

Communiqué de presse

DATE: le 27 juin 2005

CONTACT: Eddy Schuermans, Associé PricewaterhouseCoopers
Advisory Leader EMEA Pharmaceutical Industry
eddy.schuermans@pwc.be + 32 2 710 4004

Marianne Dewandeleer, PricewaterhouseCoopers
Marketing & Communications
marianne.dewandeleer@pwc.be + 32 2 710 9357

UNE ENQUETE DE PwC ET SIEMENS SUR LE MARCHE PHARMACEUTIQUE EUROPEEN MET EN LUMIERE UNE DEMANDE DE SERVICES PLURIDISCIPLINAIRES VRAIMENT INTEGRES

LES ENTREPRISES PHARMACEUTIQUES EUROPEENNES DESIRENT RELEVER LES DEFIS ET CREER DE LA VALEUR PAR LE BIAIS DE L'INTEGRATION ET DE PARTENARIATS STRATEGIQUES

Bruxelles, le 27 juin 2005 – Une enquête européenne menée par PricewaterhouseCoopers et Siemens auprès de 66 cadres supérieurs représentatifs d'entreprises pharmaceutiques et biotechnologiques de neuf pays européens s'est attachée à identifier le potentiel de services réellement intégrés dans l'augmentation des performances du secteur. Les personnes interrogées ont été invitées à décrire les défis rencontrés par leur entreprise, les problèmes qui les «empêchent de dormir», les trajets vers la croissance durable, la demande pour une fourniture conjointe de technologie et de services de gestion du changement et les possibilités découlant d'une utilisation accrue de ces solutions intégrées.

Alimenter la croissance

Les résultats de l'étude démontrent que les entreprises pharmaceutiques européennes envisagent l'avenir sous un jour optimiste. En effet, 70 % des personnes interrogées déclarent être tout à fait sûres que leur entreprise affichera une croissance de son chiffre d'affaires au cours des prochaines années et 19 % estiment être très sûres ou modérément sûres. La croissance reste alimentée par les moteurs traditionnels de l'industrie pharmaceutique, à savoir la recherche et le développement (R&D), la vente et le marketing. Près des deux tiers (64 %) des entreprises considèrent que la filière R&D contribue le plus à la croissance de leur entreprise. Un peu plus du quart des personnes interrogées pense que la vente (26 %) et le marketing (27 %) sont les éléments déterminants de la croissance.

Relever les défis

Cependant, les entreprises pharmaceutiques sont également parfaitement conscientes des défis considérables qui doivent être relevés afin d'optimiser la croissance et la rentabilité. Les préoccupations relatives à l'amélioration des performances et des capacités figurent en tête de la liste de leurs priorités. Quand on leur demande quelle est précisément leur première préoccupation, les personnes interrogées répondent en majorité l'amélioration des performances. Les défis liés à la réduction du délai de mise sur le marché (34 %), à la compression des coûts (29 %) et à l'augmentation de l'efficacité de fabrication (22 %) arrivent en tête du classement de leurs préoccupations. Dans l'ensemble, un ou plusieurs de ces trois défis ont été cités par plus de la moitié (51 %) des personnes interrogées et classés en tête des raisons qui les «empêchent de dormir la nuit».

Nécessité de solutions intégrées et de partenariats

La complexité et la variété des connaissances, des capacités techniques et des aptitudes nécessaires imposent aux entreprises de former des partenariats stratégiques, gages d'un avantage concurrentiel et d'un glissement vers les vraies valeurs. Les entreprises estiment que la fourniture de solutions pluridisciplinaires intégrées est déterminante pour leur permettre de mettre en œuvre plus rapidement les changements stratégiques et les partenariats nécessaires. Un grand nombre des développements qu'elles doivent assumer exigent des services intégrant, d'une part, la gestion des changements d'ordre financier, organisationnel et de ressources humaines et, d'autre part, les solutions technologiques et informatiques adaptées aux nouvelles données. Quarante-cinq pour cent des personnes interrogées ont le sentiment qu'une intégration accrue des services des fournisseurs de solutions représenterait une valeur ajoutée pour leurs activités. Cependant, à peine plus de la moitié (52 %) a effectivement utilisé une telle approche pour le moment.

