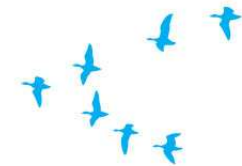


REVENUE FORECASTING: THE KEY CHALLENGES OF STRATEGIC PRODUCT PORTFOLIO PLANNING



ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЫРУЧКИ: КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОДУКТОВ



RUSTAM IXANOV

VP, STRATEGIC DEVELOPMENT

02.03.2011

MAIN POINTS ОСНОВНЫЕ ПУНКТЫ

- FORECASTING IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY
- DOES UNIVERSAL APPROACH EXIST?
- WHAT NEW FACTORS SHOULD BE CONSIDERED?

-
- ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ФАРМИНДУСТРИИ
 - СУЩЕСТВУЕТ ЛИ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПОДХОД?
 - КАКИЕ НОВЫЕ ФАКТОРЫ СЛЕДУЕТ УЧИТЫВАТЬ?



MAIN POINTS ОСНОВНЫЕ ПУНКТЫ

•FORECASTING IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY

- DOES UNIVERSAL APPROACH EXIST?
- WHAT NEW FACTORS SHOULD BE CONSIDERED?



•ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ФАРМИНДУСТРИИ

- СУЩЕСТВУЕТ ЛИ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПОДХОД?
- КАКИЕ НОВЫЕ ФАКТОРЫ СЛЕДУЕТ УЧИТЫВАТЬ?

