

Strax före millennieskiftet, år 1999,
gjorde konsult- och forskningsföretaget
Opticom en undersökning av hur ledande företrädare
för de då stora globala läkemedelsföretagen såg på framtiden.
Hur väl stämmer företagens vision med hur det ser ut nu, 15 år senare?

BÅDE RÄTT OCH FEL I FRAMTIDSVISION FRÅN 1999



Rapporten, *Prescription for a healthy industry*, låg även till grund för en serie artiklar i Svenska Dagbladet/Näringsliv som skrevs av Elisabeth Sandlund.

Rapporten baserades bland annat på djupintervjuer med 34 höga befattningshavare verksamma inom den tidens 20 största läkemedelsföretag. Analysen mynnade ut i tre huvudsakliga punkter:

- Det finns fortfarande stora icke tillfredsställda behov av läkemedel. För två tredjedelar av alla sjukdomar fanns ingen bot. Världens befolkningar blir allt äldre. Det kommer hela tiden nya forskningsmetoder och DTC (försäljning direkt till konsument) kommer att växa kraftigt.
- Snabb tillgång till marknaden är en nyckel till framgång. I en hårdnande framtida konkurrens måste företagen lansera nya innovativa produkter snabbt.
- Sammanslagning av företag fördröjer utvecklingsprocesser i företagen. Toppledarna ifrågasatte fördelarna vid sammanslagningar och frågade sig om inte fusioner drevs på av finansmarknaden och finanskonsulter. Det var de som främst gynnades av fusioner – inte patienterna.

Vinnarna, spådde rapportens författare, blir företag som lyckas åstadkomma en hög organisk tillväxttakt, som säljer av eller outsourcar områden utanför det egna kärnområdet, företag som fokuserar på få terapeutiska områden och de som riktar sin kraft på den egna affären och kunderna. Företag kommer att gynnas av allianser med andra företag och forskargrupper, inlicensiering, ökad satsning på forskning och utveckling och strategisk användning av informationsteknik.

Förlorarna skulle omvänt bli de företag som hade svaga forskningsportföljer men valde att fusionera – de företagen tappar sitt fokus och tempo, och därmed sin konkurrenskraft.

Ingen förväntad nedgång

Carl Michael Bergman, verkställande direktör och en av grundarna av Opticom, påminner om att i slutet av

1990-talet fanns det belackare som spådde läkemedelsbranschens nedgång och fall, men att det inte alls blev så.

– Visserligen har forskning och företag försvunnit i vissa länder, som i Sverige, men marknadens behov av läkemedel har aldrig varit så högt som nu. Det beror på att vi blir fler människor på jorden och vi blir allt äldre. Livsstilsrelaterade sjukdomar, som diabetes och fetma ökar och därmed behovet av läkemedel. Inom cancerområdet har många nya läkemedel lanserats och det har kommit nya medicintekniska produkter. Utbudet av både medicinteknik och läkemedel är mycket större nu än för 15 år sedan och fler patienter får en bättre behandling, längre liv och fler blir botade än tidigare. Så man kan gott säga att spådomen i den första punkten har slagit in, konstaterar han.

I och med aktieägares och finansmarknadens mer kortsiktiga perspektiv och nya tekniker inom läkemedelsutveckling har hastigheten fram till marknaden ökat. I Sverige har den nationella läkemedelsstrategin och nya parallella processer med ordnat införande ytterligare minskat tiden fram till patienter får ta del av nya läkemedel. Även myndigheterna har insett att alla tjänar på det.

nuerligt samlar in data och i realtid skickar dem vidare för analys – inte för inte är RWD (real world data) och RWE (real world evidence) och dess användbarhet i läkemedelsutveckling heta ämnen inom läkemedelsbranschen.

1999 spåddes specialisering och koncentration på färre terapeutiska områden bli en framgångsfaktor. Så blev det. Det är i princip bara Pfizer, det omsättningsmässigt största företaget, som fortfarande klarar av att erbjuda ett brett läkemedelsortiment. Övriga framgångsrika företagen har minskat sin bredd och fokuserat på färre områden.

– Roche är ett bra exempel på detta. Utan företagets strikta förändring till att bli ett onkologiföretag är det tveksamt om det fortfarande hade funnits som ett självständigt företag, säger Carl Michael Bergman.

Cancermarknaden

Just cancerområdet pekades ut som ett expansivt område 1999 och så blev det. Carl Michael Bergman tror att cancermarknaden fortsatt kommer att växa och att det inte är osannolikt att företag i framtiden till och med måste subspecialisera sig inom delar av cancerområdet för att bli framgångsrika.