Le déficit des solutions « pharma »

De nombreuses entreprises pharmaceutiques sont frustrées par un «déficit de solutions pharma». Deux tiers (65 %) des personnes interrogées indiquent qu'elles désirent transposer leurs relations avec les fournisseurs à un niveau plus stratégique, mais pensent également que certains des attributs décisifs dont elles ont besoin ne sont pas nécessairement disponibles sur le marché. Seul un tiers (34 %) des personnes interrogées, par exemple, estime que leur fournisseur de technologie actuel est à même de fournir un service plus intégré et plus étendu qui embrasserait certains aspects généraux de consultance et permettrait ainsi aux collaborateurs et aux équipes de disposer des aptitudes au changement nécessaires pour exploiter au mieux les changements technologiques. La moitié (49 %) des personnes interrogées déclarent en effet qu'à ce jour ils ne connaissent pas de fournisseur capable de leur offrir des services de solutions réellement intégrés.

Les avantages d'une relation plus stratégique

Le potentiel des solutions intégrées dans le cadre de l'augmentation des performances des entreprises pharmaceutiques est mis en évidence par le large éventail des avantages opérationnels énumérés par les personnes participant à l'enquête. Les entreprises ont dressé une liste des principaux défis que ces services les aideraient à relever: réduction des coûts, délai de commercialisation, efficacité de fabrication accrue et leadership en matière d'innovation technologique et produit. Par ailleurs, elles considèrent que ces services sont pertinents pour un

éventail d'activités dans une perspective transversale, principalement au niveau de la fabrication (45 %) et de la R&D (39 %), mais également des processus opérationnels large sensu (32 %).

Eddy Schuermans, Associé et Advisory Leader EMEA Pharmaceutical Industry formule les commentaires suivants à propos de cette étude: *«Il est évident que les entreprises s'emploient à exploiter des aptitudes et des solutions pluridisciplinaires qui leur permettent d'utiliser des services, des technologies et des connaissances plus étendus afin de pouvoir relever de nouveaux défis. De nombreuses entreprises reconnaissent les avantages d'une approche intégrée pour l'entreprise, mais il apparaît clairement que des progrès peuvent encore être réalisés. Le secteur recherche une meilleure adéquation entre les solutions intégrées et leurs objectifs stratégiques afin de pouvoir utiliser ces solutions de manière à créer de la valeur stratégique et à fournir un changement évolutif plus important.»*

Méthodologie

PricewaterhouseCoopers et Siemens ont mis en œuvre un programme de recherche en deux phases au sein des entreprises pharmaceutiques et biotechnologiques en Europe en recourant à un mix d'entretiens personnels et d'entretiens téléphoniques. Un total de 66 entretiens ont été menés avec des cadres supérieurs représentatifs de 66 entreprises pharmaceutiques et biotechnologiques de neuf pays européens. L'échantillon a été conçu de manière à être plus ou moins représentatif du secteur en Europe et le profil de l'échantillon a été tiré d'une base de données internationale. Les entretiens ont été effectués dans la période du 15 mars au 29 avril 2005.

FIN

Remarques à l'attention des rédacteurs:

Le résumé de l'enquête **«A better shape for the future: building value through integration and partnerships»** peut être obtenu sur www.pwc.be. Si vous souhaitez une interview concernant cette enquête, veuillez contacter:

Marianne Dewandeleer chez PwC en formant le + 32 2 710 93 57, marianne.dewandeleer@pwc.be, ou Inge Boets chez Porter Novelli en composant le + 32 2 413 03 40, inge.boets@porternovelli.be

PricewaterhouseCoopers

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) offre à une clientèle publique et privée des services de certification de comptes, de fiscalité et de consultance axés tant sur le secteur privé que sur le secteur public. Plus de 120 000 personnes réparties dans 144 pays y mettent en commun leurs points de vue, leur expérience et leurs solutions, en collaboration avec le client. Cette approche, signifiée dans le terme '*connectedthinking', favorise la confiance du public et apporte de la valeur ajoutée au client et à tous les acteurs avec qui le client est en relation d'affaires.

"PricewaterhouseCoopers" fait référence au réseau de firmes membres de PricewaterhouseCoopers International Limited, chacune d'entre elles formant une entité légale distincte et indépendante.