

La società francese, numero uno del settore in Europa, ha acquisito aziende di generici nei paesi emergenti

Farmaci low cost: produzione in crescita nei paesi della riva Sud

Sanofi-Aventis: strategia per il Maghreb

Leonardo Martinelli
PARIGI

«Non è una fondazione, né si tratta di azione umanitaria. È una nuova strategia, applicata ai Paesi del Sud, che modifica il modello economico classico dell'industria farmaceutica». A parlare è Robert Sebbag, vicepresidente della direzione accesso ai farmaci di Sanofi-Aventis, numero uno del settore in Europa e in quarta posizione a livello mondiale. E uno dei primi a puntare ai mercati emergenti, dall'India al Brasile, passando per il Maghreb. Con una strategia particolare.

«La crescita potenziale dell'industria dei medicinali - continua Sebbag - si trova in quei Paesi». Ma, appunto, occorre un approccio diverso da quello abituale. «Bisogna passare dai grossi profitti con poco volume a utili meno importanti, con volumi più grandi». Tanto più che i bisogni sono enormi: l'80% della popolazione mondiale ha un accesso scarso o nullo ai farmaci.

Nel concreto, Sanofi-Aventis propone su quei mercati prezzi differenziati. «Prendiamo il caso della malaria - spiega Sebbag -. Abbiamo sviluppato un medicinale, basato su un nostro principio attivo. Ma lo commercializziamo sotto due forme diverse. Da una parte, il Coarsucam, venduto in scatole individua-

li, a tariffe più elevate. Dall'altra parte, prende il nome di Asaq, distribuito in confezioni più grandi, che comprendono 20 trattamenti. Questa seconda versione è riservata al mercato sanitario pubblico dei Paesi del Sud. È il farmaco che forniamo nel caso di gare d'appalto finanziate dall'Oms o dall'Unicef. Il costo scende a un dollaro al giorno per adulto e ad appena 50 centesimi per un bambino».

«Siamo molto attivi anche nel campo delle malattie mentali - aggiunge Sebbag -. Si pensa sempre che queste colpiscano solo il Nord sviluppato, ma non è vero. Abbiamo così messo a punto un trattamento che costa 10 dollari all'anno per persona. Gli utili che realizziamo sono estremamente ridotti. Ma la produzione serve a far lavorare i nostri stabilimenti. Copre i costi fissi degli impianti. E impariamo a conoscere quei mercati». Che stanno decollando sempre più, anche a livello del mercato privato. Sanofi-Aventis (un colosso da 29,3 miliardi di euro di fatturato nel 2009, che è passato indenne attraverso la crisi economica con 8,4 miliardi di euro di utili netti, ancora l'anno scorso) punta ai mercati del Sud pure dal punto di vista produttivo, sia per le malattie più diffuse in quei Paesi che per i medicinali generici.

Un esempio della prima casistica: tutti i medicinali antimalaria di Sanofi-Aventis sono ormai fabbricati in Marocco. E quelli relativi alla tubercolosi verranno prodotti a termine interamente in Sudafrica. Quanto ai generici, rappresentano in generale uno degli assi di sviluppo attuali del gruppo. Solo nel 2009 ha concluso ben 33 acquisizioni in tutto il mondo. Ebbene, una parte di queste riguardano proprio società attive nei generici nei paesi emergenti. Vedi Medley, in Brasile, o Kendrick, in Messico.

Ritornando alle malattie più gravi, diffuse nei Paesi del Sud, va anche segnalato il ruolo importante dell'Italia, dove Sanofi-Aventis dispone di 5 stabilimenti. In quello di Garesio, in provincia di Cuneo, è prodotto l'artesanate, uno dei due principi attivi dell'antimalarico Asaq. E nel futuro qui sarà trasferita la fabbricazione dell'artemisina sintetica. A Brindisi, invece, è prodotta la rifampicina, farmaco di riferimento alla lotta contro la tubercolosi.

Quanto alla strategia delle tariffe differenziate, «è anche con prezzi più abbordabili - conclude Sebbag - che i pazienti dei paesi del Sud non sono costretti a comprare i loro medicinali nei mercati o sui marciapiedi. Essendo così vittime spesso del fenomeno cre-

scente della contraffazione». Secondo un'indagine di Sanofi-Aventis in Asia il 38% dei medicinali antimalarici acquistati è falso o presenta un dosaggio sbagliato. Un problema enorme. Da combattere.

MARKETING SU MISURA

Robert Sebbag, vicepresidente Accesso ai medicinali: «Puntiamo su prezzi differenziati e confezioni più grandi»

MISURE ANTI-PIRATERIA

Tariffe più abbordabili permettono anche di contrastare all'origine il crescente fenomeno della contraffazione

