

- Buna ziua,

Bine ati venit la teleconferinta pentru prezentarea rezultatelor prelim la 31.12.2023. 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

Dna Mihaela NITU - Manager financiar

Facem precizarea ca teleconferinta se inregistreaza. Pe ecran va rula o prezentare referitoare la situatia preliminara 2022, dar colegii din vanzari vor face referiri la venituri, iar dna dir economic va prezenta indicatorii financiari preliminari ai anului 2022.

Pentru inceput, dau cuvantul domnului Ovidiu BATAGA

- Buna ziua,

Pe aceasta prezentare care va incepe sa ruleze, am sa fac cateva mentiuni si la materialul pe care l-ati primit ca text scris si am sa ma refer si la piata farmaceutica din Romania vis-a-vis de evolutia din 2022 vs anul trecut. Noi am urmarit sa ne mentinem echilibrele pe care le-am inceput in noua etapa de dezvoltare 2021-2030. Am avut un plan de a vinde intr-o structura echilibrata pe cele 3 divizii pe care platforma este reasezata in ultima perioada: divizia sterile, divizia topice si divizia forme solide orale. Ne-am propus sa abordam piata asa cum este si ea segmentata pe hospital si retail, componenta de retail bineinteles cu componenta de lanturi nationale si farmacii independente si regionale.

Ca si impact in piata farmaceutica, ne-am mentinut pozitiile castigate in ultima perioada, acelea de lider cantitativ pe piata farmaceutica la formele relevante pentru structura unguente cu o cota de piata cantitativa de 20,6%, la supozitoare si ovule de 36,1%, iar la pulberi injectabile de 60,1%.

As spune ca piata farmaceutica in care noi ne-am manifestat a avut un ritm de crestere cu 2 cifre si-a revenit dupa perioada post pandemica, atat in segmentul spitale cat si in cel de retail.

Un impact care este dincolo de portofoliul nostru s-a resimtit si in legatura cu contractele cost-volum, care daca in 2020-2021 reprezentau cam 10% din piata farmaceutica, in 2022, cand au intrat si niste molecule inovatoare, ponderea acestor structuri a reprezentat 15 procente, astfel incat, piata relevanta si piata moleculelor in care noi ne manifestam portofoliul, a avut un ritm de crestere cam de 18%. Antibiotice a inregistrat o vanzare in sell-out de 444,7 milioane lei, in

crestere cu 14,5% comparativ cu anul 2021 si a fost depasit si planul pe care noi ni l-am propus. Suntem pe trendul pe care doreste Antibiotice sa-l atinga intr-un plan de afaceri, pentru dublarea cifrelor de vanzare. Ca si pondere valorica in clase terapeutice, pentru ca analizam si aceste aspecte, mentinem core business-ul in zona de antiinfectioase cu peste 50%, 53,2, iar in ultima perioada dezvoltam conceptual si alte componente de portofoliu, pe clasele relevante din piata farma, sistem cardiovascular, preparate dermatologice si tract digestiv, care impreuna, toate cele 4 reprezinta peste 85% din piata farmaceutica. Avem pe rol si un portofoliu care vine cu o noutate, sunt dezvoltate concepte dupa anumite categorii de portofoliu, in zona de Derma+ cum le numim noi, in zona Nutriensa, probabil ca ati vazut anul trecut o manifestare Antibiotice pe campanii de tip TV, Radio, unde anumite branduri isi cresc notorietatea ce la un an la celalalt. Ne dorim sa fim prezenti cu aceste produse in toata piata farma, inclusiv in zona de lanturi nationale unde este o competitie acerba.

Am reusit sa dezvoltam potentialul produselor peste o cifra de 136 mil de lei cu un ritm de vreo 20% peste cel obtinut anul anterior. Produse de interes pentru noi, repet inca o data sunt cele din core bussines, le dam o mare atentie, sunt si produse care se promoveaza, sunt si produse comerciale. Unele sunt aduse de pe alte site-uri, altele sunt fabricate pe platforma Antibiotice, as mentiona cateva, acolo unde sunt pietele relevante si acolo unde vom dezvolta si pietele internationale, se va referi si colega mea Delia, la acest aspect, as numi cateva: amoxiplus, ampiplus, colistina, gama de penicilina, oxacilina, moldamin, sunt produse injectabile care se vand peste tot in lume si ne aduc plus valoare la afacerea Antibiotice.

