

Liviu VATAVU

Buna ziua,

Bine ati venit la teleconferinta pentru prezentarea rezultatelor primelor 9 luni ale anului 2023. Din partea companiei Antibiotice, la teleconferinta participa:

- Dna Paula COMAN - dir. Economic
- Dl. Ovidiu BATAGA - dir Marketing si Vanzari
- Dna Delia RACOVEANU - Manager vanzari piata internationala
- Liviu VATAVU - dir Juridic si Guvernanta corporative si
- Colegii mei de la Relatia cu Investitorii, dna Mihaela OBREJA si Cerasela VASILIU

Pentru ca ora pe care am stabilit-o este ora 11, ne dorim sa incepem aceasta sedinta. Avem un material de prezentare care ruleaza pe ecranul nostru. Dumneavoastra il vedeti, domnule Turcas?

Florin TURCAS

- Da, il vad...prima pagina...

Liviu VATAVU

- Il vom derula in continuare si bineinteles nu il vom lectura, vom prezenta cateva materiale sintetice din el, doamna Coman va prelua subiectul si va va prezenta cateva informatii sintetice si ca de obicei, va invitam de a ne intrerupe, de a ne adresa intrebari, de a interveni ori de cate ori simtiti ca este nevoie, neasteptand finalul prezentarii noastre. Atunci cand simtiti ca e cazul, va rugam sa interveniti sa ne adresati intrebari. E in regula asa?

Florin TURCAS

- Da, perfect.

Liviu VATAVU

- Ok, dna COMAN?

Paula COMAN

- Buna ziua, Antibiotice in primele noua luni ale anului 2023, a realizat o cifra de afaceri neta totala cu 28% mai mare decat cea a anului anterior;
- Un profit net de 76,6 mil. lei comparativ cu cel al anului trecut care a fost de 29,5 mil. lei,
- A crescut valoarea actiunii de la 0,57 lei la 1 ianuarie 2023 la 1,18 lei la 30 septembrie 2023, in aceasta perioada a fost si un maxim de 1,28 lei in data de 21 septembrie,
- In aceeasi perioada am atras fonduri nerambursabile in valoare de 85 milioane lei de la Ministerul cde Finante, fonduri care vor fi utilizate pe parcursul urmatoilor ani pentru o capacitate de productie a produselor sterile, solutii si topice;
- Am obtinut o finantare in valoare de 4,1 milioane lei pentru dezvoltarea unei capacitati de productie de energie verde;
- Investitiile realizate in aceeasi perioada ianuarie-septembrie au fost de 58 milioane lei pentru dezvoltarea portofoliului de produse, productia de energie verde si modernizarea laboratoarelor si logisticii de pe platforma.

Dau cuvântul colegului meu Ovidiu BATAGA, pentru a vă prezenta o parte din vânzările noastre.

- Buna ziua, din nou!

As reitiera puțin un subiect legat de planul nostru de afaceri. Noi lucram astazi si in fiecare zi din viata noastra dupa dezideratul prezentat in planul de afaceri The Future Together. Cred ca a fost foarte puternic mentionat si in presa si in comunicarea noastra din ultima perioada. Ne bazam in acest plan de afaceri in primul rand pe portofoliu, de asta am mentionat, pentru ca pe ecran vedeti cam cum lucram astazi pe subiecte de portofoliu. Gruparea vanzarilor dupa clase terapeutice o vedeti in graficul mentionat, in stanga.

La nivelul de 9 luni suntem in piata cu 166 de produse repartizate pe 11 clase terapeutice inclusiv substantele active pe care le vindem. Sunt mentionate acolo nr de produse dupa structurarea pe divizii, compania este organizata in prezent, pe 3 divizii de productie si vanzari, una este pe forme orale, una este pe produse topice si o a treia pe produse topice si substante active. Sunt mentionate si produsele noi care au inceput sa capete consistenta, prin lansarea in piata in acest trimestru, in primele 9 luni de fapt, Equilibra Plus, Remiflu granule, Tinerio AZ- este o gama formata din 3 produse dermatocosmetice, Zimba unguent, gama de injectabile Vancomicina si Cefazolina. Acestea isi vor arata plusvaloarea in perioada urmatoare si le vom regasi mentionate in rapoartele administratorilor, asa cum facem de fiecare data.

Ca si piata din Romania, as mentiona ca acest an a fost marcat de o crestere consistenta la nivelul pietei farmaceutice, a inregistrat o crestere cu 2 cifre, undeva la 16%. Am avut si conotatii prin crestere de pret, undeva la nivelul lunii august s-a reasezat piata din Romania printr-o crestere de pret corelata cu inflatia si cu cursul valutar.

Aici vedeti pe ecran ritmurile pe care canalele de vanzari din piata din Romania le-au inregistrat si o comparatie a companiei Antibiotice cu aceste ritmuri. Se vede ca la toate segmentele de vanzare, fie hospital, fie lanturi nationale sau farmacii independente si minilanturi, Antibiotice a performat mai bine decat piata cu cel puțin 3 procente. Sunt canale unde am inregistrat si crestere de 6%.