Time frame

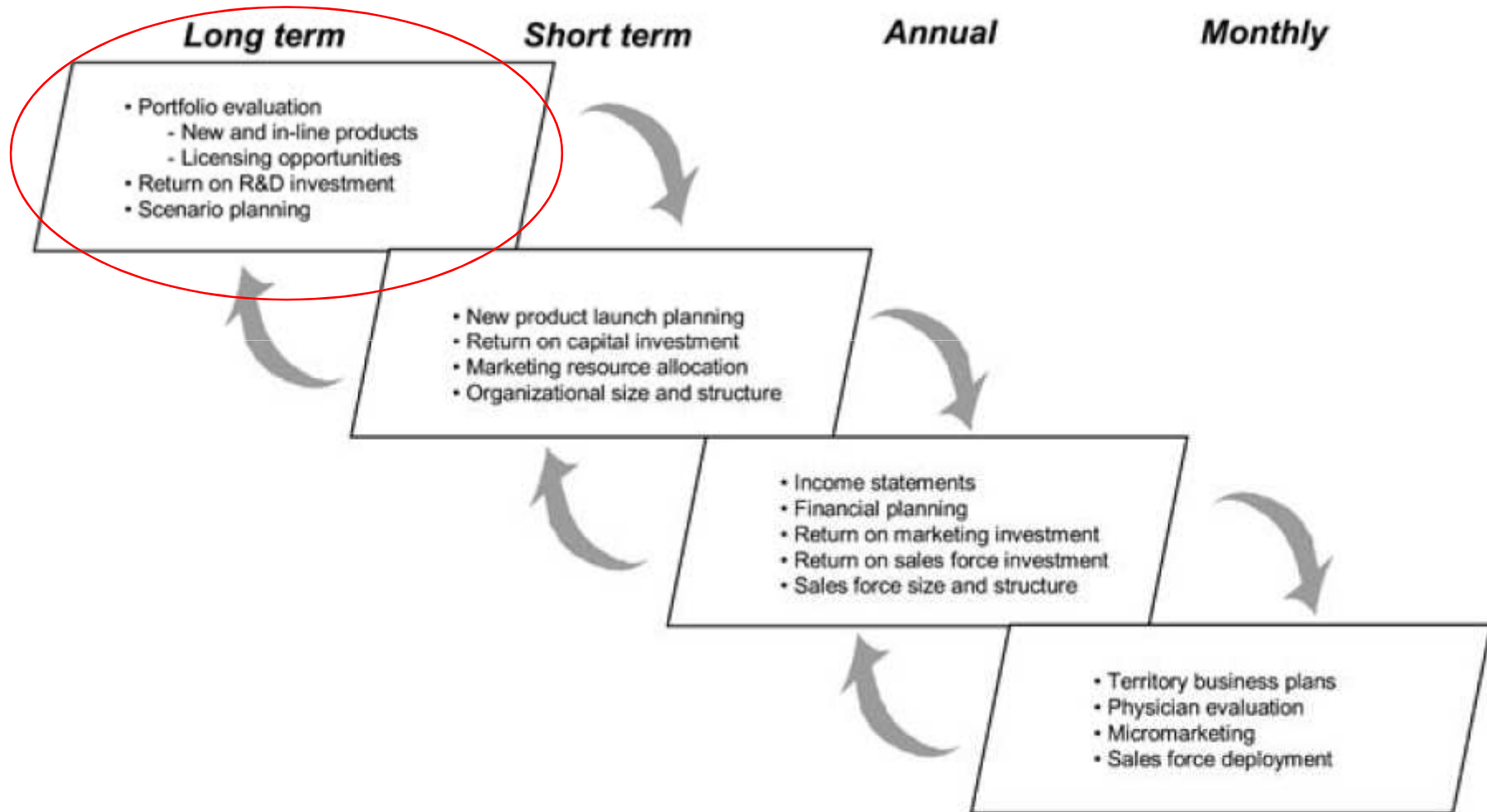


Figure 1.2 Time horizons in forecasting

PROJECTIONS... ПРОГНОЗЫ...

Projections of the sales of new drugs, especially of blockbuster drugs, have almost always been too high. Investors have been burned so many times with this game that it is difficult to understand why they continue to play it.¹

1 Riccardo, J. P. and Ryan, B. (1985) 'Minimizing the Risks', *Pharmaceutical Executive*, November, 74–6.



Table 1.2 Blockbusters that went bust

Company	Drug name	Peak sales (millions of US dollars)	
		Estimated	Actual
Merck	Blocarden	500–1000	15
A. H. Robbins	Pondamin	300	3
Sterling	Amrinone (oral)	500	0
SmithKline	Monocid	100	20

1 Riccardo, J. P. and Ryan, B. (1985) 'Minimizing the Risks', *Pharmaceutical Executive*, November, 74–6.

SAMPLES (II)
 ПРИМЕРЫ (II)

Table 1.3 Beyond expectations

Company	Drug name	Peak sales (millions of US dollars)	
		Estimated	Actual
Upjohn	Motrin	25	200
Schering-Plough	Garamycin	6–8	300
Syntex	Naprosyn	40–50	420
SmithKline	Tagamet	200	1000
Upjohn	Xanax	30–40	200
Marion	Cardizem	50	180
Searle	Aspartame	0	585

7

1 Riccardo, J. P. and Ryan, B. (1985) 'Minimizing the Risks', *Pharmaceutical Executive*, November, 74–6.

MAIN POINTS ОСНОВНЫЕ ПУНКТЫ

- FORECASTING IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY
- DOES UNIVERSAL APPROACH EXIST?**
- WHAT NEW FACTORS SHOULD BE CONSIDERED?

-
- ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ФАРМИНДУСТРИИ
 - СУЩЕСТВУЕТ ЛИ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПОДХОД?**
 - КАКИЕ НОВЫЕ ФАКТОРЫ СЛЕДУЕТ УЧИТЫВАТЬ?



HISTORY-BASED
БАЗИРУЮЩИЙСЯ НА ИСТОРИИ

- HISTORICAL TRENDS
- TRENDS ON THE OTHER MARKETS

- ИСТОРИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ
- ТРЕНДЫ НА ДРУГИХ РЫНКАХ

