

Entrevista com Jaba Recordati
José Alexandrino
Director Geral
www.recordati.com

Com quality media press para Expresso / El Economista

Quality Media Press – O que encontrou quando se efectuou a aquisição de Jaba pela Recordati?

R. – O grupo Recordati procurou e procura basicamente em toda a Europa na área farmacêutica parceiros em cada país que possam dar uma posição já conquistada, equilibrada, com boas praticas. O que encontramos na Jaba foi uma companhia de raiz portuguesa, com o seu capital detido por uma família e que tinha uma posição muito interessante no ranking português, tinha uma série de parcerias com multinacionais, tinha uma produção própria e venda de alguns produtos próprios e sobretudo tinha um conhecimento do mercado português muito bom.

Q. – Qual o volume de facturação da empresa?

R. – A nível global actualmente facturamos 44 milhões de euros. Dos 44 milhões 70% são designados por farma, 20% são de genéricos e 10% de OTC (over-the-counter). Em termos de posição relativa fechamos o ano na 19 posição mas em termos do consolidado na 20 posição. Em 2005 estávamos na 26 posição. Ou seja temos feito uma evolução consolidada.

Q. – Jaba portuguesas tem algum tipo de ligação com a parte espanhola?

R. – Basicamente são ligações estratégicas de negócio, não temos produtos comuns de produção própria. Na estratégica do grupo temos alguma ligação estratégica em novos produtos, na partilha de países no domínio científico. Em termos de autonomia a gestão são completamente independentes. Em termos de partilhas é sobretudo a procura de maisvalias. No próximo mês em Portugal vai-se realizar um grande evento científico.

Q. – Como descreve a situação do sector em Portugal?

R. – Em termos globais acho que ainda vai haver alguns passos de consolidação, vai haver espaço para compras e vendas. O mercado farmacêutico ainda está muito longe de outro tipo de actividades, o líder mundial tem 7%. Ainda há espaço de consolidação e não é por uma questão de poder é sobretudo ter necessidade de espaço de consolidação. Cada vez mais esta crise que estamos a viver provavelmente vai obrigar a algumas economias, sinergias e sobretudo economia fiscal. A realidade portuguesa tem em conta o fenómeno dos genéricos, nos últimos 4 anos passamos de 2% para 20% que representa uma quota de 500 milhões de euros, é claramente importante este mercado.

Q. – Estão atentos a novas oportunidades de mercado?

R. – O grupo Recordati nasceu num país, Itália, e gradualmente foi-se afirmando noutros porque conseguiu numa perspectiva de desenvolvimento e de investigação algumas moléculas. Estas moléculas têm permitido arrancar, o grupo tem um excesso de liquidez, “respira” bem em termos económicos, na realidade o que se tem estado a fazer é compras sucessivas. Estas compras têm traduzido em novas companhias em vários países e basicamente em novos produtos já estabelecidos outros em fase de desenvolvimento. Nesta perspectiva aliando a posição sólida e a vontade política do grupo em desenvolver-se. Em Portugal somos uma companhia equilibrada, temos feito um crescimento sustentado, não temos tido picos e seguindo a linha que a própria Jaba no passado tinha traçado. A Jaba apareceu em Portugal como uma companhia que produzia e vendia o que produzia, começou a desenvolver-se e percebeu que podia alargar a outros produtos. Em 2002 depois de uma grande análise estratégica que se fez apercebeu que os negócios teriam que ser todos partidos e individualizados, genéricos de um lado e marcas de um outro. Nesta perspectiva consolidada foi para o mercado ou através de parceria ou através de compras conseguir marcas.

Q. – No futuro onde existe maior capacidade de crescimento, nos genéricos ou nas marcas?

R. – Provavelmente para o negocio português no sector das marcas. Atendendo ao nosso pipe-line, temos uma série de produtos em fase de lançamento, registo e de investigação que vão com toda a certeza ter um espaço de crescimento nas marcas. Provavelmente também no campo licenciador, permitir no espaço ibérico a outras companhias usarem os nossos produtos, já o fazemos com o nosso primeiro produto que o licenciámos em varias outras companhias.

Q. – A nível ibérico vai existir uma aproximação do sector?

R. – Eu pessoalmente acho que as realidades são completamente distintas. O mercado dos genéricos em Espanha e em Portugal, a lei que regulamenta este mercado são completamente distintas. Eu acho que continuará haver uma grande diferença entre os dois países. Em relação às marcas e a outro tipo de mercado pode haver alguma tendência e alguma globalização, cada vez mais provavelmente vamos ter investimentos, divulgações e investigações mais racionais. Fará todo o sentido que não haja espaço para essa duplicação e com essa racionalização possamos todos ganhar. Na minha perspectiva nos últimos anos tem dados passos muito importantes no sentido que a individualidade não fica posta em causa com acções conjuntas. Na individualização do mercado ele apresentasse com características completamente diferentes.

Q. – Quais os objectivos do grupo para os próximos 5 anos?

R. – Nos anos de 2013/2014 espero que estejamos ligeiramente acima daquilo que somos hoje na perspectiva da importância no mercado português. Temos armas sólidas para avançarmos com um grande desenvolvimento, neste aspecto temos um portfolio muito equilibrado. Na perspectiva de desenvolvimento muitas vezes desenvolvem-se áreas de nichos de mercado. Temos um portfolio muito equilibrado que nos

permite uma melhoria nos resultados e sobretudo na mais valia de produtos que trazemos ao mercado. Estamos em diversas áreas como a cardiologia e urologia, estes são os mercados mais interessantes na classe terapêutica. Dentro de 5 anos a Recordati estará numa classificação mais alta do que hoje se encontra, mas sobretudo acho que nos vamos manter com o mesmo grau de importância. No mercado português seremos olhados como um parceiro importante no panorama do mercado da saúde com reconhecimento. A perspectiva é claramente de crescimento consolidado.