

Planul de maximizare a randamentelor - fundamentare venituri 2023-2025

Strategia de crestere a veniturilor are in vedere urmatoarele obiective:

- Dublarea vanzarilor in piata in teritoriile ATB in intervalul 2019-2025 de la 500 mil lei la 1.000 mil lei
- Cresterea vanzarilor in piata in etapa 2022-2025 cu un ritm mediu anual de 20% (de la 617 mil lei la 1.000 mil lei)
- Consolidarea prezentei in pietele internationale in intervalul 2019-2025 (de la 38% la 41%)
- Dublarea pretului mediu unitar pe produse finite la vanzarea in piata in intervalul 2019-2025 de la 0,8 lei/ui la 1,7 lei/ui
- Eficientizarea structurii de vanzare in scopul optimizarii duratei de rotatie a stocurilor in distributie (obiectiv pentru etapa 2023-2025 de 1 luna)
- Gestionarea echilibrata a politicii de incasare pentru imbunatatirea duratei de incasare a creantelor (obiectiv pentru etapa 2023-2025 de 170 zile)
- Gestionare echilibrata a bugetelor destinate vanzarii si mixului de marketing, cu cresterea ponderii alocate proiectelor de brand si scaderea impactului politicilor comerciale (obiectiv pentru etapa 2023-2025 de 22% raportat la vanzare in piata)
- Consolidarea prezentei pe piata din Romania prin fructificarea potentialului pietei si cresterea cotei de piata (obiectiv pentru etapa 2023-2025 de 1,9% raportat la piata totala)

Indicatori de Venituri din vanzari de produs etapa 2019-2025

INDICATORI	U.M.	2019	2020	2021	2022 E	2023	2024	2025	Δ 2022E/ 2021	Δ 2023/ 2022E	Δ 2024/ 2023	Δ 2025/ 2024
Vanzari in Piata, din care :	Mil lei	500,4	506,0	539,1	617,3	724,6	853,5	1005,7	14,5%	17,4%	17,8%	17,8%
INTERNATIONAL	Mil lei	153,7	159,2	145,5	186,6	212,3	257,5	335,7	28,2%	13,8%	21,3%	30,4%
INTERN	Mil lei	346,7	346,8	393,6	430,7	512,2	596,0	670,0	9,4%	18,9%	16,4%	12,4%
CIFRA DE AFACERI NETA, din care :	Mil lei	387,8	340,0	365,9	481,1	560,0	662,4	800,0	31,5%	16,4%	18,3%	20,8%
INTERNATIONAL	Mil lei	151,6	158,4	143,2	184,1	207,0	252,4	328,8	28,6%	12,4%	21,9%	30,3%
INTERN	Mil lei	236,1	181,6	222,6	296,9	353,0	410,0	471,2	33,4%	18,9%	16,1%	14,9%

INDICATORI	U.M.	2019	2020	2021	2022 E	2023	2024	2025	Δ 2022E/ 2021	Δ 2023/ 2022E	Δ 2024/ 2023	Δ 2025/ 2024
Pret mediu Vanzari in Piata - TOTAL	Lei / U.I.	0.81	0.99	1.24	1.43	1.58	1.62	1.66	15.0%	10.3%	2.5%	2.9%
- Stoc ATB	Luni	7.73	11.72	3.57	3.73	2.55	2.37	2.38	4.5%	-31.7%	-7.0%	0.4%
- Stoc distributie	Luni	5.98	5.19	3.01	1.46	1.10	1.01	0.99	-51.4%	-24.7%	-8.5%	-2.1%
Termen mediu incasare, din care :	Zile	297	273	241	173	170	170	170	-28.2%	-1.7%	0.0%	0.0%
- Piata internationala	Zile	65	68	74	57	57	57	57	-23.0%	0.0%	0.0%	0.0%
- Piata interna	Zile	372	450	252	188	175	172	170	-25.4%	-6.9%	-1.7%	-1.2%

Indicatori propusi:

Evolutia pe clase terapeutice

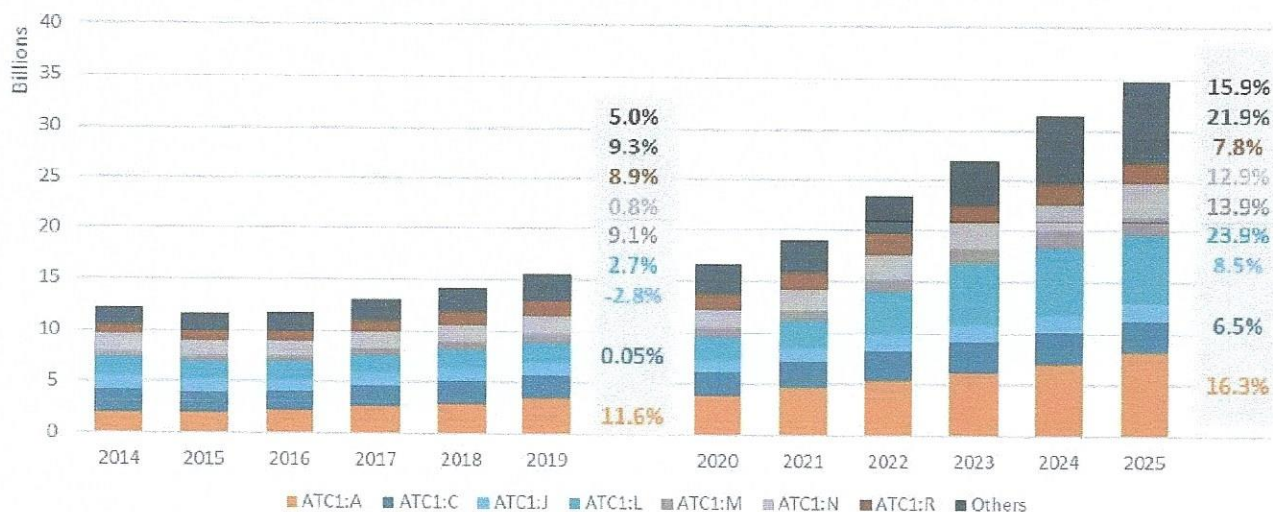
VALOARE MIL LEI

Nr. crt.	Clasa Terapeutica - ATC1	2022	2023	2024	2025	Δ S 23/22	Δ S 24/23	Δ S 25/24
1	J - Antiinfecioase sistemice	325,7	356,4	409	465,3	9,4%	14,7%	13,8%
2	A - Tract digestiv	111,3	144,5	167,7	194,6	29,7%	16,1%	16,1%
3	D - Derma	59,7	75,3	96,8	101,5	26,2%	28,7%	4,9%
4	C - Sistem Cardiovascular	49,5	62	75,3	90,7	25,4%	21,5%	20,5%
5	M - Sistem Musculo-Scheletic	21,5	36,4	41,6	47,2	69,3%	14,4%	13,4%
6	N - Sistem Nervos Central	24,4	25,6	27,5	29,7	4,9%	7,6%	8,1%
7	G - Sistem Genito-Urinar	5,2	7,8	12,2	15,8	48,3%	56,5%	29,6%
8	S - Organe Senzitive	9,3	10,1	14,2	14,7	8,3%	40,2%	4,0%
9	R - Sistem Respirator	1,3	2	4,2	5,2	45,7%	115,3%	23,7%
10	B - Sange si Organe Hematopo.	1,5	2,1	2,4	3,5	44,4%	14,7%	41,6%
11	V - Varia	3,7	1,4	1,4	2,4	-61,8%	3,1%	63,6%
12	K - Solutii Spital	1	1,1	1,2	1,2	6,6%	9,8%	1,7%
13	P - Antiparazitare			0,04	0,1			177,3%
Total		614,1	724,5	853,6	971,9	18,0%	17,8%	13,9%

CANTITATE MIL U.I.								
Nr. crt.	Clasa Terapeutica - ATC1	2022	2023	2024	2025	ΔQ 23/22	ΔQ 24/23	ΔQ 25/24
1	J - Antiinfecioase sistemice	155,3	159,4	166,1	170,2	2,7%	4,2%	2,5%
2	A - Tract digestiv	65,9	81,8	90,4	102	24,0%	10,6%	12,8%
3	D - Derma	5,5	6,9	7,6	7,8	24,4%	10,8%	2,5%
4	C - Sistem Cardiovascular	127,3	138,2	165	181	8,5%	19,4%	9,7%
5	M - Sistem Musculo-Scheletic	9	11,4	12,5	14,5	26,8%	9,6%	16,6%
6	N - Sistem Nervos Central	46,6	41,9	36,6	37	-10,0%	-12,8%	1,3%
7	G - Sistem Genito-Urinar	2,4	3,6	6,3	8,5	48,5%	74,6%	35,9%
8	S - Organe Senzitive	0,8	0,9	0,9	0,9	7,2%	3,9%	0,0%
9	R - Sistem Respirator	3,4	4,1	5,7	6,3	18,9%	40,2%	10,3%
10	B - Sange si Organe Hematopo.	5,8	8,6	10,5	10,7	49,3%	22,6%	1,0%
11	V - Varia	1,6	1,5	1,7	1,9	-7,5%	12,4%	12,0%
12	K - Solutii Spital	0,7	0,6	0,7	0,7	-2,4%	10,2%	1,4%
13	P - Antiparazitare			0,2	0,4			166,7%
Total		424,3	458,9	504,2	542,1	8,1%	9,9%	7,5%

PRET MEDIU LEI/U.I.								
Nr. crt.	Clasa terapeutica - ATC1	2022	2023	2024	2025	ΔP 23/22	ΔP 24/23	ΔP 25/24
1	J - Antiinfecioase sistemice	2,1	2,24	2,4	2,61	6,6%	7,5%	8,7%
2	A - Tract digestiv	1,69	1,77	1,77	1,82	4,6%	0,3%	2,9%
3	D - Derma	10,76	10,91	11,4	11,41	1,4%	4,5%	0,0%
4	C - Sistem Cardiovascular	0,39	0,45	0,45	0,48	15,5%	-0,4%	7,6%
5	M - Sistem Musculo-Scheletic	2,39	3,19	3,34	3,23	33,4%	4,4%	-3,3%
6	N - Sistem Nervos Central	0,52	0,61	0,75	0,79	16,6%	23,3%	5,6%
7	G - Sistem Genito-Urinar	2,16	2,16	1,74	1,65	-0,1%	-19,5%	-5,1%
8	S - Organe Senzitive	11,31	11,42	11,47	0	1,0%	0,4%	-100,0%
9	R - Sistem Respirator	0,39	0,48	0,74	0,83	22,5%	53,5%	12,1%
10	B - Sange si Organe Hematopo.	0,26	0,25	0,23	0,32	-3,3%	-6,5%	38,6%
11	V - Varia	2,24	0,93	0,85	1,23	-58,8%	-8,2%	44,3%
12	K - Solutii Spital	1,53	1,67	1,67	1,67	9,3%	-0,3%	0,3%
13	P - Antiparazitare			0,24	0,24			0,0%
Total		1,45	1,58	1,63	1,68	9,1%	3,0%	3,1%

Historical and forecasted use of Rx drugs, OTC&FS by ATC1, 2014–2025, PPP bn Ron



Sursa: Romanian Pharmaceutical Market Forecast 2020-2025, Cegedim Romania

Ipoteze de lucru:

- se estimeaza ca Oncologia va fi una din principalele clase terapeutice cu crestere in perioada 2020-2025 (CAGR de 23.9%) sustinuta de lansarile noi de molecule si completarea programului national de oncologie
- medicatie pentru Tract digestiv va inregistra o crestere anuala compusa de 16.3%
- segmentul musculo-scheletic va inregistra o crestere anuala compusa de 13.9%
- segmentul cardio si sistem nervos central va inregistra o crestere anuala compusa de 6.5%

Evolutia pe tip prescriptie

VALOARE MIL LEI

Nr. crt.	Tip prescriptie	2022	2023	2024	2025	ΔS 23/22	ΔS 24/23	ΔS 25/24
1	RX	529,7	583,5	679,1	770,5	10,2%	16,4%	13,5%
2	non-RX	84,4	141,1	174,5	201,4	67,2%	23,7%	15,4%
	Total	614,1	724,5	853,6	971,9	18,0%	17,8%	13,9%

CANTITATE MIL U.I.

Nr. crt.	Tip prescriptie	2022	2023	2024	2025	ΔQ 23/22	ΔQ 24/23	ΔQ 25/24
1	RX	345,8	354,7	388,6	409,2	2,6%	9,5%	5,3%
2	non-RX	78,5	104,1	115,6	132,9	32,6%	11,0%	14,9%
	Total	424,3	458,9	504,2	542,1	8,1%	9,9%	7,5%

PRET MEDIU LEI/U.I.

Nr. crt.	Tip prescriptie	2022	2023	2024	2025	ΔP 23/22	ΔP 24/23	ΔP 25/24
1	RX	1,53	1,64	1,66	1,73	7,4%	1,0%	4,1%
2	non-RX	1,07	1,35	1,51	1,52	26,1%	11,4%	0,4%
	Total	1,45	1,58	1,63	1,68	9,1%	3,0%	3,1%

Ipoteze de lucru:

- Pe segmentul Retail, medicatia cu prescriptie medicala va inregistra o crestere anuala compusa de 9.4% in perioada 2020-2025
- Medicatia non-RX va inregistra in perioada 2020-2025 o crestere anuala compusa de 23.3%
- Segmentul Hospital va inregistra in perioada mentionata o crestere anuala compusa de 15.9%

Historical and forecasted use of Rx, OTC drugs & FS by channel, 2014-2025, bn Lei



Sursa: Romanian Pharmaceutical Market Forecast 2020-2025, Cegedim Romania
Evolutia pe divizii si forme farmaceutice

			VALOARE MIL LEI						
Nr. crt.	Divizia	Forma farmaceutica	2022	2023	2024	2025	Δ S 23/22	Δ S 24/23	Δ S 25/24
1	Sterile & S inj		238,3	265,9	315	369,7	11,6%	18,5%	17,4%
		vrac	75,7	85	90	100	12,3%	5,9%	11,1%
	Sterile & SA Total		314	350,9	405	469,7	11,8%	15,4%	16,0%
2	Orale	cps	91,4	112,5	122	135,5	23,1%	8,4%	11,1%
		cpr	72,8	80	105,3	128,1	9,9%	31,6%	21,8%
		plicuri	0,7	5,2	9,4	11,3	629,6%	82,1%	20,5%
		spray		0,1	0,5	0,9		740,0%	66,7%
		stick				0,4			
		sirop				0,2			
	Orale Total		164,9	197,7	237,1	276,4	19,9%	19,9%	16,6%
3	Topice	ung+creme+gel	93,3	125,5	156	166,5	34,6%	24,3%	6,8%
		sup	37	42,7	45,4	47,9	15,3%	6,4%	5,4%
		ovule	4,9	7,2	9,6	10,8	47,4%	32,1%	12,9%
		ser	0	0,2	0,3	0,3		20,0%	16,7%
		spuma	0	0,2	0,3	0,3		5,3%	10,0%
	Topice Total		135,2	175,9	211,5	225,8	30,1%	20,2%	6,8%
	Total		614,1	724,5	853,6	971,9	18,0%	17,8%	13,9%

			CANTITATE MIL U.I.						
Nr. crt.	Divizia	Forma farmaceutica	2022	2023	2024	2025	Δ Q 23/22	Δ Q 24/23	Δ Q 25/24
1	Sterile & S inj		32,1	33,6	39,8	44,9	4,4%	18,6%	12,7%
		vrac	0,4	0,4	0,4	0,4	-3,1%	-0,6%	6,4%
	Sterile & SA Total		32,6	34	40,2	45,3	4,3%	18,3%	12,7%
2	Orale	cps	130,7	147,4	155,2	162,1	12,7%	5,3%	4,5%
		cpr	211,5	220,6	248,4	270,9	4,3%	12,6%	9,1%
		plicuri	0,2	1,9	3,7	4,9	706,0%	93,7%	31,8%
		spray		0,003	0,02	0,04		740,0%	66,7%
		stick				0,3			
		sirop				0,004			
	Orale Total		342,4	369,9	407,3	438,2	8,0%	10,1%	7,6%
3	Topice	ung+creme+gel	7,4	9,1	10,1	10,5	23,1%	10,7%	3,8%
		sup	39,5	42,4	42	43,1	7,4%	-0,9%	2,6%
		ovule	2,4	3,4	4,6	5	45,3%	33,9%	8,9%
		ser		0,01	0,01	0,01		20,0%	16,7%
		spuma		0,01	0,01	0,01		5,3%	10,0%
	Topice Total		49,3	55	56,7	58,6	11,6%	3,2%	3,3%
	Total		424,3	458,9	504,2	542,1	8,1%	9,9%	7,5%

