

Pillola, la battaglia del cinquantennio

Proprio in occasione dell'anniversario del farmaco anticoncezionale, scoppia una contesa multimiliardaria fra la Bayer, dominatrice storica del mercato, che si amplia ora con la variante "del giorno dopo", e l'israeliana Teva che si fa strada a colpi di acquisizioni

STEFANIA MARTANI

Cinquanta candeline. Tante ne spegne in questo mese la pillola anticoncezionale, protagonista della rivoluzione sessuale degli anni '60. Sperimentato dal biochimico Gregory Pincus, assieme ai colleghi Min Chuh Chang e John Rock, alla fine degli anni '50, il farmaco fu approvato nel 1960 dalla Fda. In Europa ar-

rivò nel 1961: era l'Anovlar della tedesca Schering. Per l'Italia fu necessario aspettare il 1971, quando la Corte Costituzionale dette via libera (servì l'abrogazione dell'articolo 553 del codice penale con cui si puniva con il carcere chiunque facesse propaganda o incitasse a pratiche contro la procreazione), anche se solo nel '75 furono aperti i primi consultori pubblici.

Negli anni, l'azienda che più ha tratto vantaggio dalla pillola è un'altra tedesca, la Bayer, che nei decenni successivi ha continuato a modificare la formula, con versioni sempre più soft, fino all'ultima addirittura bio, e ad estenderne i brevetti. Ancora nel 2009 - con un mercato globale inondato da contraccettivi generici a buon mercato - l'azienda ha ricavato circa 1,7 miliardi di dollari dalle sue pillole di ultima generazione, Yaz e Yasmin.

Ora a sfidare la Bayer si profila all'orizzonte l'israeliana Teva Pharma-

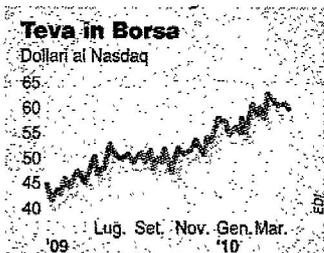
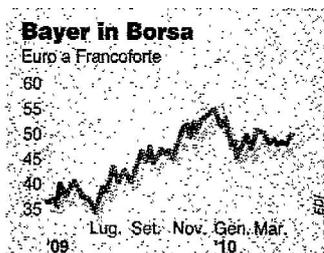
ceutical Industries, la casa farmaceutica nata con i generici ma in seguito

ampliatasi a colpi di acquisizioni multimiliardarie. Già si è ampliata prima nella pillola del giorno dopo, poi nella pillola "tradizionale", infine in una serie di altri settori della farmaceutica specializzata nelle donne. Ora mira a triplicare le sue vendite annuali nella salute femminile con l'obiettivo dichiarato di raggiungere il miliardo di dollari già entro il 2012. Una parte consistente dei 650 milioni di dollari di cui la casa ha bisogno per raggiungere l'obiettivo potrebbe provenire da farmaci contraccettivi che la società intende acquisire con future trattative. Shlomo Yanai, il Ceo, all'inizio del mese ha riferito agli analisti che Teva ha l'occhio puntato su di-

verse aziende anche se non ha fatto nomi. Frances Cloud, un analista indipendente con base a Londra che ha osservato il settore per 23 anni, dice che Teva potrebbe puntare alle divisioni *women health* della statunitense Merck o di Abbott Laboratories. «Non escludiamo niente», ha detto Bill Marth, direttore generale di Teva North American.

Il "bottino" delle acquisizioni della Teva si è arricchito nel 2008 con il controllo, aggiudicato per 7,4 miliardi di dollari, dell'americana Barr Pharmaceuticals, al quarto posto nella graduatoria mondiale delle società di farmaci generici, pro-

dottrice di Plan B, il cosiddetto contraccettivo del giorno dopo. Nel marzo scorso è stata la volta della Ratiopharm, secondo produttore tedesco di farmaci generici, che l'azienda israeliana ha acquisito con poco meno di 5 miliardi di dollari, diventando così la più grande del mondo



Nei grafici; l'impetuosa crescita della israeliana Teva, che si è lanciata all'inseguimento della Bayer

cenni successivi ha continuato a modificare la formula, con versioni sempre più soft, fino all'ultima addirittura bio, e ad estenderne i brevetti. Ancora nel 2009 - con un mercato globale inondato da contraccettivi generici a buon mercato - l'azienda ha ricavato circa 1,7 miliardi di dollari dalle sue pillole di ultima generazione, Yaz e Yasmin.

