interés



2007: Los 10 Signos que anticipan el cambio



- Reembolso condicional compartiendo riesgo
- Alemania adopta nuevos sistemas para reducir costes
- Medicare limita el reembolso de ESA's argumentando motivos de seguridad
- FDA propone aumentar la vigilancia post- comercialización de fármacos
- USA aprueba, por primera vez, un medicamento fabricado en China
- Las HTA's proveen servicios de consultoría a las compañías farmacéuticas
- La agencia reguladora financia la realización de ensayos clínicos comparativos
- Se adoptan nuevas estrategias de promoción
- Se retira Exubera del mercado
- Se externaliza la producción



MADRID RUEDA DE PRENSA

Anexo I: El mercado farmacéutico en España

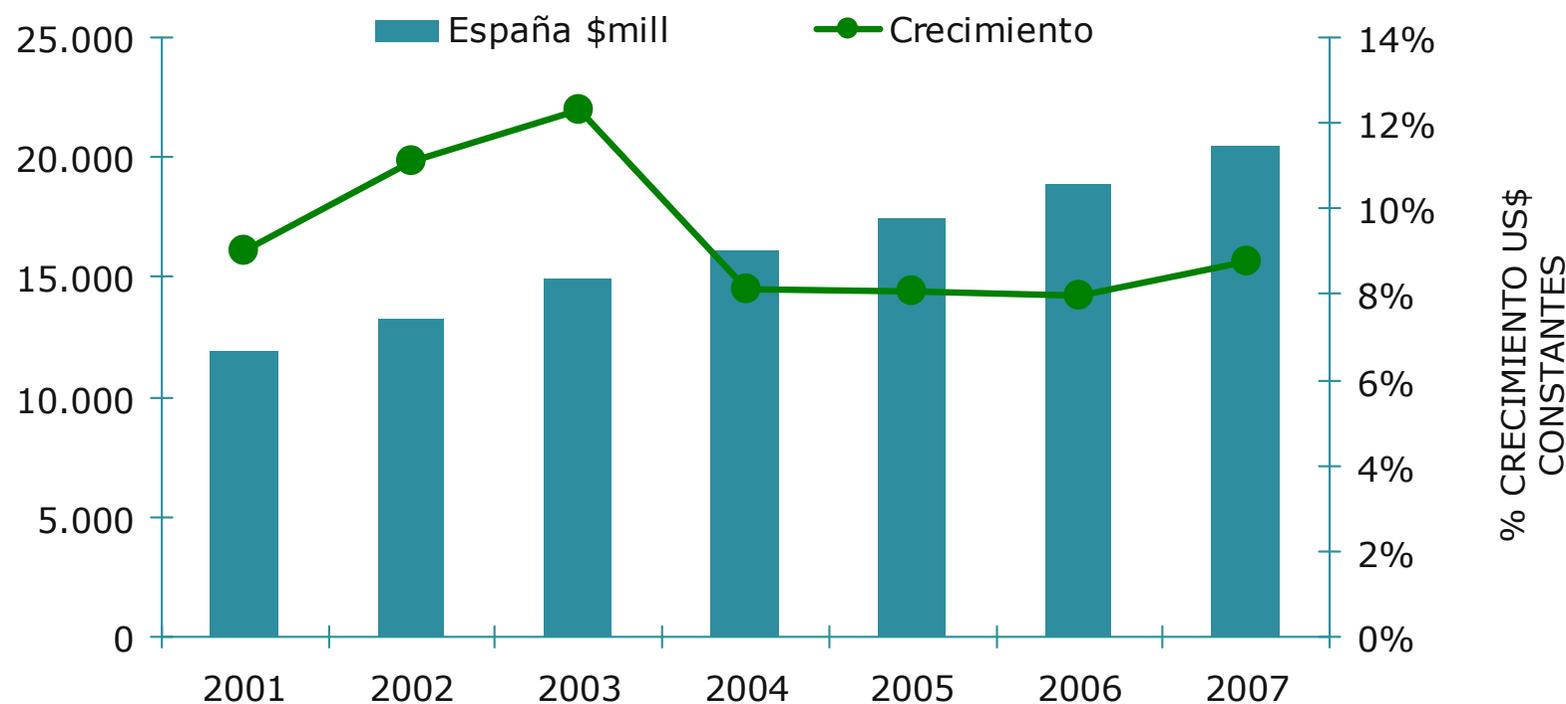
Intelligence.360

Global Pharmaceutical Perspectives

2007



El tamaño del mercado en España es de \$20.484 mill. y crece un 8,8%

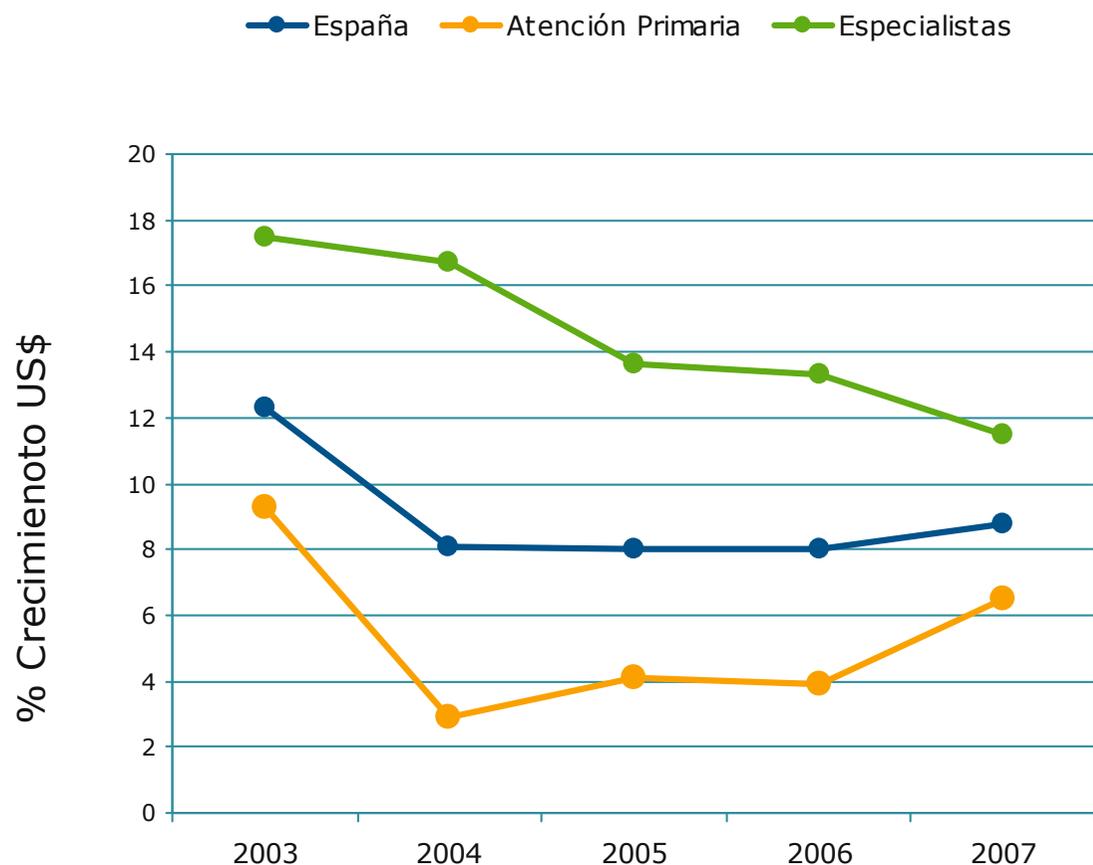


Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007