Delia, daca vrei sa dezvolti putin exportul....

## Delia RACOVEANU

- Da, pe zona de international, anul 2022 a insemnat o revenire treptata a pietelor internationale la consumul anterior perioadei pandemice, odata cu ridicarea restrictiilor de accesare a spitalelor de catre populatie. Si in acest context, firma de monitorizare a pietei IQVIA la nivel international, a raportat pentru anul 2022 o crestere de aproximativ 5% a valorii pietei farmaceutice, comparativ cu anul precedent, tendinta care este preconizata a fi mentinuta si in perioada urmatoare de 4-5 ani. Pe acest trand, Antibiotice a reusit sa-si depaseasca obiectivele planificate pe 2022 si sa inregistreze o crestere de 14,4% a vanzarilor de produse finite, la un nivel de 108 mil lei, aproximativ 23,2 mil \$, deci depasind ritmul de crestere al pietei. Principalele venituri au fost inregistrate in pietele traditionale pentru companie si aici ne referim la Regatul Unit al Marii Britanii, Canada, Vietnam, Statele Unite, Danemarca, Azerbaidjan, Moldova, Iraq, atat pentru medicamentele din clasa pulberilor injectabile, medicamente antiinfectioase, unde inregistram un ritm de crestere de aproximativ 20%, cardiovasculare 32%, dar si preparate dermatologice. Anul 2022 se incadreaza in planul nostru pe termen

lung in viziunea companiei pana in anul 2030, dezvoltarea zonei de vanzari de produse finite pe pietele internationale, fiind fundamentata pe 3 axe de dezvoltare:

- Una dintre ele este consolidarea vanzarilor in teritoriile actuale pe portofoliile pe care le detinem in aceste tari
- A doua directie este cea de a lansa produse noi in teritoriile actuale. In 2022 am inregistrat si am lansat produse noi in Moldova, Serbia, Iraq si Danemarca
- Cea de a treia directie este aceea de a accesa noi teritorii si avem in plan pana in 2030, inca 19 teritorii noi pe care sa le abordam prin proiecte de distributie de medicamente sub brand Antibiotice, dar si prin proiecte de tip out-licensing sau contract-manufacturing. Estimam ca toate aceste proiecte sa contribuie cu aprox 40% din cifra de afaceri in viitor, iar anul trecut, 2 din aceste teritorii noi au fost materializate. Este vorba de accesarea pietei din Arabia Saudita si Africa de Sud.

Dna Paula COMAN

- In continuare, voi prezenta indicatorii rezultatelor financiare preliminate la sf anului 2022. Asa cum spuneau colegii nostri, ne-am concentrat atentia spre o eficientizare si o dezvoltare sustenabila a companiei. Aceasta concentrare pentru eficientizare a avut ca fundament un plan de maximizare a randamentelor pentru realizarea echilibrului intre vanzari, productie, cheltuieli si rezultatul activitatii. Aceste randamente sunt exprimate prin marja bruta, care reprezinta diferenta intre vanzarile atat din productia fabricata pe platforma cat si din produsele fabricate pe alte site-uri. Din aceste venituri sunt scazute cheltuielile cu materiile prime si cu produsele realizate pe alte site-uri, determinand aceasta marja bruta care am urmarit sa se maximizeze in sensul in care ea a fost realizata in procent de 61,1% in 2021, bugetata la nivel de 60,55% si realizata in anul 2022 pe rezultatele preliminate de 65,22%.

Valoarea adaugata este un alt randament pe care il monitorizam spre maximizarea lui, din marja bruta scazand cheltuielile cu prestatiile externe, cheltuielile cu energia, gazul si apa, rezulta valoarea adaugata, care la nivelul anului 2021 a fost de 184, 5 mil lei, bugetat pentru anul 2022 a fost la nivelul de 208,7 mil lei, realizata la nivel de 259 mil lei.