Nr. crt.	Divizia	Forma farmaceutica	PRET MEDIU LEI/U.I.						Δ P 23/22	Δ P 24/23	Δ P 25/24
			2022	2023	2024	2025					
1	Sterile & S inj		7,41	7,92	7,71	7,88		6,9%	-2,7%	2,2%	
	vrac		182,28	211,13	225	235		15,8%	6,6%	4,4%	
	Sterile & SA Total		9,64	10,33	9,87	10,02		7,1%	-4,4%	1,5%	
2	Orale	cps	0,7	0,76	0,78	0,81		9,2%	2,3%	4,1%	
		cpr	0,34	0,36	0,39	0,43		5,3%	7,8%	10,5%	
		plicuri	3	2,72	2,55	2,33		-9,5%	-6,0%	-8,6%	
		spray		25	25	25			0,0%	0,0%	
		stick				1,46					
		sirop				44,77					
	Orale Total		0,48	0,53	0,56	0,6		11,0%	4,8%	6,5%	
3	Topice	ung+creme+gel	12,6	13,77	14,14	13,29		9,3%	2,7%	-6,0%	
		sup	0,94	1,01	1,04	1,06		7,4%	3,6%	1,2%	
		ovule	2,08	2,11	1,81	1,83		1,4%	-14,1%	0,8%	
		ser		45	45	45			0,0%	0,0%	
		spuma		25	25	25			0,0%	0,0%	
	Topice Total		2,74	3,2	3,44	3,32		16,6%	7,6%	-3,6%	
	Total		1,45	1,58	1,63	1,68		9,1%	3,0%	3,1%	

Evolutia pe tip portofoliu si tip asimilare

Nr. crt.	Tip portofoliu	Tip asimilare	An vanzare	VALOARE MIL LEI						
				2022	2023	2024	2025	Δ S 23/22	Δ S 24/23	Δ S 25/24
1	Actual	cooperare	actual	120,9	131,1	144,2	156,2	8,4%	10,0%	8,3%
		cooperare Total		120,9	131,1	144,2	156,2	8,4%	10,0%	8,3%
		productie	actual	493,2	575,6	661,7	730,4	16,7%	15,0%	10,4%
		productie Total		493,2	575,6	661,7	730,4	16,7%	15,0%	10,4%
	Actual Total			614,1	706,7	805,9	886,5	15,1%	14,0%	10,0%
2	Viitor	cercetare	2023		5,1	13,9	17,3		175,2%	24,2%
			2024			3,4	5,4			55,8%
		cercetare Total			5,1	17,4	22,7		243,2%	30,5%
		in-licensing	2023		12,8	26,7	36,6		109,0%	37,1%
			2024			3,7	12,7			248,0%
			2025				13,4			
		in-licensing Total			12,8	30,3	62,7		137,7%	106,6%
	Viitor Total				17,8	47,7	85,4		167,6%	78,9%
	Total			614,1	724,5	853,6	971,9	18,0%	17,8%	13,9%

I.1. Strategii de pret

I.1.1. Cresterea ponderii in vanzari pe Romania a produselor fara prescriptie medicala in vederea diminuarii impactului taxei claw-back asupra profitabilitatii - obiectiv pentru etapa 2023-2025 de 30%

Masuri :

- Dezvoltarea vanzarilor pentru brandul umbrela Nutriensa (obiectiv 2030: 120 milioane lei sell out, cresterea numarului de brand name-uri de la 11 -actual la 18 - 2030, investitie necesara: campanii media si notorietate 2023 - 9 milioane lei, 2025 - 16,5 milioane lei)
- Dezvoltarea gamei de topice pe brand name-uri: gama Clafen, gama Saliform, gama Tinero, precum si lansarea in 2022 a gamei de Raceala si Gripa cu brandul umbrela Remiflu (potential de vanzare 2025 sell out - investitie necesara 2025 - 9,9 mil lei)
- asimilarea de noi produse care sa completeze conceptele Raceala si gripa si Family Healthcare

Responsabili : manager medical, manager promovare, manager retail, manager marketing strategic

Termen de evaluare si raportare : lunar

I.1.2. Asimilarea in portofoliu doar a produselor care respecta criteriul de pret peste un nivel actual, orientat catre niveluri superioare cu valoare adaugata mare (35-45-50 lei per cutie); in prezent exista in portofoliu 157 produse grupate astfel:

Price Level - PR	Valoare in pret cu ridicata lei - mil lei				Pondere valorica			
	2020	2021	2022e	2023	2020	2021	2022e	2023
<20	175,3	183,9	189	214,9	55,0%	47,4%	44,0%	41,9%
20-30	43	60,3	55,3	68,2	13,5%	15,5%	12,9%	13,3%
30-50	15,9	17,5	46,1	65,6	5,0%	4,5%	10,7%	12,8%
>50	84,3	126,7	139,6	163,7	26,5%	32,6%	32,5%	32,0%
Total	318,6	388,3	430	512	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Responsabili: manager medical, manager promovare, manageri divizie, manager marketing strategic

I.1.3 Ajustarea anuala a preturilor pe segmentul non-RX si monitorizarea pietei potentiale a produselor unice si esentiale

Responsabili: manager medical, manager promovare, manageri divizie, manager marketing strategic

I.1.4. Analiza trimestriala, pe fiecare produs si teritoriu, a indicatorului de performanta "pret mediu al structurii de vanzare", prin comparare cu perioada similara precedenta si cu obiectivele trimestriale planificate, are ca scop evaluarea deviatilor si implementarea de actiuni imediate asociate

structurii de vanzare cantitativa, ajustarea bugetelor comerciale si operationale, cresteri in alte teritorii care genereaza profit.

