

# Valeant Pharmaceuticals International — в TOP10 за три года

Международная фармацевтическая компания Valeant Pharmaceuticals International Inc. вышла на российский рынок летом 2011 г. К осени 2013 г. компания завершила приобретение нескольких локальных и международных активов, заняв 20-е место на российском коммерческом фармрынке, и строит амбициозные планы на будущее. Генеральный директор по России, Вице-президент по России и СНГ Valeant Pharmaceuticals International Inc. Джон Коннолли рассказывает о перспективах развития компании на российском фармрынке.



— В первую очередь хотелось бы узнать о самой компании Valeant и о том, в каких странах она представлена.

— Valeant Pharmaceuticals International Inc. — многообразная и децентрализованная компания, уже долгое время обеспечивающая неизменно высокие показатели бизнеса. Быстрый рост Valeant начался с приходом нынешнего президента компании Майкла Пирсона в Valeant в 2008 г. Предприятие быстро расширялось, и в результате слияния канадской компании Biovail и Valeant Pharmaceuticals International (США) выросла крупная специализированная фармкомпания Valeant Pharmaceuticals International Inc. Компания разрабатывает, производит и продвигает на рынок широкий спектр фармацевтической продукции. Ключевые направления — это фармацевтические препараты, используемые в дерматологии, офтальмологии, неврологии, а также брендовые дженерики. Сегодня Valeant работает более чем в 70 странах по всему миру. 50% нашего бизнеса сосредоточено в Северной Америке, в то время как 30% находится в Центральной, Восточной и Западной Европе. Компания также имеет значительное присутствие в Латинской Америке, Мексике, Австралии и Юго-Восточной Азии. Сегодня Valeant имеет 11 производственных площадок в Европе (четыре — в Восточной Европе), семь — в Северной Америке, а также производства в Бразилии, Китае и Мексике. С приобретением Bausch+Lomb наши производственные мощности сосредоточены на выпуске широкого спектра лекарственных средств в твердых дозированных формах и капсулах. Также мы производим топические мази и контактные линзы. Число сотрудников Valeant во всем мире составляет более 15 тыс., около 700 из которых работают в России. Мы планируем, что в 2014 г. Россия станет европейским рынком № 2.

— Компанию Valeant характеризует нетрадиционный для Большой фармы подход к освоению новых рынков и к формированию продуктового портфеля. Ее называют «прагматичным покупателем». В чем, на ваш взгляд, преимущества такого подхода?

— Вы справедливо отметили, что подход Valeant к развитию бизнеса является не совсем

традиционным, классическим для фармкомпаний. Мы очень прагматично подходим к поиску и выбору активов для инвестиций. Во-первых, приобретение должно следовать нашим строгим финансовым критериям, так как мы считаем, что за приобретение активов не стоит переплачивать. Мы смотрим на активы, которые будут дополнять друг друга, чтобы уже в портфеле Valeant происходила синергия в терапевтических областях. Во-вторых, мы ищем успешные бренды или продукты с высоким потенциалом роста — как брендовые, так и дженерики. Это особенности в подходе к управлению компанией на глобальном уровне. Политика децентрализации дает нам большие возможности строить и развивать бизнес в отдельном регионе самостоятельно. То есть мы можем сформировать отдельный портфель продуктов, основанный на конкретных бизнес-возможностях региона, как мы это делаем в России. Такую политику на примере Valeant можно назвать более чем успешной. Среди фармкомпаний, признанных в этом году по версии Forbes одними из наиболее инновационных, есть и наша компания. Кроме того, все мы ориентируемся на объективные показатели, а это — среднегодовая доходность 63,7% в 2008—2012 гг.

— Почему в России ваш выбор пал на российскую компанию «Натур Продукт»? Что добавляет этот актив в портфель Valeant?

— «Натур Продукт» — сам по себе очень сильный бренд, к тому же в портфеле компании имеются успешные бренды-дженерики для привлекательного OTC-сегмента. Полевая структура «Натур Продукта», которую мы унаследовали, хорошо выстроена и сбалансирована, обеспечивая покрытие около 60% аптечной розницы (согласно данным Synovate Comcon, компания имеет Field Forge на уровне компаний из Большой фармы. — Прим. «ФВ»). И мы не только сохранили эту структуру, но и будем ее развивать, повышая качество и эффективность работы полевой команды.

— Изначально ваша компания специализировалась на препаратах для применения в неврологии, дерматологии и для лечения инфекци-

онных заболеваний. Какие продукты вы будете предлагать для российского фармацевтического рынка?