Un alt randament urmarit este rezultatul brut care este realizat la nivel de 41,9 mil lei comparativ cu 32,5 mil lei bugetat si 30 mil lei in anul anterior.

Concomitent cu realizarea randamentelor in ceea ce priveste activitatea companiei, am urmarit pe intreg anul 2022 sa reducem expunerea Antibiotice in sistem bancar, in sensul in care aveam la inceputul anului 76,4 mil lei credite operationale, iar la finalul anului creditul operational este la nivel de 23 milioane. Acest echilibru a dus la diminuarea gradului de indatorare. Daca in

anul 2021 a fost 32%, am avut o estimare in buget de 29%, am realizat 25%, ceea ce a dus la o imbunatatire a lichiditatii generale la nivel de 2,39 ori, comparativ cu 2- bugetul si 1,9 - anul anterior. Din acest echilibru au rezultat perioadele de incasare a creantelor obtinute la nivelul anului 2022 la 175 de zile, comparativ cu nivelul bugetat de 202 zile si comparativ cu anul anterior la 240 zile, iar perioada de plata a furnizorilor am realizat-o la 93 de zile, comparativ cu nivelul bugetat de 95 de zile si anul anterior 86 de zile.

Cu acesti indicatori, noi consideram ca ne-am atins obiectivele prevazute in planul de maximizare a randamentelor, obiective pe care le vom continua si in perioada anilor urmatori, astfel incat sa reusim sa maximizam pe cat de mult putem, pe fiecare randament in parte, activitatea Antibiotice.

Va multumesc!

Mihaela OBREJA

- Daca aveti intrebari, nu stiu, acum sau in scris si le veti primi ulterior, cum credeti..... Sa inteleg ca nu sunt intrebari?
- Buna ziua, Turcas Florin sunt...

Eu va felicit pentru rezultatele bune pe care le-ati obtinut, se vede si pe graficul bursei ca v-a mers foarte bine, as vrea asa in mod simplu, fara cifre, sa comentati fiecare pe partea lui, cum ati simtit ca a fost anul 2022 si cum credeti ca va fi anul 2023, greu, bun, observatii absolut generale, sau ce ati simtit voi in activitatea cu clientii, cu statul, cu furnizorii, cu toata lumea....Cum credeti ca a fost?

Ovidiu BATAGA

- Da, am sa incep eu pe componenta de operational a vanzarii. Nu a fost un an usor, probabil ca sunteti bine informat vis-a-vis de unele lucruri din lumea intreaga, din mediul extern mai ales care au fost strans legate si de conflictul acesta armat, care nu este imposibil dar si de intarzieri in circuite de aprovizionari, de fabricatie, de plata. Peste tot in lumea larga, dar si in Romania a fost un impact destul de dificil de trecut din aceste procese care s-au inrautatit. Cu toate acestea, noi ca si companie si ca echipa spunem ca am reusit sa contracaram si mai ales sa prevenim un impact nefavorabil in cifre si in structurile noastre luind masuri din timp, pentru ca, cumva, din experienta, am inceput sa simtim mai din vreme cand lucrurile capata o turnua mai putin favorabila si incercam sa anticipam mai bine. Piata, din fericire pentru noi, si ma refer la piata farmaceutica a avut un trend crescator. Sunt industrii care nu au aceste ritmuri de crestere sau cu un impact international atat de bun si Antibiotice a incercat sa tina ritmul acestor trenduri si atunci au rezultat si cifrele, bineinteles.

Un alt argument pentru noi este ca avem un nr de parteneri consolidati cu care venim de multi ani impreuna si consolidam relatiile comerciale si asta ne da curaj ca si pe viitor sa avem ambitii si optimism pe viitor in realizarea indicatorilor. Dar, in rezumat, nu e foarte simplu sa facem asta si in permanenta industria farma cere o atentie deosebita in fiecare zi din viata noastra.

