

Piramal plans big splash in consumer products business

Move is part of strategy to re-enter domestic pharma formulations market

SOHINI DAS

Mumbai, 17 July

With its non-compete agreement with Abbott ending next month, Piramal's consumer products division has drawn up elaborate plans to expand its existing portfolio as well as acquire brands that have the potential for over-the-counter (OTC) switches. OTC business plans are part of the company's broader strategy to enter the domestic pharmaceutical formulations market.

Ajay Piramal, chairman of Piramal Enterprises, indicated a few months ago that the firm was exploring a possible re-entry into the domestic formulations market, which it had exited after selling the business to Abbott for \$3.7 billion in 2010.

According to market sources, Piramal has already opened talks with distributors, etc and a possible roll-out may be expected in the second half of the current financial year. However, the same could not be verified with the company.

Kedar Rajadnye, president & COO of the consumer products business of Piramal Enterprises, plans to ramp up the unit's revenue to ₹10 billion by 2020, almost three times the current revenue of ₹3.46 billion. Most of it will come via the inorganic route. "The success rate of new



ON THE TABLE

- Piramal's Consumer Products division aims to touch ₹10 bn revenue by 2020
- Inorganic route may be key to entry in new areas
- Therapy segments like antacids, vitamins & diet supplements, anti-allergics, anti-motion-sickness on its radar
- Piramal has six OTC brands in top 100; its OTC business clocked 18% CAGR over last eight years
- Acquired brand i-Pill clocked 25% CAGR; Pfizer portfolio doubled in two years

product launches is 10-20 per cent in the OTC segment, and the cost of advertising is very high," he reasoned.

The consumer products division has made five acquisitions so far and, Rajadnye claims, all of these have been successful. In 2010, Piramal had just three brands — Saridon, Lacto Calamine, and Polycrol.

Now, it has six in the top 100 OTC brands. i-Pill, for example, a brand it acquired in 2010 has clocked a 25 per cent

compounded annual growth rate. The Pfizer portfolio (four brands, including Waterbury's Compound) has doubled in two years.

Now, Piramal's division is eyeing borderline areas in the OTC segment that have a self-care possibility. New brands can come in areas like motion sickness, etc. While Rajadnye did not wish to share further details, he said the company was keen on acquiring brands with the potential to switch to OTC.

Turn to Page 6 ▶

Piramal plans big splash in consumer...

As such, self-medication for minor ailments is a rising trend in India, and it is estimated around 76 per cent of the population self-medicates.

Allergies, antacids, vitamins and dietary supplements are areas that Piramal is looking at, for example. It can enhance its doctor-interface as the non-compete agreement is now over. Line extensions may come up in certain therapy areas, possibly antacids.

Also, currently 95 per cent of the consumer products portfolio comprises products that require a drug licence. Of the over 400,000 outlets that

Piramal covers, 220,000 are chemist outlets. "We are thus eyeing products that do not require drug licences," Rajadnye said, adding this would expand its distribution reach considerably.

The India consumer business reported a 7.9 per cent year-on-year (YoY) dip in revenues in 2017-18, clocking ₹3.46 billion. The global pharma business, on the other hand, grew 13.1 per cent YoY.

Rajadnye said the dip was due to downstocking for GST transition in the first quarter, and the business picked up in the subsequent quarters. "We are now growing faster than

our historical growth rate of 18 per cent or so," he added.

The consumer division has invested around ₹6 billion in the last eight years and has clocked a CAGR of 18 per cent or so.

After selling its domestic formulations business to Abbott, Piramal had retained the global pharma business, the consumer products division in India and the bulk drugs business. Global pharma business constituted nearly 92 per cent of the FY18 pharma revenues. Pharma accounted for 42 per cent of Piramal Enterprises' revenue in 2017-18.



Self-medication for minor ailments is a rising trend in India, and it is estimated around 76 per cent of the population self-medicates

बिज़नेस स्टैंडर्ड

ऐबट संग गैर-प्रतिस्पर्धी करार खत्म होने के बाद पीरामल लगाएगी ओटीसी पर दांव

ओटीसी कारोबार में फिर उतरेगी पीरामल

सोहिनी दास
मुंबई, 17 जुलाई

पीरामल कंज्यूमर का ऐबट के साथ गैर प्रतिस्पर्धी करार सितंबर में खत्म होने जा रहा है। इसके मद्देनजर कंपनी ने अपने मौजूदा पोर्टफोलियो के विस्तार के साथ-साथ दूसरे ब्रांडों के अधिग्रहण की व्यापक योजना बनाई है। उसकी नजर खासकर ऐसे ब्रांडों पर है जिनके ओटीसी (डॉक्टर की पर्ची के बिना बिकने वाली दवा) श्रेणी में उतरने की संभावना है। इसके साथ ही कंपनी फिर से दवा फॉर्म्यूलेशन बाजार में उतरने की योजना बना रही है और ओटीसी कारोबार उसी का हिस्सा है।