— Как в России, так и в странах СНГ приоритетными будут препараты, применяемые в кардиологии и дерматологии, а направление эстетической медицины мы будем развивать как часть дерматологии. Также хочу отметить сильную группу OTC-препаратов из портфеля «Натур Продукта», применяемых при лечении респираторных заболеваний. И после приобретения активов Bausch+Lomb компания продолжит развитие офтальмологического портфеля.

— А есть ли среди них бренд или бренды, на которые будет делаться основной акцент?

— Да, это хорошо известный безрецептурный препарат «ТромбоАСС», который имеет широкую аудиторию пациентов. Все, кому за 40, потенциально находятся в зоне риска и должны принимать препараты ацетилсалициловой кислоты регулярно — это давно является нормой профилактики в Европе. Поэтому я вижу в России большой потенциал для этого препарата. Препараты-лидеры неврологического портфеля — «Нейромультивит» и «Нейродикловит», которые уже в 2013 г. показали отличную динамику. И конечно же бестселлеры нашего OTC-портфеля — «АнтиГриппин», «Анти-Ангин», «Шалфей», «Эвкалипт-М», которые уже входят в TOP10 своих сегментов и пользуются большой популярностью у российских покупателей.

— Какие препараты Valeant, пользующиеся наибольшей популярностью в мире, будут востребованы в России?

— Это все препараты под маркой Bausch+Lomb — они продаются по всему миру и хорошо известны как среди профессионалов, так и среди обычных потребителей. И Россия в данном случае не исключение — многим прекрасно известны такие препараты, как «Корнергель», «Флоксал», витамины для глаз № 1 во всем мире «OcuVite» и, конечно, контактные линзы и растворы для них, такие как SofLens Color, ReNu, Biotrue. Вскоре мы представим на российском рынке «бестселлеры» направ-

ления эстетической медицины, которые уже заслужили отличную репутацию на американском и европейском рынках.

— Каковы ваши ожидания от российского рынка?

— Мы ожидаем, что рынок России будет неуклонно расти, особенно в коммерческом сегменте. Это подтверждают прогнозы аналитиков. Мы хотим продолжать рост нашего бизнеса на уровне выше рыночных показателей и через три года войти в TOP10 фармкомпаний на российском рынке. Для этого есть все предпосылки.

По данным компании IMS Health, группа Valeant занимает 20-е место коммерческого фармрынка России по итогам 1-го полугодия 2013 г.

— Учитываете ли вы специфику российского рынка и как именно? Ведь отличия от Европы довольно существенные...

— Да, конечно, в каждой стране есть своя специфика. Даже в Европе мы не собираемся равняться, например, Германию или Францию или Польшу. У России же свои особенности, их много, и в первую очередь это огромная территория. Мы учитываем специфику и в части законодательства, и в части регулирования рынка, и в части поведенческих характеристик наших аудиторий, которые тоже различаются — в Москве и во Владивостоке, например.

— Есть ли в ваших планах покупка еще каких-то российских фармкомпаний или открытие производства в России? Продолжит ли компания приобретение активов на российском рынке?

— За последние два года компания приобрела на рынке России 10 крупных брендов, инвестировав более 400 млн долл. Но мы готовы к новым инвестициям. Главное, что это позволит компании расти и обеспечивать высокую отдачу от инвестиций. Кроме того, мы сотрудничаем с российскими компаниями по контрактному производству наших препаратов для госпитального сегмента и других областей.

— К чему стремитесь в своей стратегии? Каковы будут инвестиции в развитие бизнеса компании в России в 2014 г.?

— Прежде всего — развитие уже имеющихся приобретенных активов. Мы должны максимизировать наши существующие продукты. Во-вторых, расширение продуктового портфеля в существующих терапевтических областях, где у нас сильные позиции, такие как дерматология, неврология, кардиология, офтальмология, заболевания органов дыхания, а также в области женского и мужского здоровья. Инвестиции будут увеличиваться пропорционально росту бизнеса. Россия для нас является важным регионом, и мы будем стремиться расти выше рынка.

— А как вам лично работает в России? Сложнее ли организовать работу компании в России, чем в других странах?

— В настоящее время довольно легко. Я начал работать в России в начале 90-х гг. в одной из крупнейших американских фармкомпаний. Потом был перерыв на 12 лет, связанный с переходом в другую компанию и работой в Европе. И вот компания поручила мне строительство новых предприятий в России и странах СНГ с нуля. Так что я привык к изменению географии работы, привык работать в России и не вижу особых трудностей. Трудности существуют, да, — такие как отсутствие высококвалифицированных кадров для быстро растущего бизнеса или трудности с регуляторными вопросами, но это общие вопросы для любого бизнеса. Основным требованием к успешной команде является наличие общей цели, правильно и четко определенные задачи.

