
3 december 2001

ASTRAZENECAS STARKA MARKNADSPPOSITIONER OCH UTMÄRKTA FORSKNINGSPORTFÖLJ GENERERAR TILLVÄXT OCH SÄKRAR FRAMGÅNG UNDER DE KOMMANDE ÅREN

AstraZeneca arrangerar idag en presentation av verksamheten vid ett analytiker möte i London.

Utvecklingen under det senaste året har varit god och det förväntade helårsutfallet kommer att nås. Satsningar på försäljning och marknadsföring har gett utdelning genom framgångsrika lanseringar av Nexium och Symbicort. Etablerade produkter som betablockerare och astmamedel fortsätter att växa starkt med en sammanlagd årsförsäljning på 2,7 miljarder USD och 15 procents tillväxt. De viktigaste tillväxtprodukterna, Arimidex, Atacand, Casodex, Seroquel och Zomig har nu nått en årsförsäljning på mer än 2 miljarder USD (12 månader t o m kvartal 3). Denna utveckling illustrerar AstraZenecas kommersiella styrka på de stora marknaderna och ger en kraftfull kommersiell plattform för de nya läkemedlen, som Crestor, Iressa och Exanta.

Kommersiell styrka

- **Produktportföljen** täcker 60 procent av läkemedelsmarknaden vilket förväntas motsvara 292 miljarder USD 2005
- **Nexium** har introducerats i 38 länder (över 16 procent av nya receptföreskrivningar per vecka i USA)
- **Symbicort** har introducerats i 23 länder (marknadsandelen i Frankrike var 23 procent i volym efter 9 veckor)
- **Säljorganisationen** i USA är den tredje största i branschen; säljstyrkan i de åtta största europeiska länderna är utökad med mer än 800 konsulenter
- Ledande positioner **försäljningsmässigt i Europa:** mage/tarm (1), cancer (1), andningsvägar (2), hjärta/kärl (3)
- I **Japan** är AstraZeneca det näst snabbast växande företaget med en försäljningstillväxt på 15 procent i år. Företaget förväntas upprätthålla tvåsiffrig tillväxt

3 december 2001

Utveckling av forskningsportföljen

- AstraZenecas statin, **Crestor**, i fas för lansering under andra halvåret 2002 med mycket konkurrenskraftig profil och imponerande minskning av LDL-kolesterol
- **Iressa** – indikationen monoterapi vid icke småcellig lungcancer – registreringsansökan inlämnas som planerat i USA och Japan i slutet av 2001, i EU under andra kvartalet 2002 samt ansökan för kombinationsbehandling (EU/USA) under andra kvartalet 2002
- **Exanta**, ett oralt antikoagulantia – huvudindikationerna utvecklas som planerat – registreringsansökan för den första indikationen, förebyggande av venös tromboembolism (VTE), planeras under tredje kvartalet 2002 (EU)/andra kvartalet 2003 (USA); ansökan gällande förebyggande av stroke planeras under andra kvartalet 2003 (EU/USA)
- **Faslodex** för andrahandsbehandling av bröstcancer: introduktionen planerad till första halvåret 2002
- **Casodex** – godkänt i nio länder för behandling av tidig prostatacancer, kompletteringsansökan i USA inlämnas i slutet av 2001
- **Pulmicort** – introduktion i Japan planerad till första kvartalet 2002
- **Arimidex** – ansökan under första kvartalet 2002 (EU/USA) för adjuvant behandling av bröstcancer
- **Symbicort** – ansökan under första kvartalet 2002 (EU) för behandling av kronisk obstruktiv lungsjukdom (KOL)
- Produktutveckling och nya indikationer stärker tillväxten för alla produkter
- **Forskningsportföljen** – uppdaterad information

Tom McKillop, koncernchef, kommenterar: "Våra omfattande marknadssatsningar under de senaste två till tre åren har haft avgörande betydelse för de utomordentliga framgångar vi haft i år med introduktionerna av Nexium och Symbicort, och för den fortsatta starka utvecklingen för tillväxtprodukterna Arimidex, Atacand, Casodex, Seroquel och Zomig.

Jag är förvissad om att vår utmärkta produktportfölj och kommersiella styrka kommer att utgöra en tillväxtmotor och säkra AstraZenecas framgång under de kommande åren."