Liviu VATAVU

- Ok. Sunt intrebari pana aici? Doriti sa subliniem, sa detaliem vreun subiect?
Ok, inteleg ca nu.

Ovidiu BATAGA

- Ok, as puncta acolo unde Antibiotice a performat cu prisosinta in aceste prime 9 luni din an si cred ca vom repeta acest demers si in urmatoarele 3 luni si pentru inchidere. Am realizat vanzari in piata de 383,8 milioane de lei, cum spuneam a fost peste ritmul pietei, o crestere de 17,5%, suntem locul 4 in consumul de cutii pe segmentul medicamentelor care ne reprezinta, generice si OTC-uri, avem o cota de piata de 5,5%. Suntem in continuare lider, cum am fost in ultima perioada pe trei forme farmaceutice: unguente, supozitoare si ovule si pulberi injectabile. Este clar ca un flacon din doua apartin Antibiotice acolo unde este consum de spital.
- Suntem locul doi, aceasta performanta a fost realizata in cursul acestui an la cutii pe forma capsule(16,1%), este o realitate care vine din trimestrul I si continua la nivelul intregului an.

- Suntem in continuare un lider valoric pe segmentul de generice cu prescriptie si non-RX in spitale, avem o cota de 14,1%, este un segment care ne reprezinta si ne fructifica portofoliul de injectabile.

Il dau cuvantul Deliei putin, pentru o interventie despre export.

Delia RACOVEANU

- Buna ziua, din nou!
In perioada ianuarie-septembrie a anului 2023, cifra de afaceri pe piata internationala a fost de 175,6 milioane de lei inregistrand o crestere cu 23% comparativ cu perioada similara a anului trecut. Aceasta crestere se inscrie pe trendul planificat pentru perioada 2023-2030 prin planul de dezvoltare a companiei The Future Together. Vanzarile de produse finite de medicamente au fost de 107,9 milioane lei, in crestere cu aproximativ 28%, raportat la perioada ianuarie-septembrie a anului 2022. Aceste rezultate au fost obtinute din exportul in aproximativ 30 de tari in principal din America de nord, Europa si Asia. Primele 10 teritorii ar putea fi mentionate SUA, Vietnam, Marea Britanie, Moldova, Danemarca, Ungaria, Olanda, Irak si Emen.
In SUA am reusit sa consolidam bussines-ul nostrum pentru aproximativ 6 milioane de dolari in acest an cu 6 medicamente betalactamice sterile, peniciline utilizate in tratamentul interventiilor din spitale.
In Europa asa cum am mentionat si anterior au intrat in cea mai mare detenta, in fiecare an cresteri cu 25-30% vanzarile in aceasta regiune.
In tari precum Regatul Unit al Marii Britanie, Olanda, Ungaria, Lituania sau Albania s-a accesat sistemul de sanatate din spitale cu un portofoliu de medicamente antiinfectioase pulberi injectabile si pe primele 9 luni raportam deja o crestere a vanzarilor cu aproximativ 42%. Ne situam astfel in topul producatorilor de medicamente antiinfectioase din aceste tari, vorbim de medicamentele oferite in spital.
In zona Asia vanzarile pe principala piata, pe piata Vietnamului inregistraza un avans de 12% comparativ cu perioada ianuarie-septembrie 2022 atingand o valoare de 5,6 milioane de dolari, odata cu lansarea pe piata a 3 noi produse cardiovasculare si accesarii de licitatii pentru medicamente antiinfectioase orale, de aceasta data.
In zona Republicii Moldova unde avem si reprezentanta proprie, cu echipa proprie de promovare, am realizat in primele 9 luni vanzari de 1,5 milioane de dolari in crestere cu 9% comparativ cu perioada similara a anului trecut, notabil fiind trendul ascendent pe produsele aflate in focusul si actiunile de promovare ale echipei si este dovada rezultatului de promovare consecventa, care ofera predictibilitate si repetabilitate a vanzarii intr-o piata foarte competitiva.

PAULA COMAN

- Randamentele afacerii au crescut asa cum ati vazut si dumneavoastra din rezultatele noastre, accesand noi teritorii asa cum spunea Delia , definind un portofoliu strategic al Antibiotice prin cresterea vanzarilor in segmenul Spital, prin cresterea vanzarilor in structura optima pe segmental Retail, consolidand vanzarile la Nistatina si obtinand un randament mai bun si o pozitie mai mare ca lider mondial, precum si prin masuri de manageriere a costurilor astfel incat randamentele afacerii respectiv marja bruta, valoarea adaugata, rezultatul din exploatare, rezultatul brut si respectiv rezultatul net sunt in crestere si vom parcurge aceleasi masuri astfel incat evolutia indicatorilor si in perspectiva va fi in acelasi trend.

Va multumim!

LIVIU VATAVU

- Multumim frumos doamna Paula, Ovidiu, Delia?
Aveti intrebari pentru noi?
Domnul Turcas?