पीरामल एंटरप्राइजेज के अध्यक्ष अजय पीरामल ने कुछ महीने पहले संकेत दिया था कि कंपनी देश के दवा फॉर्म्यूलेशन बाजार में फिर से उतरने की संभावनाएं तलाश रही है। कंपनी ने 2010 में अपना दवा फॉर्म्यूलेशन कारोबार 3.7 अरब डॉलर में ऐबट को बेच दिया था। बाजार सूत्रों का कहना है कि पीरामल कंज्यूमर ने अपनी योजना पर काम शुरू कर दिया है और इस वित्त वर्ष की दूसरी छमाही में कंपनी इस बाजार में उतर सकती है। अलबत्ता कंपनी से इसकी पुष्टि नहीं हो सकी।

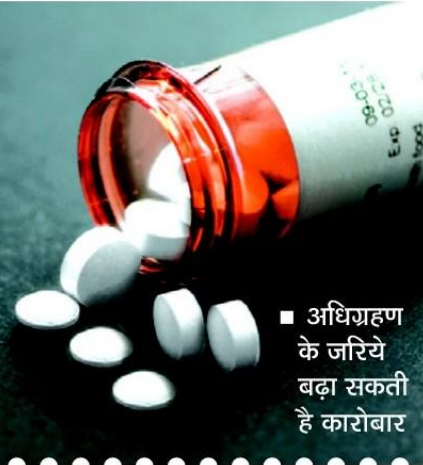
पीरामल कंज्यूमर के अध्यक्ष और मुख्य परिचालन अधिकारी केदार राजदण्ये ने 2020 तक 10 अरब रुपये राजस्व हासिल करने के लिए व्यापक योजना बनाई है जो कंपनी के 3.46 अरब रुपये के मौजूदा राजस्व से करीब 3 गुना है। इनमें से अधिकांश राजस्व विलय

■ ऐबट के साथ गैर-प्रतिस्पर्धी करार सितंबर में होगा खत्म

■ पीरामल ने 2010 में दवा फॉर्म्यूलेशन कारोबार 3.7 अरब डॉलर में ऐबट को बेच दिया था

■ पीरामल की नजर दवा फॉर्म्यूलेशन बाजार पर

■ 2020 तक राजस्व 10 अरब रुपये ले जाने का लक्ष्य



■ अधिग्रहण के जरिये बढ़ा सकती है कारोबार

और अधिग्रहण से आएगा। इसका कारण बताते हुए राजदण्ये ने कहा कि ओटीसी श्रेणी में उतारे गए नए उत्पाद की सफलता दर करीब 10 से 20 फीसदी है और विज्ञापन की लागत भी बहुत ज्यादा है। कंपनी ने अब तक 5 अधिग्रहण किए हैं और राजदण्ये का दावा है कि इनमें से सभी सफल रहे हैं। 2010 में कंपनी के पास तीन ब्रांड थे- सैरिडॉन, लैक्टो कैलामाइन और पॉलिक्रॉल। अभी कंपनी के पास टॉप 100 ओटीसी ब्रांड में 6 ब्रांड हैं। कंपनी ने 2010 में आई-पिल का अधिग्रहण किया था जिसने 25 फीसदी की सालाना चक्रवृद्धि दर हासिल की है। इसी तरह फाइजर पोर्टफोलियो दो साल में दोगुना हो गया है।

कंपनी की नजर अब ओटीसी श्रेणी पर है। राजदण्ये इस बारे में अपनी योजनाओं का खुलासा नहीं करना चाहते हैं लेकिन उनका कहना है कि कंपनी उन ब्रांडों का अधिग्रहण करना चाहती

है जिनके ओटीसी में जाने की संभावना है। देश में छोटी-मोटी बीमारियों के लिए डॉक्टर के पास जाने के बजाय खुद ही दवा लेने का चलन बढ़ रहा है। अनुमानों के मुताबिक देश में करीब 76 फीसदी लोग डॉक्टर के पास जाने के बजाय खुद ही दवा खरीदते हैं।

पीरामल एलर्जी, एंटेसिड, विटामिन और खुराक सप्लीमेंट जैसे क्षेत्रों में उतरने की संभावना तलाश रही है। ऐबट के साथ गैर प्रतिस्पर्धी करार खत्म होने के बाद कंपनी डॉक्टरों के साथ भी संपर्क बढ़ा सकती है। कंपनी के पोर्टफोलियो में शामिल उत्पादों में से 95 फीसदी ऐसे हैं जिनमें दवा लाइसेंस की जरूरत है। अभी कंपनी की पहुंच 4 लाख से अधिक दुकानों तक है जिनमें से करीब 2 लाख 20 हजार दवा दुकानें हैं। राजदण्ये ने कहा, 'अब हमारी नजर ऐसे उत्पादों पर है जिनके लिए दवा लाइसेंस की जरूरत नहीं है।'