PATIENT-BASED
БАЗИРУЮЩИЙСЯ НА ПАЦИЕНТЕ

- DEMOGRAPHIC STATISTICS
- PREVALENCE OF DISEASE
- INCOME OF THE POPULATION
- FINANCING
- PREFERENCES

- ДЕМОГРАФИЯ
- ЗАБОЛЕВАЕМОСТЬ
- ДОХОД НАСЕЛЕНИЯ
- ФИНАНСИРОВАНИЕ
- ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

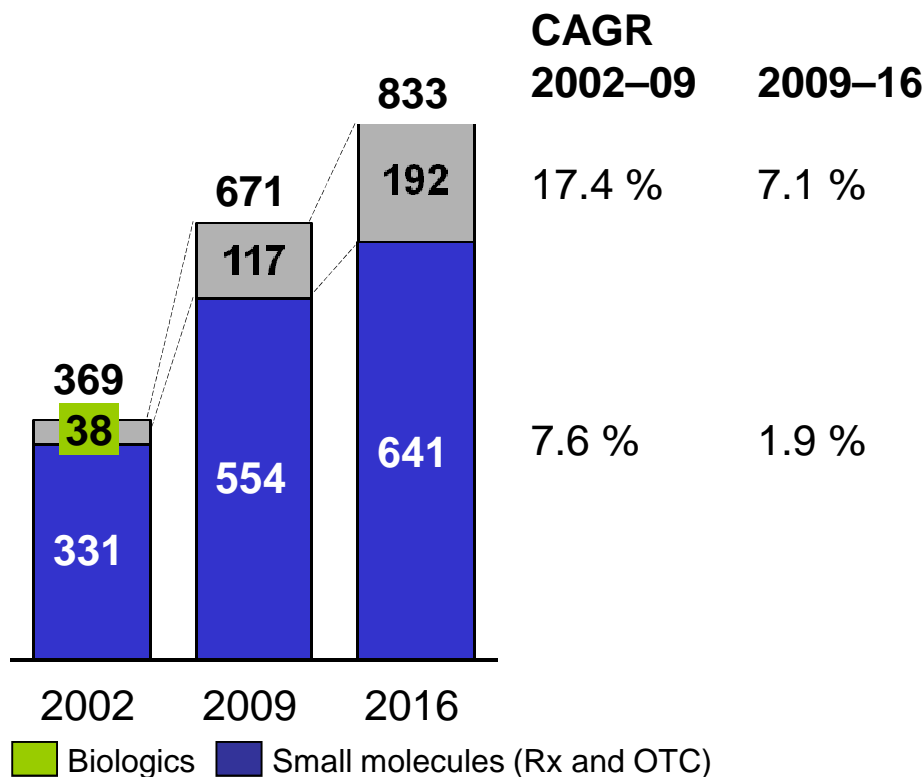
MARKET-BASED TRENDS ТРЕНДЫ, ОСНОВАННЫЕ НА РЫНКЕ

No.	ATC2_EphMRA	Share, (USD), %		Growth, (USD), %
		2010	2009	
1	R05 ПРОТИВОПРОСТУДНЫЕ И ПРОТИВОКАШЛЕВЫЕ ПРЕПАРАТЫ	5,74	6,11	7
2	J01 СИСТЕМНЫЕ АНТИБАКТЕРИАЛЬНЫЕ ПРЕПАРАТЫ	4,17	4,47	6
3	R01 ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ НОСА	3,83	3,58	22
4	N02 АНАЛЬГЕТИКИ	3,75	3,53	21
5	C09 ПРЕПАРАТЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕНИН-АНГИОТЕНЗИНОВУЮ СИСТЕМУ	3,54	3,52	15
6	G03 ПОЛОВЫЕ ГОРМОНЫ И МОДУЛЯТОРЫ ПОЛОВОЙ СИСТЕМЫ	3,53	3,65	10
7	M01 ПРОТИВОВОСПАЛИТЕЛЬНЫЕ И ПРОТИВОРЕВМАТИЧЕСКИЕ ПРЕПАРАТЫ	3,47	3,28	20
8	A11 ВИТАМИНЫ	3,36	3,66	5
9	G04 ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ ОРГАНОВ МОЧЕПОЛОВОЙ СИСТЕМЫ	3,29	3,15	19
10	A05 ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ ПЕЧЕНИ И ЖЕЛЧЕВЫВОДЯЩИХ ПУТЕЙ	3,27	3,08	21

EVOLUTION-BASED TRENDS ТРЕНДЫ, ОСНОВАННЫЕ НА ЭВОЛЮЦИИ

Biologics sales were \$117bn in 2009 and are expected to grow 3.5 times as fast as small molecules

Global Pharma Market 2002–2016¹
USD billion



Market characteristics

- U.S. ~50% of current sales
- Further growth from new products and increasing global market penetration
- MAb's largest and fastest growing segment
- >30% of Pharma pipeline are biologics, primarily Mabs
- Need for more affordable alternatives as biologics 23 times as costly as small molecule
- Biosimilars market USD 20-30 bn by 2020

¹ Rx and OTC, top 500 companies; Biologics are therapeutic proteins and vaccines
Source: Evaluate Pharma November 2010, datamonitor

PORTFOLIO STRUCTURE СТРУКТУРА ПОРТФЕЛЯ



•STRUCTURE OF PORTFOLIO

- UNDER INN
- GOVERNMENT PROCUREMENT
- BRANDED GENERICS
- OTC

•СТРУКТУРА ПОРТФЕЛЯ

- ПРОДУКТЫ ПОД МНН
- ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПОСТАВКИ
- БРЕНДИРОВАННЫЕ ДЖЕНЕРИКИ
- БЕЗРЕЦЕПТУРНЫЕ