Responsabili: manageri zonali; termen realizare: trimestrial

I.1.5. Cresterea preturilor contractate cu distribuitorii locali

Piete vizate: Danemarca & Norvegia (2 produse: +10%), Canada (2 produse: +10%), UK (2 produse: +4%), Irak (10 produse cu majorari intre 3%-20%)

Responsabili: manageri zonali

I.1.6. Cresterea preturilor de inregistrare in teritoriile in care Antibiotice detine Autorizatii de Punere pe Piata

Piata vizata: Moldova

2022: pentru un numar de 33 de produse (65% din portofoliu), pretul de inregistrare a fost majorat cu minim 5%; dintre acestea, 5 produse au beneficiat de o crestere de pret de peste 40%

Interval modificare pret	Nr.produse	% in Sell-in
-9% / 100%	16	25.5%
< + 10%	22	32.8%
> 10% < 20%	3	5.3%
>20% < 40%	3	9.2%
> 40% < 250%	5	28.2%
	33	75.5%

Nivel pret inregistrare	Nr.produse	% in Sell-in
< 20 lei (4 Eur)	39	80.8%
20 - 30 lei (4 - 6 Eur)	5	5.0%
30 - 50 lei (6 - 10 Eur)	2	1.2%
> 50 lei (10 Eur)	8	13.0%

Pentru anul 2023 este setata o tinta pentru majorarea preturilor de inregistrare pentru un numar de 14 produse, in corelare cu preturile din Romania, preturile competitiei din Moldova si impactul pe cifra de afacere si profit.

Pentru etapa 2024-2025, sunt vizate cresteri pentru 3 produse ale Diviziei Topice pentru care suntem unic producator. Aprobarea acestor preturi ar putea genera venituri suplimentare din vanzari de aprox.1.2 mil lei (2023) si 2.9 mil lei (2025).

Responsabili: manageri zonali

1.2. Strategii de piata

1.2.1. Stabilirea unor cote de piata tinta pentru produsele actuale si viitoare, desprinse din potentialul actual si viitor, care sa mentina compania in trendurile de crestere a pietelor, in tendintele de consum si mai ales, in decizia de consum a publicului larg

Obiectiv: cota de piata 2%, piata totala 55 mld lei (ritm mediu anual - 15%), potential sell out : 1.100 mil lei - pentru 2030; pentru 2025 : cota de piata 1,9%; piata totala 35,3 mld lei (ritm mediu anual - 15%), potential afacere : 670 mil lei

2022 : 1,72% cota de piata, piata totala - 25 mld lei, sell out ATB - 435 mil lei

2023 : 1,78% cota de piata, piata totala - 28,7 mld lei, sell out ATB - 512 mil lei

2024 - 1,84% cota de piata, piata totala - 32 mld lei, sell out ATB - 590 mil lei

2025 - 1,9% cota de piata, piata totala 35,3 mld lei, sell out ATB - 670 mil lei

Responsabili : manager medical, manager promovare, manager retail, manager hospital

Termen de evaluare si raportare : lunar

1.2.1.1. Consolidare parteneriate distributie și lanțuri naționale Romania:

Obiective:

- pentru 2030:

cifra de afaceri România- 590 mil lei,

stoc distributie - 1 luna,

termen încasare 170 de zile

- pentru 2025 :

cifra de afaceri România- 470 mil lei,

stoc distributie - 1 luna,

termen de incasare - 170 de zile

2022 : 297 mil lei, stoc distribuție - 1,4 luni, termen încasare- 188 de zile

2023 - 350 mil lei, stoc distributie - 1,1 luni, termen de încasare- 175 de zile

2024 - 405 mil lei, stoc distributie - 1 luna, termen de încasare- 172 de zile

2025 - 470 mil lei, stoc distributie - 1 luna, termen de incasare - 170 de zile

Masuri :

- Consolidarea vanzarii in piata pe segment minilant si farmacii independente si mentinerea ponderii in clientii cu potential ridicat prin actiuni de Sell In si Sell Out ale echipei comerciale ATB, proiecte cu distribuitorii;

- Cresterea prezentei pe segmentul Lanturi Nationale prin implementare de proiecte comune de co-branding, vizibilitate la raft, focus in recomandare;

- Consolidarea vanzarii in piata pe segment Hospital prin monitorizarea competitiei si adjudecarea licitatiilor pe produsele din potofoliul ATB;
- consolidarea structurii de vânzare pe fiecare partener distribuitor
- urmărirea cu caracter permanent a targetelor zilnice pe categorii de clienți, a încasării scadentelor și a competiției ca baza pentru adaptarea strategiei de produs

Responsabili : manager vânzări distribuitori, manager retail, manager hospital, manager marketing strategic

Termen de evaluare si raportare : lunar

I.2.1.2. Cresterea notorietatii brandurilor prn actiuni de promovare

o Criteriile de selectie produse in promovare:

