

LA CHINE ET L'INDE : QUELLES OPPORTUNITES POUR LA R&D PHARMACEUTIQUE MONDIALE ?

Paris, le 4 mai 2006 – Les dernières études du BCG montrent que les investissements en R&D sur les marchés chinois et indien constituent de véritables opportunités en matière de R&D mais, contrairement aux idées reçues, ces opportunités sont très différentes entre les deux pays.

Les laboratoires pharmaceutiques doivent faire face à la baisse de la productivité de leur R&D

Depuis 3 décennies, la productivité de la R&D pharmaceutique décline.

En effet, en 25 ans, les dépenses R&D par médicament lancé sont passées de 54 millions de dollars à 880 millions de dollars soit une augmentation moyenne annuelle de 11,8 %. De même, la durée moyenne du cycle de développement clinique est passée de 2,5 ans dans les années 1960 à 6,5 ans dans les années 1990 ce qui signifie que le temps effectif de rentabilité d'un nouveau médicament se voit considérablement réduit.

Le taux d'échec lié aux différentes phases de test de nouvelles molécules s'est accru. Entre 1995 et 2000, il fallait tester 8 nouvelles molécules pour 1 seule mise sur le marché alors qu'entre 2000 et 2002, il en fallait 13.

Jusqu'ici, cette baisse de la productivité de la R&D était compensée par les bénéfices dégagés par les médicaments « blockbusters » (médicament phare générant plus 500 millions de dollars de CA annuel). Or le stock de « blockbusters » des 10 premiers laboratoires pharmaceutiques stagne depuis 2003 et ne compense plus cette perte de productivité.

Face à ce défi majeur, le BCG a identifié plusieurs leviers d'amélioration de la productivité de la R&D notamment l'amélioration du « moteur » R&D en le rendant plus rapide, plus efficace et plus efficient. La Chine et l'Inde se présentent comme des marchés à même d'optimiser ce levier.

La Chine et l'Inde : des environnements attractifs en R&D mais de nature très différente.

Les marchés chinois et indien apportent des solutions intéressantes pour l'amélioration du "moteur" R&D pour des raisons différentes.

L'Inde est un pays attractif pour ses coûts opérationnels faibles (coûts des chercheurs et des assistants de recherche), deux fois plus bas qu'en Chine. De plus, le marché indien offre des équipes anglophones de bon niveau. Entre 2002 et 2004, les investissements annuels en R&D en Inde des principaux laboratoires pharmaceutiques sont passés de 75 millions de dollars à 181 millions de dollars.

Investir en Chine est aussi intéressant mais pour d'autres raisons. Cela permet aux laboratoires pharmaceutiques l'accès au marché intérieur qui croît à raison de 14% par an et qui sera à l'horizon 2010 l'un des cinq marchés les plus importants derrière les Etats-Unis, le Japon, l'Allemagne et la France. La R&D permet de créer des partenariats et des réseaux d'influence importants.

De 1999 à 2003, les dépenses de R&D en Chine ont augmenté de 24% par an, soit deux fois plus que le marché indien. Les investissements en Chine ne concernent aujourd'hui plus

seulement la mise au point de produits spécifiques aux attentes du marché local mais sont désormais dédiés à des produits destinés à être commercialisés sur les marchés internationaux.

En revanche, la Chine est moins compétitive que l'Inde en termes de délais administratifs et en matière de coûts. Les environnements réglementaires sont très distincts : si en Chine le gouvernement est prêt à apporter des aides significatives, les décisions des acteurs publics sont parfois imprévisibles. La complexité et la rigidité du cadre réglementaire peuvent entraîner des retards significatifs. En Inde, les barrières administratives sont moins élevées et les délais plus courts.

Les deux pays sont aussi très différents dans le rôle que jouent les secteurs publics et privés. Alors qu'en Chine les principales initiatives sont financées par le gouvernement, en Inde ce sont les entreprises privées qui pilotent la R&D. Ainsi, le gouvernement chinois mène une véritable politique volontariste puisque les investissements publics en R&D pharmaceutique entre 2001 et 2003 sont passés de 232 millions de dollars à 334 millions de dollars par an. L'Inde offre aux investisseurs bon nombre de partenariats privés de qualité, notamment à travers ses 5 pôles de biotechnologies opérationnels et 17 autres pôles en développement.

Des différences fortes apparaissent également en matière de maîtrise des technologies : là où l'Inde a bâti des compétences en chimie, la Chine, elle, a pris une longueur d'avance en biologie.