Product P&L range	Cardiology	Neurology	Gynecology	Dermatology	Diabetology	Tuberculosis	OTC	INN
Net Sales	2	6	7	4	8	5	1	3
Contribution	5	6	7	2	8	4	1	3

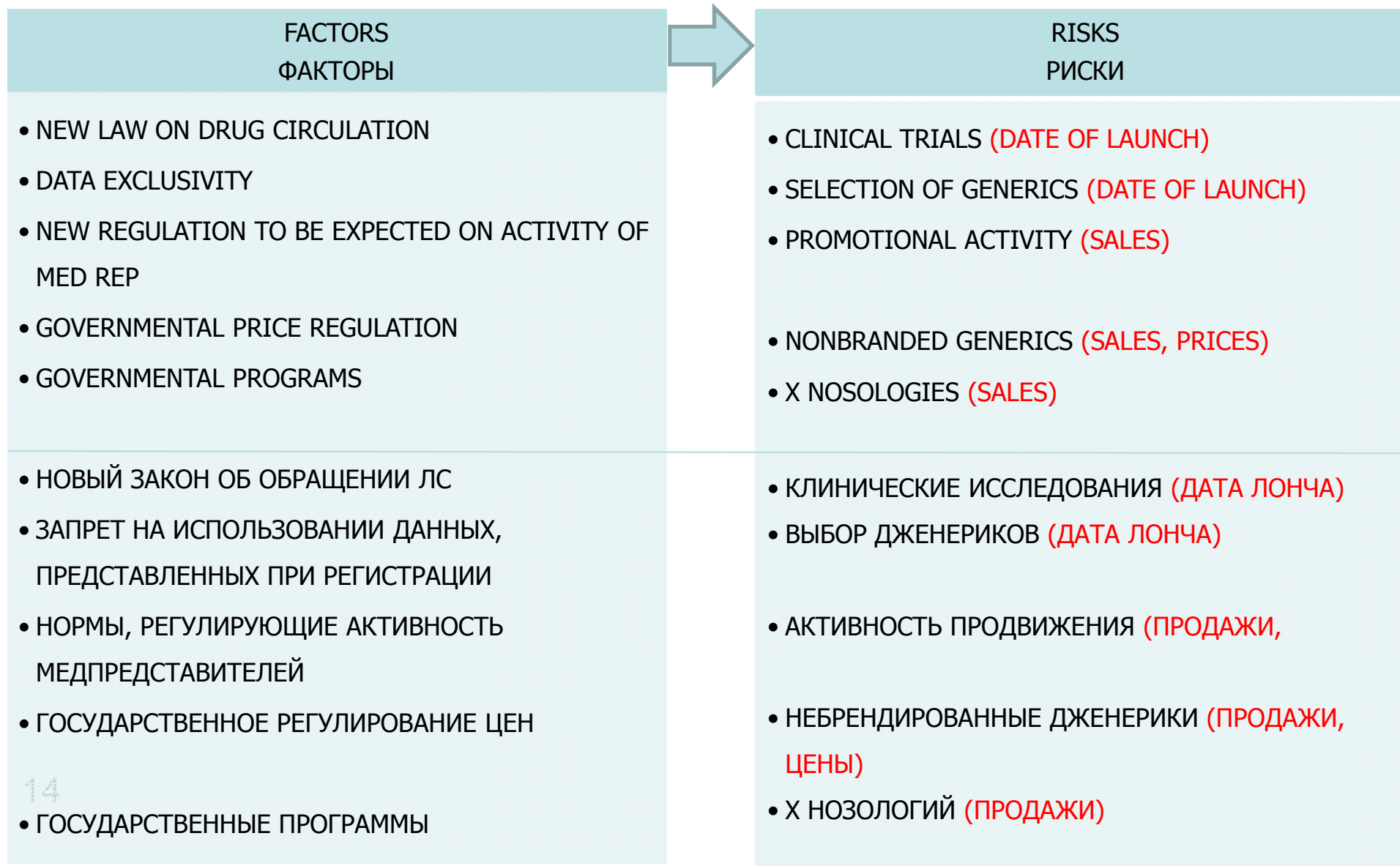
MAIN POINTS ОСНОВНЫЕ ПУНКТЫ

- FORECASTING IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY
- DOES UNIVERSAL APPROACH EXIST?
- WHAT NEW FACTORS SHOULD BE CONSIDERED?**