- Plan vanzari setat in 2023 - 2030: selectie produse cu trend ascendent
- Cresterea ponderii produselor fara prescriptie medicala NON RX din structura de vanzare - 2023 2030 (40%)
- Dezvoltare branduri si cresterea notorietatii acestora (selectie produse cu brand)
- Stadiul din ciclul de viata al produsului produse nou lansate sau pe trend de crestere
- Ritm evolutie piata potentiala pentru produse care activeaza pe piete puternic concurate
- Produse unice sau cu factor diferentiator versus produse concurente definire mesaje de promovare produse

o Strategii promovare 2023

- Consolidarea portofoliului prin lansarea de produse noi : dezvoltarea de noi branduri sau dezvoltarea brandurilor prin extensii de gama
- Abordarea portofoliului pe categorii de prescriptie cu focus in cresterea brandurilor NON RX
- Continuarea campaniilor de comunicare pe statiile TV
- Parteneriate de promovare (co branding) si vanzare cu lanturile de farmacii sau grupurile de farmacii (Alphega, Respiro, Benefica)
- Identificarea de noi consumatori pentru produsele din portofoliu prin programe de screening
- Identificarea de obiceiuri prescriptionale si conduite de tratament ale medicilor prin programe de testare

o Obiective promovare 2023

- Consolidarea brandurilor de produse notorietate, credibilitate, fidelizare
- Cresterea notorietatii brandurilor in randul publicurilor tinta: public larg si profesionisti din domeniul sanatatii
- Consolidarea parteneriatelor cu reprezentantii comunitatii medicale
- Cresterea vanzarilor produselor promo cu 21 % in 2022 (+22,4 mil lei; obiectiv sell out: 128,6 mil lei)

Concept	Indicator		2022	2023	2024	2025
Nutriensa	Total Portofoliu	Val mil lei	22,5	45,2	62,	76,3
	Piata Potentiala	Val mil lei	1130,2	1144,5	1427,8	1464,3
	CP Portofoliu A1	%	2,0%	4,0%	4,3%	5,2%
Quality Life - Family Health	Total Portofoliu	Val mil lei	44,6	59,4	67,3	74,7
	Piata Potentiala	Val mil lei	571,2	581,2	646,2	731,6
	CP Portofoliu A1	%	7,8%	10,2%	10,4%	10,2%
Derma a+	Total Portofoliu	Val mil lei	37,6	48,9	61,2	65,1
	Piata Potentiala	Val mil lei	142,9	154,6	167,2	171,7
	CP Portofoliu A1	%	26,3%	31,6%	36,6%	37,9%
Raceala si Gripa	Total Portofoliu	Val mil lei	13,2	15,6	20,	23,5
	Piata Potentiala	Val mil lei	387,7	537,3	543,6	708,8
	CP Portofoliu A1	%	3,4%	2,9%	3,7%	3,3%
Quality Life - Sanatatea Fen	Total Portofoliu	Val mil lei	5,7	7,	8,4	10,
	Piata Potentiala	Val mil lei	38,7	39,7	40,4	41,1
	CP Portofoliu A1	%	14,7%	17,5%	20,7%	24,4%

Buget dezvoltare brand		Valoare mil lei			
Concept		2022	2023	2024	2025
Nutriensa		5,	6,5	12,3	16,5
Quality Life - Family Health		2,8	4,2	6,	6,
Derma a+				6,5	6,3
Raceala si Gripa			1,5	4,4	6,2

Responsabili : manager promovare, manager retail, manager hospital, manager marketing strategic
Termen de evaluare si raportare : lunar

I.2.2. Internationalizarea afacerii:

Obiectiv: 590 mil lei export, 50% din total - pentru 2030; pentru 2025 : 330 mil lei, 41,2% din total

2022 : produse finite - 109 mil lei, substanțe active - 75 mil lei (38,2% din total)

2023 : produse finite - 115 mil lei, substanțe active - 85 mil lei, outlicensing - 7 mil lei (37% din total)

2024 : produse finite - 140 mil lei, substanțe active - 95 mil lei, outlicensing - 20 mil lei (37,8% din total)

2025 : produse finite - 180 mil lei, substanțe active - 100 mil lei, outlicensing - 50 mil lei (41,2% din total)

Masuri :

- plan de expansiune teritoriala actualizat anual pentru consolidarea teritoriilor ATB
- eficientizarea modelelor de business pe zone și optimizarea structurii de vanzare

Responsabili : director dezvoltare afaceri, manager export produse finite

Termen de evaluare si raportare : lunar

I.2.2.1. Reasezarea parteneriatelor actuale la gama Nistatina - substanta active, cu 4-5 entitati - agenti, distribuitori, cu tendinta de crestere a pretului dupa trei repere (obiectivul fiind o valoare a business-ului de 20 milioane USD in 2025, cu un pret mediu al structurii de peste 45 dolari/BOU):

Responsabili: director marketing si vanzari, manager Nistatina

Termen de evaluare si raportare : lunar

I.2.2.2. Dezvoltarea portofoliului de produse in teritoriile ATB actuale

In etapa 2023-2025 sunt planificate extinderea portofoliului cu un numar de 18 produse in principalele teritorii ATB: Vietnam (7 produse), Serbia (6 produse), Irak (5 produse). Aportul la cifra de afaceri este estimat la 0.6 mil lei (2023) si la 8.0 mil.lei (2025).

I.2.2.3. Expunerea in noi teritorii ATB din Europa, Orientul Mijlociu, Asia Pacific

Prin aceasta strategie se are in vedere accesarea unui numar de 9 noi teritorii, cu un portofoliu de medicamente preponderent din cadrul Diviziei Sterile si Diviziei Orale.

Aportul la cifra de afaceri este estimat la 6.8 mil lei (2023) si de 40.0 mil lei (2025), cu focus pe urmatoarele teritorii:

- Europa (Danemarca, Norvegia, Finlanda, Suedia, Islanda, Slovacia)
- Asia-Pacific (Filipine, Australia)
- Orientul Mijlociu (Arabia Saudita)
- Africa (Africa de Sud)
- CSI (Ucraina)

Responsabili: manageri zonali

I.2.2.4. Expunerea in teritorii noi prin modele de business de OUT-licensing si

Contractmanufacturing

Prin aceasta strategie se are in vederea fie accesarea de noi teritorii prin inregistrarea produselor din portofoliul Antibiotice in numele partenerilor internationali, fie fabricatie sub contract a produselor din portofoliul altor producatori internationali.