Les choix stratégiques et les conditions de réussite identifiées par le BCG

Les particularités de chaque pays conduisent les laboratoires à élaborer des stratégies de développement différentes qui peuvent être complémentaires pour ceux qui ont décidé de s'installer sur les deux marchés, comme Pfizer ou GlaxoSmithKline, par exemple.

D'autres acteurs ont préféré se concentrer principalement sur un seul pays en fonction de leurs profils et de leurs choix stratégiques.

Le BCG a identifié 5 raisons stratégiques de faire de la R&D dans ces pays:

- une stratégie fondée sur la compétitivité coût
- une stratégie fondée sur l'accès à de nouvelles ressources : réservoir de talents, accès à de nouveaux patients
- une stratégie fondée sur la flexibilité et la rapidité : rapidité du recrutement d'un grand nombre de patients et structure s'appuyant principalement sur les coûts variables
- une stratégie fondée sur la pénétration du marché local : partenariats avec les principaux interlocuteurs locaux, implantation commerciale, etc.
- une stratégie d'anticipation sur le rôle à long terme de la R&D pharmaceutique de ces pays : sécurisation des meilleurs partenariats locaux ou accès aux enseignements de la médecine traditionnelle locale (en particulier chinoise)

Le BCG considère aujourd'hui, à la lumière des politiques d'investissement des laboratoires pharmaceutiques, que le choix de l'Inde est plus d'ordre tactique alors que sur le marché chinois, les choix sont d'ordre plus stratégique.

Pour mettre en œuvre ces stratégies, 4 modèles d'investissement en R&D ont été identifiés :

- la sous-traitance : l'externalisation de certaines fonctions R&D à des prestataires locaux (exemple : AstraZeneca ou Bristol-Myers Squibb sur les essais cliniques avec Biocon en Inde)
- les partenariats scientifiques : sponsor ou participation à des programmes de recherche avec des institutions ou des universités locales (exemple : l'activité génomique de Roche avec China National Human Genome Center pour des applications aux pathologies de diabète et de schizophrénie)

- les partenariats exclusifs : externalisation d'une partie des activités R&D à un partenaire exclusif (exemple : Lilly et la synthèse clinique de produits confiés à ChemExplorer en Chine)
- les investissements captifs : l'investissement en pleine propriété ou en joint-venture dans un centre de R&D (exemple : Roche qui développe un centre de chimie médicinale en Chine dans les domaines de la virologie et de l'oncologie)

Le modèle de sous-traitance est plus fréquent en Inde, celui du partenariat scientifique en Chine et les 2 autres sont émergents.

Il est crucial pour les entreprises de bien évaluer les opportunités à court terme de ce qui est stratégiquement porteur à plus long terme.

« La Chine et l'Inde représentent des opportunités majeures pour la R&D pharmaceutique mais de nature très différentes. L'Inde pour sa compétitivité coût et ses ressources rapidement opérationnelles. La Chine pour l'accès à son marché intérieur à forte croissance et son potentiel R&D à long terme. », explique Nicolas Kachaner, Senior Vice President au BCG à Paris.

Méthodologie

Pour réaliser les études « A Game Plan for China » et « Harnessing the Power of India », le Boston Consulting Group a mené plus de 100 entretiens avec des acteurs locaux indiens et chinois actifs en R&D pharmaceutique, une dizaine d'entretiens avec des Groupes pharmaceutiques internationaux présents sur place, plusieurs entretiens avec les institutions gouvernementales des 2 pays. Le cabinet s'est également appuyé sur une recherche documentaire extensive et ses propres analyses inédites.

A propos du Boston Consulting Group :

Leader en France du conseil en stratégie et en organisation, BCG aide les dirigeants et leurs équipes à construire et à mettre en œuvre des stratégies et des modes de fonctionnement susceptibles de conférer à leur entreprise un avantage concurrentiel durable.

Présent dans tous les grands secteurs d'activité, BCG met au service de ses clients l'expertise des 220 consultants du bureau de Paris et celle de son réseau présent dans 36 pays à travers 61 bureaux.

Dédié à la résolution des problématiques stratégiques les plus complexes et diverses, BCG a développé une expertise unique dans les domaines d'intervention suivants : stratégie, organisation, efficacité opérationnelle et processus, systèmes d'information, création de valeur, acquisition et intégration post-fusion, nouvelles technologies.

Pour tout complément d'information :

Margarita Garijo-Bettencourt

Directeur Marketing / Communication – BCG

Tel: 01 40 17 18 65