

## Producătorii români – sufocați de lupta cu multinaționalele

### *Romanian producers – suffocated by the fight against multinational corporations*

Românii mai dețin o bucată destul de mică din producția locală de medicamente, dominată deja de câțiva ani buni de companii internaționale de profil. Cota localilor din piață slăbește însă și mai mult când este luat în calcul potențialul acestor companii de a crește sau de a fi vândute.

Mariana Georgescu lucrează de 33 de ani la Sintofarm, unul dintre pușinii producători din piața locală care nu aparține unui mare grup farmaceutic internațional. Din 2000 este director general și primul an în care a fost cu adevărat mulțumită de rezultatele firmei a fost 2008. Bucuria a fost însă scurtă și a durat doar până după jumătatea anului, când profitul așteptat s-a transformat în pierdere. De fapt, într-o pierdere „cumplită“, după cum spune acum Mariana Georgescu: „Pe noi criza ne-a afectat încă de la finalul anului trecut. Dacă la sfârșitul lui octombrie speram să ieșim într-un ușor profit sau aproape de zero, având în vedere rezultatele la care ajunseseam, ultimele trei luni ne-au adus într-o pierdere cumplită“. Începutul lui 2009 a adus astfel în companie un set de măsuri drastice pentru diminuarea efectelor negative atât ale crizei generale, cât și celor specifice industriei. Prima măsură a fost legată de concedieri, care au adus o reducere a costurilor de 20% și care au inclus și desființarea diviziei de vânzări – din 86 de angajați anul trecut, acum mai sunt 48.

A doua măsură a fost întreruperea periodică a producției, pentru a mai salva ceva costuri, dar mai ales din cauza stocurilor mari acumulate (fabrica a fost închisă două săptămâni în ianuarie și apoi încă trei săptămâni în martie). A treia măsură a fost redimensionarea producției unor medicamente care generau mari pierderi prin raportul dezzechilibrat preț-costuri. Este cazul Indometacinului, care avea pierderi foarte mari, deși era cel mai bine vândut produs ca volum. „La acest produs am redus fabricația până la găsirea unor soluții economice“, spune Mariana Georgescu.

În prezent, cel mai mare succes comercial îl are Saprostan, cu o cotă de piață de 30%. De la Saprostan are cele mai mari așteptări Mariana Georgescu, fiind unul dintre pușinele produse care a beneficiat și de campanii de marketing. Aceste măsuri ar trebui să ducă la o ușoară creștere a cifrei de afaceri, până la 6,8 milioane de lei (aproximativ 2 milioane de euro), cu 7% peste nivelul înregistrat anul trecut. În primul trimestru însă, pierderile au persistat, dar au mai scăzut puțin în luna mai.

Georgescu speră ca în lunile de vară să recupereze aceste pierderi și să ajungă până la urmă la un rezultat pozitiv. Modul în care Mariana Georgescu a redimensionat compania este important în tabloul general al pieței farmaceutice din România, unde companiile care nu au în spate un grup puternic extern se descurcă destul de greu în această perioadă. La măsuri similare s-au gândit în acest an cam toți producătorii de medicamente care nu fac parte din grupuri precum Sanofi-Avensis sau Hoffmann La Roche.

Dincolo de reduceri de costuri, companiile au renegociat contractele cu distribuitorii, chiar și cu farmaciile, privind diminuarea discounturilor acordate atât la medicamentele cu prescripție medicală (RX), cât și la cele fără prescripție (OTC). Peste problemele cauzate de criza economică s-au suprapus și probleme legate de prețurile mici, limitările privind compensarea produselor și protestele distribuitorilor de medicamente. Toți producătorii farmaceutici din România se confruntă cu aceste dificultăți, dar pentru producătorii exclusiv români se simte lipsa unei susțineri externe. „Problema cea mai mare este legată de încasarea banilor de la firmele de distribuție colaboratoare, fiindcă acești bani vin destul de târziu.

Demarăm nenumărate activități pentru a ne recupera banii din piață“, spune Daniela Raiciu, directorul de marketing al Hofigal. Dificultățile

producătorilor locali s-au acutizat în 2009, iar una dintre cauze este și forța cu care companiile internaționale de medicamente au intrat în România și au determinat o scădere destul de mare a producției locale în ultimii ani. În 2003, ponderea localului era de 25% în piața totală, iar în șase ani producția

românească a ajuns la 15%. „În deceniul trecut, companiile locale însemnau peste 50% din piață și erau forțate să păstreze prețurile în lei constante în acei ani în care inflația era 100 sau 200% pe an, ceea ce practic i-a dus la faliment și le-a ratat șansa dezvoltării independente ulterioare.“