In perioada 2023-2025 este planificata accesarea a unui numar de 10 piete noi, cu un portofoliu de medicamente preponderent din cadrul Diviziei Sterile. Aportul la cifra de afaceri este estimat la 6.4 mil lei (2023) si de 43.0 mil lei (2025).

- Europa (Germania, Franta, Italia, Polonia, Cehia, Spania, Bulgaria)
- Asia-Pacific (Australia)
- Orientul Mijlociu (Emiratele Arabe Unite)
- CSI (Georgia)

Responsabili: manageri zonali

Termen de evaluare si raportare : lunar

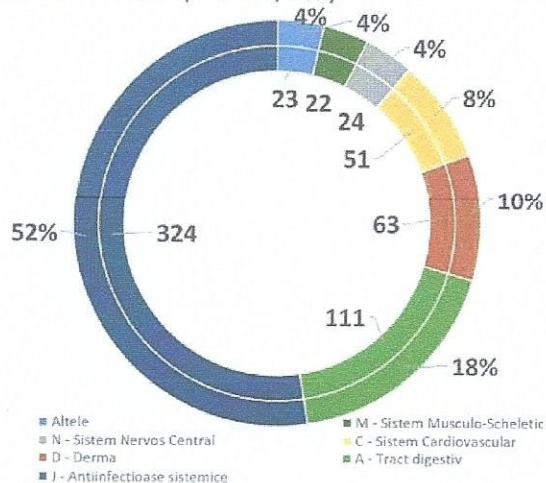
1.3. Structura de portofoliu

Prin analize periodice urmarim sa completam portofoliul cu produse cu cerere terapeutica in crestere, fie prin sursa proprie (cercetare), fie prin sursa externa (proiecte in-licensing)

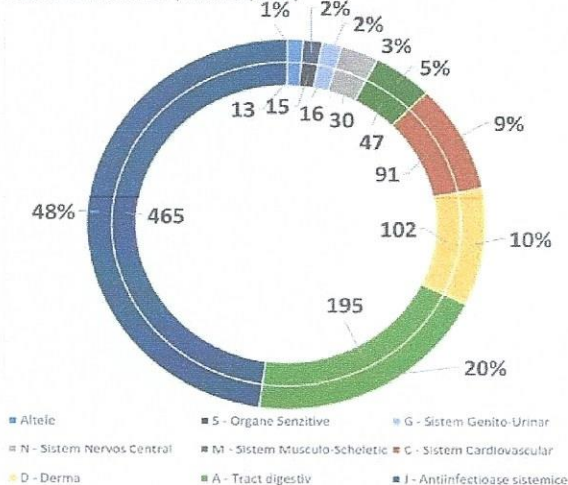
Pana in 2030 vor fi asimilate un numar de peste 100 produse din diverse arii terapeutice care sa completeze conceptele de portofoliu create.

Impartirea portofoliului pe clase terapeutice:

Vanzari in Piata 2022 (Val mil Lei, % val)

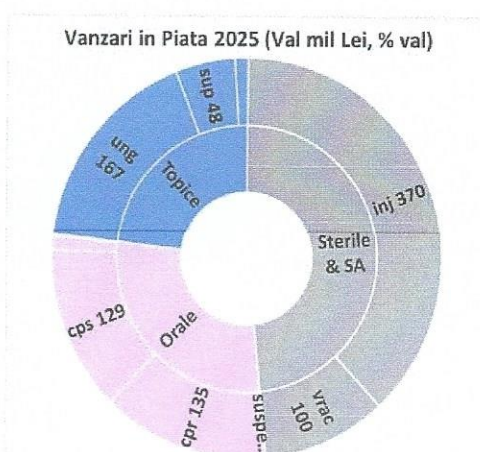
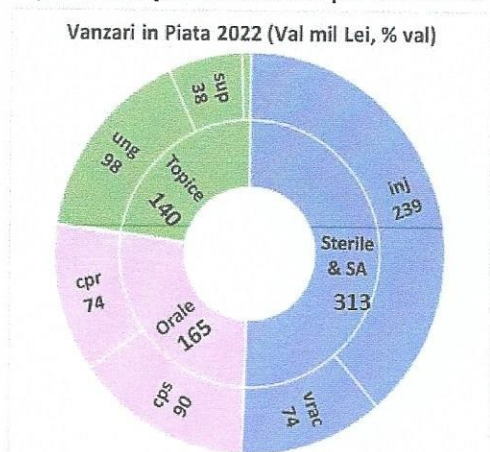


Vanzari in Piata 2025 (Val mil Lei, % val)