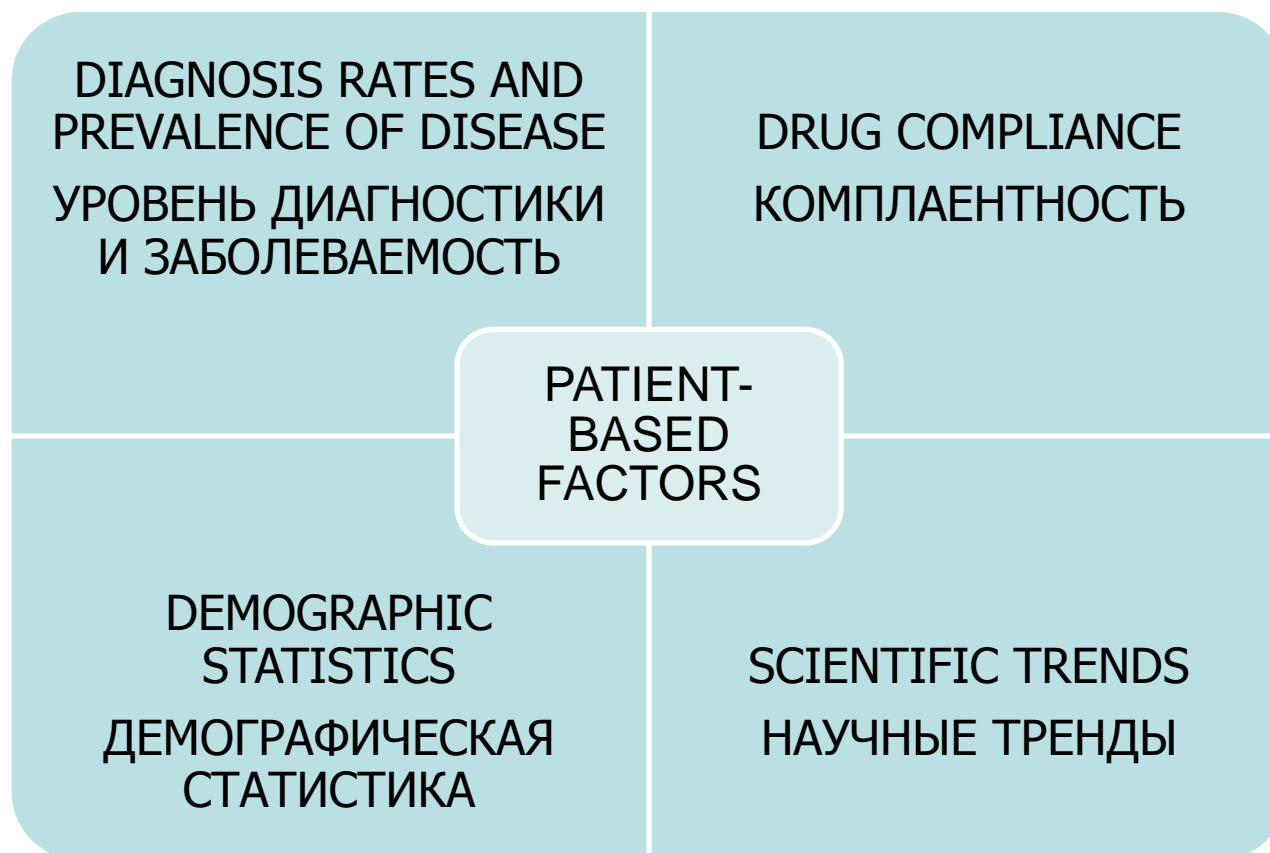
-
- ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ФАРМИНДУСТРИИ
 - СУЩЕСТВУЕТ ЛИ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПОДХОД?
 - КАКИЕ НОВЫЕ ФАКТОРЫ СЛЕДУЕТ УЧИТЫВАТЬ?**

MAJOR FACTORS IMPACTING PRODUCT STRATEGY ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РИСКИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ



ADDITIONAL FACTORS SHOULD SUPPORT FORECASTING MODEL

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ДОЛЖНЫ ПОДДЕРЖАТЬ ПРОГНОСТИЧЕСКУЮ МОДЕЛЬ





PATIENT-BASED
БАЗИРУЮЩИЙСЯ НА ПАЦИЕНТЕ

HISTORY-BASED
БАЗИРУЮЩИЙСЯ НА ИСТОРИИ



Rustam Ixanov

r.ixanov@akrikhin.ru

www.akrikhin.ru