El crecimiento de productos de atención primaria es cercano a cero



MAT Diciembre 2007

% Share Ventas

A. Primaria 53%
Especialidad 47%

% Contribución al crecimiento

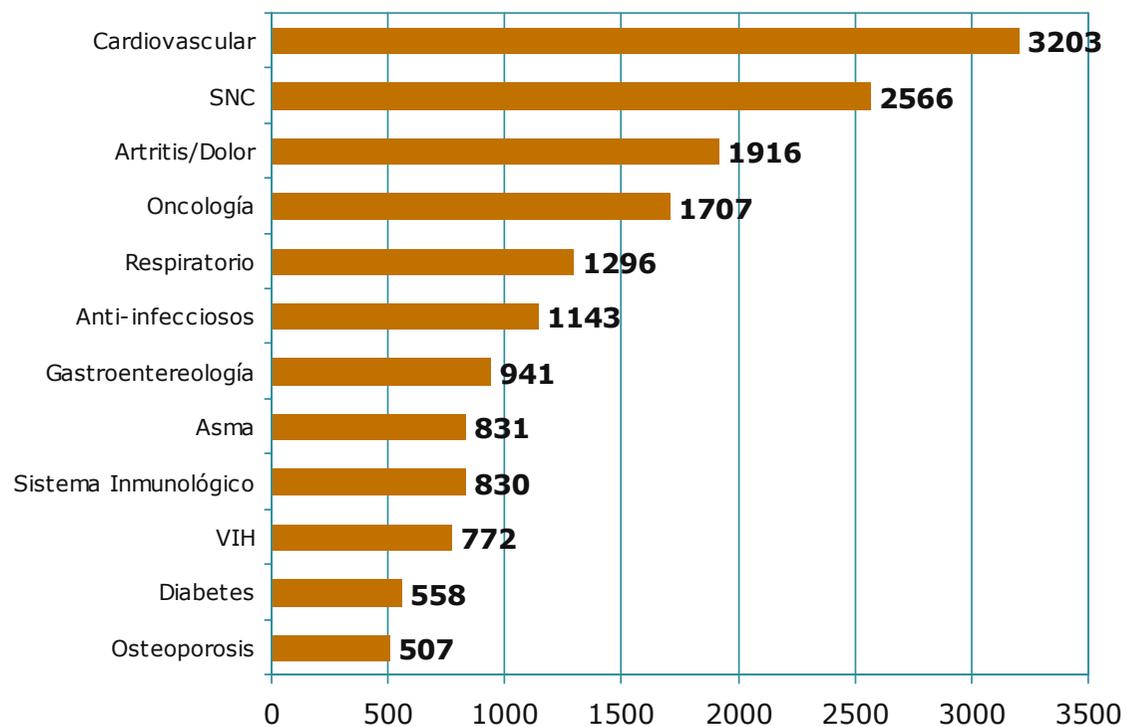
A Primaria 40%
Especialidad 60%

Retail + Hospital

Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007



Oncología crece un 15,2% y alcanza \$1.707 millones



VENTAS 2007 US\$ MILLONES

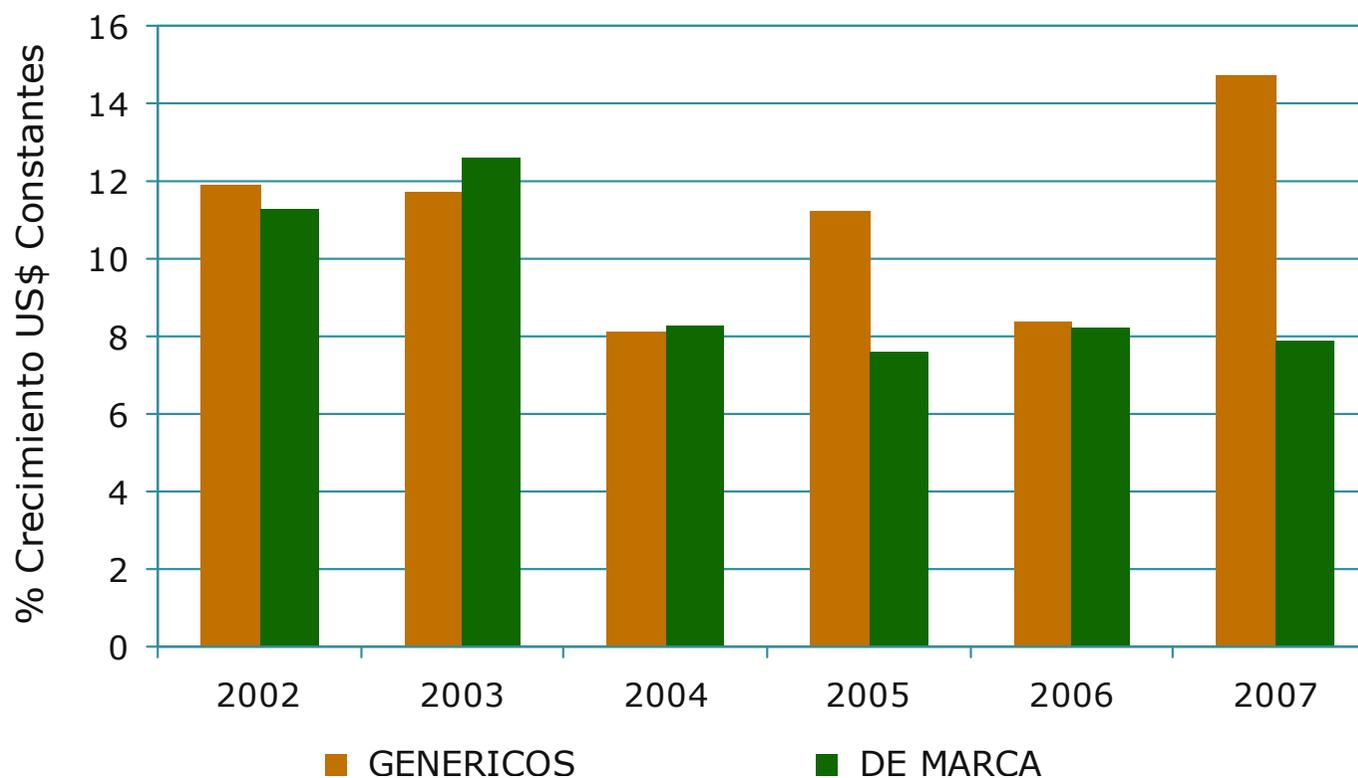
Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007