FLORIN TURCAS

- Da, as vrea sa va felicit pentru rezultatele bune obtinute si sa va intreb in ce masura le puteti pastra si in viitor?
Asta ar fi prima intrebare si a doua intrebare, in ce masura rezultatele astea bune sunt o surpriza pentru voi, ca in buget nu ati prevazut asemenea rezultate?

LIVIU VATAVU

- Rezultatele nu sunt o surpriza pentru noi pentru ca lucram pe un plan de afaceri in care ne-am propus cresterea acestor indicatori. E adevarat ca anul ne-a fost favorabil, am reusit devansarea lor, ne-a batut vantul din spate mai mult decat ne-am fi asteptat sau decat am anticipat dar nu sunt rezultate surprinzatoare, tot ceea ce facem este planificat, avem o planificare strategica etapizata 2020-2030, suntem pe indicatorii nostri, poate usor realizati anticipat, asa cum spuneam si anterior.

OVIDIU BATAGA

- Da, aici as indrazni si eu o explicatie destul de relevanta.
Pietele farmaceutice se reaseaza intr-o dinamica permanenta si mai ales dupa perioada post-pandemie toate canalele de vanzari s-au reasezat si incearca fiecare sa se reechilibreze, noi ar trebui sa fim pe trand-ul pietei chiar daca lucram dupa un planing initial, in timpul jocului apar si adaptari si corelatii. Nevoia asta de adaptare este cu prisosinta marcata in cursul acestui an si vorbesc automat si pe piata interna si pe pietele internationale, deci daca vantul acesta din pupa inseamna piata cu doua cifre atunci trebuie sa fii acolo pentru ca alfel lasi locul liber competitorilor si ceea ce intrebati dumneavoastra, ideea de a te mentine, abia acum se consolideaza daca ceea ce avem astazi se pastreaza si in anii urmatori, iar noi am facut cred anul acesta cu prisosinta si si din plin sa vedem rezultatele astel incat market share-ul obtinut, produsele noi care s-au lansat, consolidarea portofoliului actual si mai degraba consolidarea segmentelor de vanzare pe toate teritoriile ATB cred ca pot confirma si o sa se vada si in perioada urmatoare ca ne vor aduce rezultatele asteptate.

LIVIU VATAVU

- Da, una peste alta a fost un an bun, au fost 9 luni bune pentru noi. Ne-am consolidat pozitia in piata, cota de piata, ne-am consolidat cifra de afaceri, profitul, actiunile noastre au avut o evolutie, zicem noi nu buna chiar foarte buna, nici nu ne trece prin cap ca tot ceea ce am castigat in cele noua luni sa nu pastram in continuare, nu s-a intamplat niciodata in evolutia noastra, nu se va intampla nici de acum incolo.

PAULA COMAN

- Iar perspectiva urmatorilor ani trebuie sa ne dea incredere tuturor pentru ca lucram la un plan de investitii astfel incat sa consolidam portofoliul, sa marim gama de produse pe care le punem in piata astfel incat si perspectiva urmatorilor ani va fi in crestere.

FLORIN TURCAS

- Va veti actualiza planul de afaceri, veti prezenta o noua varianta sau.....?

Paula COMAN

- Pai, odata cu bugetul anului 2024 vom prezenta un buget si pentru anul 2025 si 2026, deci la inceputul anului 2024 vom iesi cu un buget pe 3 ani si cu siguranta vom prezenta si trand-urile pana in 2030.

FLORIN TURCAS

- Si piata farmaceutica in ansamblu cum o vedeti evoluand, pe termen mai scurt sa zicem sau daca puteti si pe termen mai mediu.

OVIDIU BATAGA

- Da, avem pe termen mediu facuta o analiza, anul acesta cred ca va inchide undeva pe la 16% cum spuneam si anterior, perspectiva analizand-o impreuna cu firme de studiu de piata Cegedim si IQVIA, ei fac tot timpul prognoze sezoniere sa zicem asa, semestrial vin cu upgrade-uri, la ultima interventie a lor arata o piata care va creste cu duble digit dar nu cu acelasi ritm pentru ca anul acesta spuneam, am fost influentati si de preturile din august si de asimilarea unor molecule la nivel de clase terapeutice, perspectiva anului este 16% este undeva de 12-13%, noi fiind mai ambitiosi ne-am asumat vanzari in piata de cam peste 15 procente deci permanent vom incerca sa fim peste piata.

De asta suneam ca va fi o repetabilitate in dinamica vanzarilor noastre si o siguranta mai mare la a ne atinge obiectivele, dar vom trai si vom vedea pentru ca de fiecare data aceste estimari care se lanseaza in probe noi pentru anii urmatori se revalideaza undeva in luna mai-iunie si apar upgrade-uri la aceste informatii.

LIVIU VATAVU

- Multumim, Ovidiu!

FLORIN TURCAS

- Mult succes va doresc!

LIVIU VATAVU

- Va multumim si noi pentru intalnirea de astazi. Succes si dumneavoastra in continuare. Sa ne auzim cu bine si cu vesti bune la urmatorul raport. La revedere!

FLORIN TURCAS

- Toate cele bune!