Delia RACOVEANU

- Pe zona de international, acest conflict din apropierea tarii noastre a impactat mediul economic international. Ce-am constatat noi au fost duratele mai lungi in aprovizionarea cu materii prime chiar si cu ambalaje, si cand vorbim de durate mari de timp vorbim de dublarea acestora, ajungand pana la 3-6 luni. Am mai identificat cresterea costurilor de transport atat maritim cat si aerian si cresterea costurilor la utilizati. Toti acesti factori au necesitat o permanenta monitorizare in structura de fabricatie, pentru ca, o pondere mare in vanzarile internationale sunt licitatiile si contractele incheiate cu institutiile guvernamentale care trebuie respectate, deci a trebuit sa ne echilibrăm vanzarile sa cream o dinamica pe principalele piete din Statele Unite, din Marea Britanie, din Vietnam, dupa aceea a trebuit sa fim flexibili in politica de preturi, deoarece exista o concurenta foarte mare in cadrul acestor licitatii internationale, foarte multi competitori si am mai constatat ca pe termen lung, ar putea fi intarzieri generate de autoritatile internationale in zona de aprobare, inregistrare a medicamentelor noastre in diferite tari, noi ii spunem impact de market-access, pentru ca multe state au inceput sa incurajeze prin programe guvernamentale dezvoltarea productiei locale de medicamente si implicit cresterea competitivitatii acelor produse si aici sunt tari precum Arabia Saudita, Vietnam, Adzerbaidjan, chiar si Moldova, care au intarit legislatia privind armonizarea documentatiei produselor la standarde europene sau standarde americane si bineinteles un impact major a fost aceasta instabilitate politica si militara din Ukraina pe care noi am resimtit-o prin amanarea proiectelor pe Ukraina, era una din tarile in care noi voiam sa lansam un nr de 24 de produse, pe care le avem inregistrate. Deocamdata acest proiect este pus in asteptare si vom analiza pas cu pas, in functie de evolutia din zona.

Pe termen lung, avem consolidat din 2019 o strategie de portofoliu, de teritorialitate, in ce tari sa mergem, cu ce produse, astfel incat sa ne atingem obiectivele mentionate anterior, adica aproximativ 40% din cifra de afaceri estimata in perspectiva anului 2030 sa fie generata de proiecte noi, pe care am inceput sa le implementam din 2022.

Paula COMAN

- Dupa cum au spus colegii mei, piata nu a fost chiar ofertanta in ceea ce priveste vanzarile, asa cum ne-am dorit noi, mai ales ca la inceputul anului am pornit cu cresteri spectaculoase la preturile energiei, gazului si apei care ne impactau intr-

o proportie mare in activitatea de productie. Totodata au crescut preturile la produsele pe baza de sticla, aluminiu, carton. Cresterile au fost peste 25%. Materiile prime, cum spunea Ovidiu BATAGA, prin parteneriate am reusit sa echilibrăm cresterile, adica sa discutăm cu partenerii și a facem parteneriate pe perioade mai lungi astfel incat sa ajungem la un echilibru intr-o crestere, intr-o evolutie de la un an la altul mai mica. Dar zonele cele mai mari cu impat, vi le-am spus. Toate astea ne-au facut ca in interior acestea fiind impacturi externe sa analizăm foarte atent atat structurile de fabricatie cat si structurile de produse achizitionate de pe alte site-uri astfel incat sa reusim sa ne indeplinim obiectivele.

Obiectivele ne-au facut sa analizăm lunar, la doua saptamani, ori de cate ori era nevoie astfel incat sa luăm cea mai buna solutie la momentul respectiv. Asta ne-a demonstrat ca intr-o piata dificila, dacă suntem atenti in toate aspectele activitatii noastre, când spun toate inseamna de la achizitie, cantitatea pe care o achizitionam, momentul in care facem achizitia, pretul de achizitie, momentul de fabricatie, când este pretul la gaz optim pentru a fabrica, când forta de munca este accesibila in a lucra, adica sa nu fie nici foarte ocupata nici relaxata in ceea ce face, toate astea au dus la rezultatele pe care le-ati vazut dar asta nu inseamna ca activitatile in anul 2023 si in perspectiva nu ne vor arata ca de fiecare data când va aparea un factor perturbator nu trebuie sa luăm alte masuri fata de cele pe care le-am luat in 2022.