% US\$	COMPAÑIAS LIDERES
5,2%	Pfizer, Sanofi
7,0%	J&J, Pfizer
14,1%	Abbot, Wyeth
15,2%	Roche, Novartis
12,4%	GSK, Boehringer Ingelheim
3,1%	GSK, Sanofi
3,3%	Nycomed-Altana, Almirall
9,9%	GSK, AstraZeneca
10,7%	Schering Plough, Roche
9,7%	Gilead, BMS
10,7%	Novo Nordisk, Sanofi
14,2%	Merck & Co, Sanofi





El crecimiento de los genéricos es superior al de los productos de marca

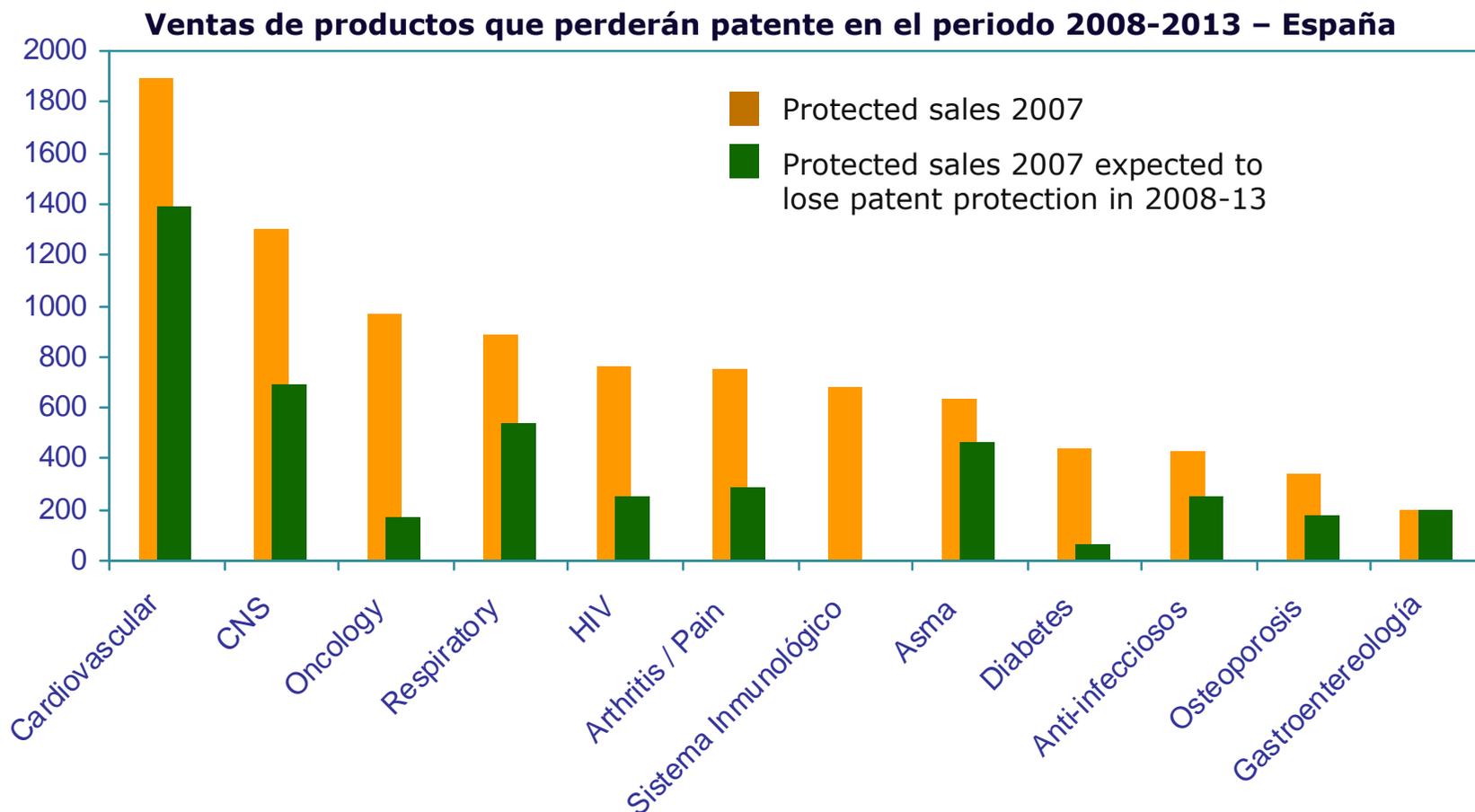


Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007





La exposición a los genéricos en clases estratégicas continúa: \$4.5 bn (22% del mercado) perderán la patente en los próximos cinco años



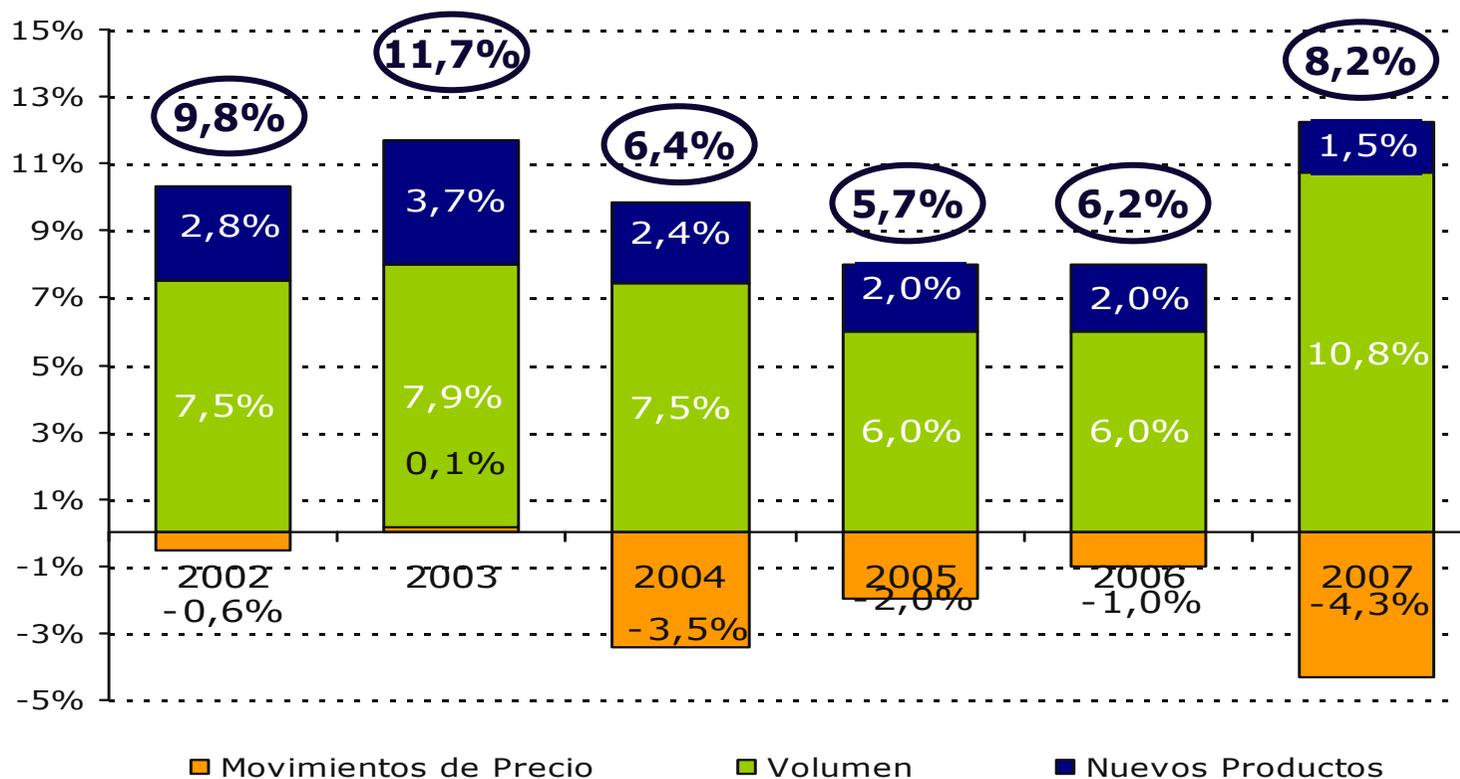
Fuente: IMS Health, MIDAS, MAT Dic 2007. Market Segmentation disponible en ocho primeros mercados