Ora a sfidare la Bayer si profila all'orizzonte l'israeliana Teva Pharma-



nei farmaci equivalenti con circa 40.000 dipendenti e un fatturato complessivo 2009 di 13,9 miliardi di dollari.

La nuova sfida per i contraccettivi si profila sui mercati dell'Estremo Oriente, in cui la diffusione della pillola è quasi nulla. Nel 2007 l'Onu condusse un'indagine mondiale sulla dif-

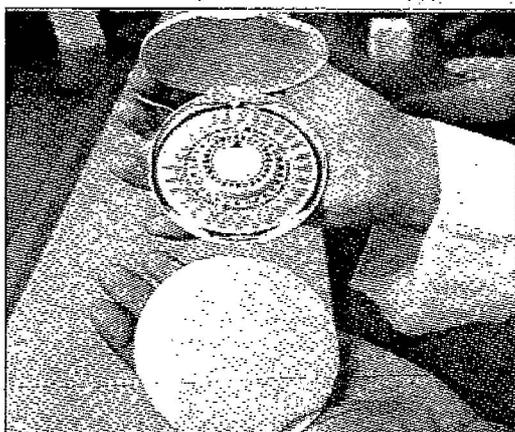
fusione degli anticoncezionali tra le donne della fascia d'età compresa tra i 15 e i 49 anni, sposate o impegnate in una relazione. È emerso che in Giappone solo l'1% delle intervistate utilizza la pillola, mentre in Cina la percentuale è così bassa che non è stato possibile quantificarla. I paesi occidentali presentano un quadro ben diverso: il 18% delle donne americane usano la pillola, in Germania il 53%, il 44% in Francia, e in Italia il 20%.

Bayer, con i suoi 31,7 miliardi di euro di fatturato 2009, è il player principale nell'ambito della salute femminile e sta guardando ai mercati asiatici. Con il contributo determinante dei farmaci anticoncezionali, nel 2009 le vendite in questo settore hanno superato 4 miliardi di dollari. Entro maggio, l'azienda spera di ottenere l'approvazione negli Stati Uniti per Qlaira, una pillola bio di nuova generazione, che rilascia l'estradiolo, lo stesso ormone estrogeno prodotto dal corpo femminile. Dice Phil Smits, responsabile della divisione *women health* dell'azienda: «Le vendite di questo prodotto potrebbero raggiungere 680 milioni dollari l'anno».

In palio c'è tutto il redditizio settore della salute femminile

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SETTORE

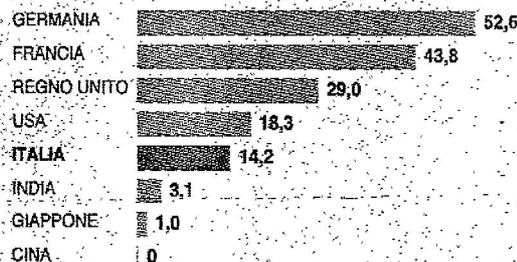


IL MERCATO degli anticoncezionali è dominato dalla Bayer, che fattura 4 miliardi di dollari (sugli oltre 40 totali) in tutto l'articolato settore della salute femminile. La concorrenza più insidiosa viene dalla Teva, che ha cominciato con la pillola del giorno dopo e poi si è lanciata in quella "tradizionale".

Dal grafico si evince che i maggiori spazi di mercato per gli anticoncezionali si trovano in Oriente

Chi usa la pillola

In % sulla popolazione femminile di età compresa tra i 15 e 49 anni



Fonte: U.N. EPI