Mihaela Obreja

Daca mai sunt alte intrebari ....

Florin Turcas

Da, va multumesc pentru raspunsurile on-play. Sa stiti ca, consider ca aceste considerente sunt mai importante decat cifrele in sine, cifrele in sine variaza si nu intotdeauna sunt relevante.

O singura intrebare as vrea sa va mai pun:

De ce se intampla sa fie criza de antibiotice iarna, când lumea cauta, de ce nu se pot regla sau face stocuri sau cumva discuta. Asta ar fi ultima mea intrebare, multumesc.

Ovidiu Bataga

Da, aici am sa intervin eu putin cu cateva nuante.

Pentru fiecare sezon de iarna se anticipeaza un consum, ca in fiecare an exista un trand, un istoric in care consumul generat de gripe de raceli si de sezoanele de iarna, iarna fiind septembrie-martie dar in sens, nu calendaristic ci in sens de sezon de gripe se estimeaza consumuri si fiecare participant la acesta piata isi face propria strategie. In interiorul acestui consum sunt mai multi jucatori intr-o piata astfei incat ca sa gasesti produsul in fiecare farmacie, in fiecare zi din acest sezon, joaca cam 20 de portofolii.

Portofolii insemnand de la pastile de gat pana la injectii antivirale si lucruri in aceasta combinatie.

Sunt jucatori internationali care joaca inaceasta piata si care nu isi seteaza pentru Romania un consum in pas cu trandul momentului sau cu un ritm al momentului. Ca exceptie in acest an au fost explozii de asemenea viroze si s- a cam dublat consumul si necesarul de medicamente pentru ritmul pe care l-a avut acesta viroza, undeva in ianuarie-februarie era un nivel triplu de internari si de controale medicale si cred ca ati vazut in presa, comparativ cu consumul din 2021 si 2022.

Covidul s-a dus in alta directie, dar s-a redus ca si impact si atunci au aparut virozele astealalte, care au legatura cu pneumonii, cu bronsite si cu lucruri care afecteaza toata populatia, de la copilul sugar pana la varstnicul si generatia de varsta a treia. Si s-a vazut asta, ministerul sanatatii a incercat sa compenseze aceste lipsuri. Si noi avem in portofoliu previziuni pentru a prelua anumite proiecte de produse implicit pe piata din Romania sar si pe International si vom veni sa compensam o parte din aceste lipsuri. Nu le-am avut in portofoliu, ele vor fi cu caracter de noutate, dar lipsurile ca sa ma rezum doar la lipsa asta pe care ati remarcat-o si dumneavoastra se datoreaza jucatorilor din afara, care repet, nu isi aduc productia sau nevoia de marfa in ritmul necesar unor tari si aleg la un moment dat sa nu sprijine sistemele de sanatate si s-a vazut asta. A fost o lipsa Europeana, nu a fost numai la nivelul Romaniei. O parte din explicatii au fost si din intarzierile de circuite pe care le-am mentionat anterior. Produsele, ca sa ajunga din China, India, pentru ca acolo sunt cei care furnizeaza substante active necesare fabricarii acestor produse, nu a mai fost atat de flexibil si s-au produs intarzieri. Aceste intarzieri combinate cu un ritm de explozie in viroze au dus la lipsuri si populatia a cam suferit pe aceasta tema. Noi speram ca in anul urmator aceste lucruri vor duce la invataminte si atunci va fi marfa in farmacii cat sa ajute ca pacientii sa se trateze la timp si in mod benefic pentru fiecare in parte.

Mihaela Obreja

Mai sunt intrebari ?

Ok, daca nu mai sunt, noi va multumim pentru participare si va asteptam la urmatoarea conferinta cand vom prezenta rezultatele la Trimestrul I 2023.

O zi buna.

La revedere !!!