Estudio del Mercado Farmacéutico 2007

Contribución al crecimiento

Cto. Nacional 2007: 8,2%



Dentro del grupo de Nuevos Productos IMS incluye todas aquellas especialidades con una antigüedad igual o inferior a 12 meses.

Mercado Prescripción

Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007

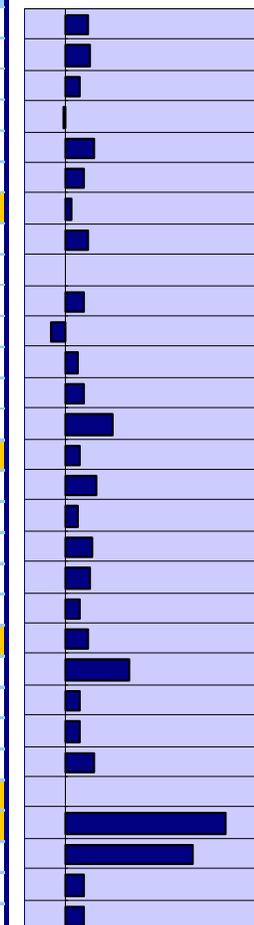




Ranking Laboratorios en España \$ Millones

Corporation	Rank	MAT/12/07	% Market Share	%PPG	
PFIZER	1	1.340,7	6,5%	10,6%	
SANOFI-AVENTIS	2	1.277,5	6,2%	11,2%	
NOVARTIS	3	1.048,4	5,1%	6,8%	
GLAXOSMITHKLINE	4	960,9	4,7%	-0,9%	
ROCHE	5	943,7	4,6%	13,2%	
JOHNSON & JOHNSON	6	781,5	3,8%	8,2%	
ALMIRALL	7	762,6	3,7%	3,0%	
ASTRAZENECA	8	728,3	3,6%	10,5%	
MERCK & CO	9	664,4	3,2%	0,1%	
BAYER	10	641,8	3,1%	8,6%	
BRISTOL-MYERS SQB.	11	599,2	2,9%	-7,3%	
LILLY	12	562,6	2,7%	5,3%	
SCHERING PLOUGH	13	550,5	2,7%	9,0%	
BOEHRINGER INGEL	14	546,1	2,7%	22,4%	
ESTEVE	15	502,9	2,5%	6,6%	
ABBOTT	16	502,2	2,5%	14,4%	
WYETH	17	427,4	2,1%	5,6%	
MERCK KGAA	18	417,5	2,0%	12,9%	
NOVO NORDISK	19	265,1	1,3%	11,6%	
AMGEN	20	261,7	1,3%	6,6%	
FERRER	21	259,1	1,3%	10,6%	
GILEAD SCIENCES	22	255,9	1,2%	30,0%	
NYCOMED PHARMA	23	240,7	1,2%	6,9%	
GRIFOLS	24	222,6	1,1%	6,4%	
ASTELLAS PHARMA	25	211,4	1,0%	13,1%	
FAES	26	194,3	0,9%	0,0%	
CINFA	27	191,4	0,9%	76,0%	
RATIOPHARM	28	189,2	0,9%	60,5%	
MENARINI	29	183,7	0,9%	8,6%	
GRUENENTHAL	30	162,2	0,8%	9,0%	