– För att kunna behålla spetsen inom ett område kan det nog krävas en ännu mer uttalad nischning.

” Utbudet av både medicinteknik och läkemedel är mycket större än för 15 år sedan och fler patienter får en bättre behandling, längre liv och fler blir botade än tidigare.

Patientens i fokus

En markant skillnad mellan 1999 års perspektiv och dagens är patientens plats. Då syntes den knappt men i dag är det självklart att i alla sammanhang ha fokus på patienten och allt oftare efterfrågas vad patienten själv tycker om den behandling hen erbjuds eller får.

Carl Michael Bergman tror att kliniska prövningar kan revolutioneras av appar på smarta telefoner som konti-

Allianser med andra företag, sjukvården och forskargrupper samtidigt som man håller på sina immateriella rättigheter är en annan faktor för framgång framöver. Tanken att kluster med en mångfald olika kompetenser och resurser är viktiga för life science fanns inte påtagligt i framtidsspaningen år 1999. I en ny sådan undersökning skulle säkert den framgångsfaktorn ha en central roll.



Afrikas möjligheter

USA var världens starkaste enskilda läkemedelsmarknad 1999 och spåddes ha en fortsatt stark utveckling. Västeuropa hade en långsammare tillväxttakt och spåddes att fortsatt halka efter. Östeuropa började komma igång men enligt rapporten skulle det dröja ytterligare år innan tillväxten kom igång. Analysen angående Ryssland var "vänta och se". I Kina bedömdes tillväxten ta fart från mitten av 00-talet, medan Japan spåddes ha ett antal år framför sig av återhämtning. Indien bedömdes som en osäker marknad inte minst på grund av en oklar ställning för immateriella rättigheter och politisk osäkerhet.

Resten av Asien bedömdes ha en stor tillväxtpotential i det längre perspektivet medan Sydamerika bedömdes som instabilt men hoppingivande. Sist bedömdes Afrika som den minst viktiga regionen med bristande infrastruktur och en osäker ställning för patenträttigheter.

– Där fick vi hyfsat många rätt. Om vi ser framåt så är det nog synen på Afrikas möjligheter som håller på att förändras mest. 1999 var Afrika i princip en vit fläck på kartan, men framöver tillhör kontinenten definitivt en av de mest intressanta tillväxtmarknaderna, tror Carl Michael Bergman.

” En markant skillnad mellan 1999 års perspektiv och dagens är patientens plats.

Felbedömning om parallellimporten

Omfattningen av parallellimport i Europa är ett område där prognosen slog rejält fel. 1999 spåddes att parallellimporten var ett försvinnande fenomen. Euron och en mer harmoniserad prisättning av nya läkemedel skulle leda till att parallellhandeln skulle för-

svinna inom fem år. Vi vet att parallellimporten för Sveriges del i stället har ökat sina marknadsandelar kraftigt sedan dess.

– Att den finns kvar beror till en del på att myndigheter använt den för prispress – även om ingen skulle erkänna det. Frågan är delikat för politikerna. Till mångas förvåning har parallellimporten fortsatt existera men så länge EU är mer av en handelsunion och inte en federation så kan den fortsätta att finnas, säger Carl Michael Bergman.

Smarta it-lösningar modellen för framtiden

De recept som har varit framgångsrika under några decennier kommer inte med säkerhet att leda till framgång i framtiden tror Carl Michael Bergman.

– Nu gäller att försöka tänka på vad som kommer att generera framgång om tio år. Det är stor sannolikhet att smarta it-tillämpningar finns med när man spanar framåt, säger han.

Om man backar drygt 15 år till slutet av 1990-talet och den tidigare rapporten så är det slående att spådomar om it och internet överträffades med råge. Bland annat trodde bara hälften av deltagarna i undersökningen att receptläkemedel i framtiden skulle säljas via internet.

Och ändå har många läkemedelsföretag fortfarande inte kommit så långt när det gäller it-mognad och hur man integrerat it i sina affärsmodeller, menar Carl Michael Bergman.

– Det är nu det händer. Nu kommer Google, Apple och andra in från sitt håll. De tänker inte alls som läkemedelsbolag. Deras affärsmodeller kan komma att utmana de traditionella läkemedelsföretagen.