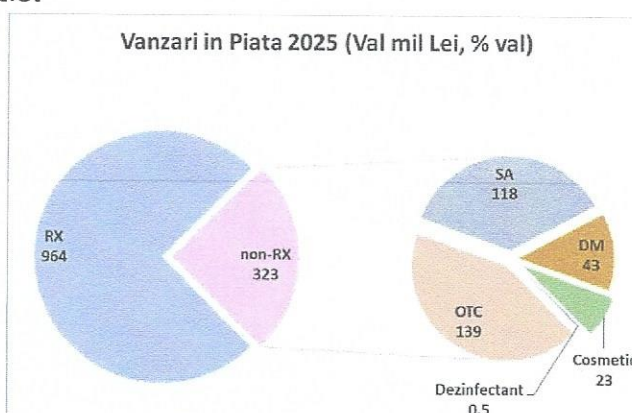
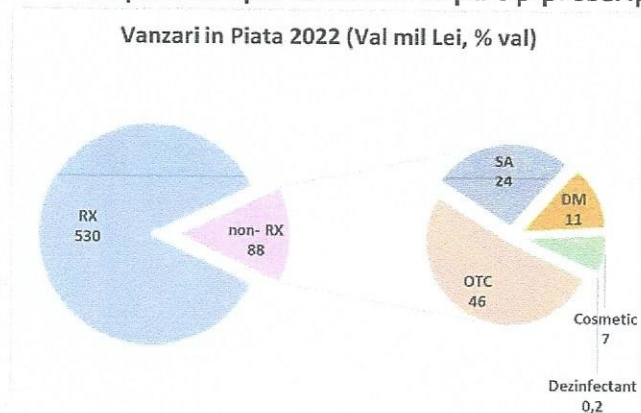
Clasa Terapeutica - ATC1	Numar produse 2022			Numar produse 2025			din care produse noi 2025		
	TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare
J - Antiinfecioase sistemice	59	43	16	72	41	31	16	1	15
A - Tract digestiv	15	11	4	24	12	12	11	2	9
D - Derma	21	21	0	32	29	3	12	9	3
C - Sistem Cardiovascular	20	20	0	39	23	16	16		16
M - Sistem Musculo-Scheletic	15	14	1	20	14	6	5		5
N - Sistem Nervos Central	11	8	3	11	7	4	5	1	4
G - Sistem Genito-Urinar	4	4		7	7		3	3	
S - Organe Sensitive	2	2		2	2		0		
Alteie	11	11	0	15	6	9	10	3	7
TOTAL	158	134	24	222	141	81	78	19	59

Impartirea portofoliului pe divizii si forme:



Divizia	Forma	Numar produse 2022			Numar produse 2025			din care produse noi 2025		
		TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare
Topice	ung	39	39		48	44	4	14	10	4
	sup	9	9		10	9	1	1	1	1
	ovule	3	3		3	3		0		
Topice Total		51	51	0	61	56	5	15	11	4
Orale	cps	28	24	4	31	22	9	8	2	6
	cpr	41	36	5	57	41	16	19	5	14
	placstick	1		1	6	6		5		
	sirop/spray	0			2		2	2		
		70	60	10	96	63	33	34	7	27
Sterile & SA	inj	35	19	16	68	20	48	28	1	27
	suspensie orala				1	1		1	1	
	vrac	1	1		1	1		0		
Sterile & SA Total		36	20	16	69	22	48	29	2	27
Total		157	131	26	222	141	81	78	19	59

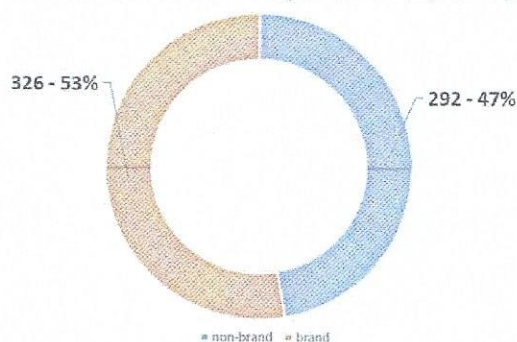
Impartirea portofoliului dupa tip prescriptie:



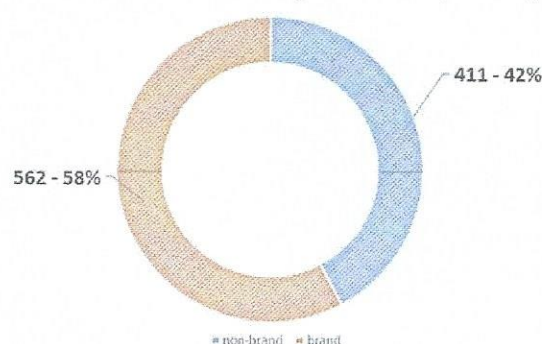
		Numar produse 2022			Numar produse 2025			din care produse noi 2025		
RX-nonRX	Tip nonRX	TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare
RX	RX	110	90	20	146	90	56	43	3	40
RX Total		110	90	20	146	90	56	43	3	40
non-RX	OTC	23	20	3	31	21	10	8	1	7
	SA	13	10	3	20	14	6	8	5	3
	DM	2	2		10	3	7	8	1	7
	Cosmetic	6	6		13	11	2	9	7	2
	Dezinfectant	3	3		2	2		2	2	
non-RX Total		47	41	6	76	51	25	35	16	19
Total		157	131	26	222	141	81	78	19	59

Impartirea portofoliului dupa tip brand/non-brand:

Vanzari in Piata 2022 (Val mil Lei, % val)



Vanzari in Piata 2025 (Val mil Lei, % val)



Tip Naming	Numar produse 2022			Numar produse 2025			din care produse noi 2025		
	TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare	TOTAL	Productie	Cooperare
brand	77	67	10	128	74	54	61	16	45
non-brand	80	64	16	94	67	27	17	3	14
Total	157	131	26	222	141	81	78	19	59

Proiecte de dezvoltare portofoliu, prin In-licensing:

- Optimizarea produselor selectate pentru a fi asimilate in portofoliul companiei, prin evaluarea potentialului de valorificare in Romania si alte piete, obiectivul fiind orientarea catre produsele cu randamentele asteptate;
- Identificarea potentialului si realizarea planului de afaceri pe baza caruia sa fie aprobata asimilarea unui produs in portofoliu, care nu a fost in prealabil identificat/selectat in planul de dezvoltare a portofoliului;
- Identificarea si transmiterea informatiilor cu privire la tendintele pietei farmaceutice din discutii avute cu parteneri de afaceri si participarea la evenimente farma.

Proiecte de valorificare produse Antibiotice pe pietele externe prin modele de afaceri de Out-licensing si Distributie:

- Identificarea potentialului si realizarea planului de afaceri pe baza caruia sa fie aprobata dezvoltarea unui produs in cadrul R&D Antibiotice.

Responsabili: manageri activitate