■ Laboratorio Local



Retail + Hospital

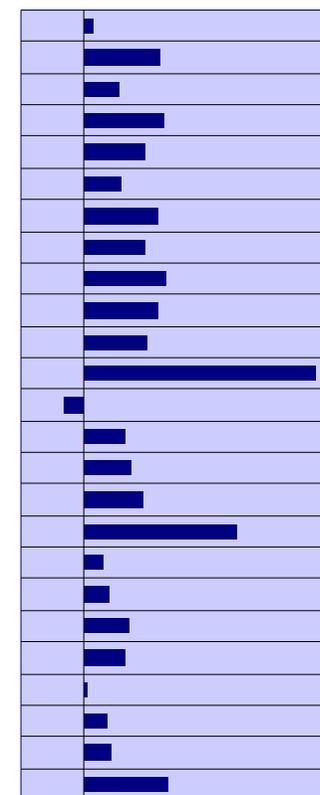
Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007



Ranking de productos RX en España \$ Millones

Product	Rank	MAT/12/07	%PPG	% Market Share	Corporation
ZYPREXA	1	211,0	3,1%	1,0%	LILLY
CARDYL	2	196,4	23,9%	1,0%	PFIZER
SERETIDE	3	190,1	10,8%	0,9%	GLAXOSMITHKLINE
PLAVIX	4	170,8	25,5%	0,8%	SANOFI-AVENTIS
ZARATOR	5	170,8	18,9%	0,8%	PFIZER
GLIVEC	6	168,9	11,7%	0,8%	NOVARTIS
ENBREL	7	168,2	23,2%	0,8%	WYETH
CLEXANE	8	159,1	19,0%	0,8%	SANOFI-AVENTIS
SPIRIVA	9	153,3	26,0%	0,7%	BOEHRINGER INGEL
HERCEPTIN	10	150,3	23,6%	0,7%	ROCHE
REMICADE	11	146,2	19,9%	0,7%	SCHERING PLOUGH
TRUVADA	12	141,0	73,2%	0,7%	GILEAD SCIENCES
ARANESP	13	137,2	-6,0%	0,7%	AMGEN
RISPERDAL CONSTA	14	136,1	13,0%	0,7%	JOHNSON & JOHNSON
PREVENCOR	15	132,7	14,6%	0,6%	ALMIRALL
SYMBICORT	16	121,4	18,2%	0,6%	ASTRAZENECA
HUMIRA	17	118,1	48,6%	0,6%	ABBOTT
NEORECORMON	18	117,9	5,8%	0,6%	ROCHE
EPREX	19	117,3	8,0%	0,6%	JOHNSON & JOHNSON
MABTHERA	20	113,8	14,4%	0,6%	ROCHE
ACTONEL	21	106,0	12,8%	0,5%	SANOFI-AVENTIS
ANAGASTRA	22	103,9	1,1%	0,5%	NYCOMED PHARMA
ISCOVER	23	102,3	7,4%	0,5%	BRISTOL-MYERS SQB.
SUSTIVA	24	101,7	8,5%	0,5%	BRISTOL-MYERS SQB.
TAVANIC	25	101,3	26,6%	0,5%	SANOFI-AVENTIS

■ Laboratorio Local



Source: IMS Health, Midas Market Segmentation MAT/12/2007