Vilka vägar kommer dagens stora läkemedelsföretag att välja? I en tid när företag som Apple och Google med stinna pengakistor ger sig in på nya affärsområden som exempelvis penningförmedling och självstyrande bilar – vad säger att inte de kommer att satsa vidare på hälsosektorn eller att läkemedelsbolag kommer att satsa på helt nya branscher i framtiden?

– Det blir ju oerhört spännande att få veta om Pfizer eller andra företag börjar samarbeta med Apple, Google eller andra företag utanför den traditionella läkemedelsbranschen. Med

sina armbandsur och hälsoappar kan Apple och andra företag samla in enorma mängder hälsorelaterade data som kan bli mycket intressanta för läkemedelsföretagen. Eller så kanske it-bjäsarna väljer andra samarbetspartner och vägar som kan pressa de traditionella läkemedelsföretag som inte hänger med i utvecklingen, säger Carl Michael Bergman.

” 1999 var Afrika i princip en vit fläck på kartan, men framöver tillhör kontinenten en av de mest intressanta tillväxtmarknaderna.

Nya aktörer på väg in

Det var nog inte många inom dåtidens medievärld på 1990-talet som insåg att it-företag som Google, Facebook och andra nya aktörer inom ett par decennier skulle ta en betydande andel av de reklampengar som tidigare enbart landade i mediabolagen. De sociala medierna har sänt chockvågor och framkallat den traditionella mediabranschens största kris någonsin.

Vågar någon tvärsäkert påstå att nya utifrån kommande aktörer kan åstadkomma något liknande inom det som i dag är sjukvårds- och hälsosektorn? Carl Michael Bergman utesluter inte alls en utveckling där helt nya aktörer tar en viktig roll på i framtiden.

– De nya aktörerna kan vara betydligt bättre på att erbjuda lösningar som är attraktiva för konsumenterna än aktörerna i den traditionella läkemedels- och vårdsektorn. I konsument- och patientperspektivet kan de definitivt förenkla tillvaron med sina produkter och tjänster. Snabbt kan de komma att gå från att mäta hur vi mår till att också analysera och föreslå lösningar för att

vi ska må bättre. Kom ihåg att dagens klocka är version 1.0. Vänta tills version 5.0 som kanske är kopplad till ett hälsosystem. Tänk på att Apple och andra har detaljerad kännedom om en miljard människors hälsa och livsstil.

Där finns en återkoppling tillbaka till allianser med andra aktörer, menar Carl Michael Bergman.

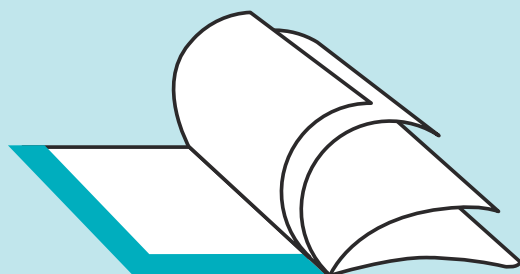
– Det har hänt otroligt mycket inom hälsoområdet på några decennier. Men jag tror att det kommer att hända ännu mer de närmaste decennierna. Vi är bara i början. Och det blir väldigt intressant att se hur dagens stora läkemedelsbolag tacklar det här. Ett perspektiv jag tror kommer att växa är att man går från att försöka bota sjukdomar till att hitta tidiga signaler innan människor blir sjuka och därefter åtgärda dem på det ena eller andra sättet. Hur kommer läkemedelsbolagen att tackla sådana utmaningar?



STEN ERIK JENSEN
frilansjournalist

” Det är slående att spådomar om it och internet överträffades med råge.

Opticom planerar för närvarande att göra en uppföljande rapport om hur de globala läkemedelsföretagen ser på framtiden med ett perspektiv framåt 2025–2030. Har du idéer, tips och andra funderingar är du välkommen att kontakta Carl Michael Bergman, Opticom.



Leverantörsboken is back

När vi gjorde om vår webbplats var det många på både leverantörssidan och folk i industrin som ville att Leverantörsboken skulle finnas kvar.

Den finns nu i ny design på Pharma-industry.se.

Där hittar ni specialister på läkemedelsindustrin under olika kategorier av tjänster. Så chansa inte, anlita en specialist som kan din bransch.

De företag som hittills anmält sig för medverkan i Leverantörsboken är:



BILBO & Co.



NARVA[™]



PR- OCH KOMMUNIKATIONSBYRÅN

RMP MEDIA



medicin
instruktioner.se

Sjöströms
NORDIC AB



TNS Sifa