För att ta del av de presentationer som görs idag på AstraZenecas analytikermöte, eller för att följa mötet on-line, besök:
www.astrazeneca.se/aktieägare

3 december 2001

Kontaktpersoner:

Media:

Staffan Ternby, 070-557 43 00 alt. 08-553 26107

Steve Brown, +44 (0)20 7304 5033

Emily Denney, +44 (0)20 7304 5034

Investor Relations:

Staffan Ternby, 070-557 43 00 alt. 08-553 26107

Mina Blair Robinson, +44 (0) 207 304 5084

Jörgen Winroth, +1 609 896 4148

3 december 2001

Sammandrag av informationen vid Annual Business Review:

Aktuellt från forskningen – styrning av forskningsportföljen för att skapa värden

John Patterson, Executive Vice President, Product, Strategy and Licensing, redovisade AstraZenecas starka befintliga och framtida produktportföljer, utvecklade för att tillgodose behoven hos kunderna, som består av läkare i primärvården och på sjukhus och specialister med egna mottagningar, inklusive onkologer. AstraZenecas imponerande portfölj med redan introducerade produkter och produkter under utveckling täcker 60 procent av hela läkemedelsmarknaden (en andel som under 2005 kommer att omsätta 292 miljarder USD), och har potential att säkerställa tillväxt och framgång för företaget under de kommande åren.

Produkter för primärvården

Med den framgångsrika globala introduktionen av Nexium för behandling av syrelaterade magbesvär kommer AstraZeneca att kunna behålla sin ledande position inom det viktiga och växande mag/tarmområdet. Nexium kommer, i kombination med ett aktivt utvecklingsprogram under produktens livscykel, att utgöra en tillväxtmotor på detta område under lång tid framöver. Det pågående utvecklingsprogrammet för Nexium kommer att inriktas på en ny flytande beredningsform och nya indikationer relaterade till sjukdomar och besvär från de övre delarna av mag/tarmkanalen efter användning av NSAID-preparat och COX 2-preparat samt dyspepsi. AstraZeneca undersöker också nya behandlingsområden för Nexium såsom extra-esofageal refluxsjukdom (EERD) även kallad "syrelaterad astma". För att ytterligare differentiera Nexium på marknaden planeras nya jämförande studier med konkurrentprodukterna.

Området andningsvägar, som omsätter 1,5 miljarder USD, växer för närvarande med 15 procent per år. Tillväxtmotorerna här är Symbicort, Rhinocort Aqua och Pulmicort Respules. Symbicort är ett flexibelt inställbart läkemedel vid astma, som tillförs genom en enda inhalatator. Det erövrar nu en allt större andel av marknaden i Europa från sin främsta konkurrent, kombinationsmedlet salmeterol/flutikason från GlaxoSmithKline. Symbicort är det första och enda läkemedlet mot astma som med hjälp av en enda inhalator ger patienten snabb och långvarig kontroll av denna sjukdom med symtom av varierande styrka. Symbicort kommer att växa ytterligare och stärka verksamheten på detta område genom att indikationerna utvidgas med kronisk obstruktiv lungsjukdom (KOL) och monoterapi liksom genom

3 december 2001

ytterligare en inhalator (tryckaerosol), som kommer att marknadsföras i USA (ansökan under 2004).

AstraZeneca har också betydelsefulla produkter under utveckling för flera viktiga marknader inom området hjärta/kärl, som enligt prognoserna kommer att växa starkt i framtiden. Marknaden för blodfettsänkning omsätter 16,8 miljarder USD och beräknas växa till gott och väl över 20 miljarder USD 2005, bland annat till följd av positiva resultat som visar att lipidsänkande läkemedel bidrar till en minskning av hjärt/kärlbesvär. Den planerade introduktionen av Crestor, AstraZenecas mycket effektiva kolesterolsänkande statin, under andra halvåret 2002, kommer att stödjas av resultat från jämförande kliniska prövningar som visar oöverträffad sänkning av nivåerna av LDL-kolesterol. Exanta, som för närvarande befinner sig i fas III av utvecklingsarbetet, kommer att bli den första orala trombinhämmaren på 50 år på marknaden, vilken för närvarande omsätter 2,8 miljarder USD och beräknas komma att växa med 19 procent per år. Nuvarande standard-läkemedel för oral tillförsel är warfarin, som förskrivs ofta men som är svårt att använda. Här finns en stor tillväxtpotential för en ny oral patientvänlig behandlingsmetod. Den första stora indikationen för användning inom primärvården är förebyggande av stroke hos patienter med förmaksflimmer. Ansökningar förväntas kunna inlämnas i USA och EU under andra kvartalet 2003. Vidare kommer AZ 242, en ny PPAR-agonist, som för närvarande befinner sig i fas II, att konkurrera på marknaden för orala läkemedel mot diabetes, som omsätter 6,4 miljarder USD och beräknas kunna växa till 15 miljarder USD 2008. Dessa spännande nya möjligheter kommer att komplettera de befintliga produkterna på området hjärta/kärl, inkluderande Atacand mot högt blodtryck som kommer att växa med resultat från studier inom områdena hjärtsvikt, åldersrelaterat högt blodtryck och diabetesrelaterade synrubbningar, samt världens ledande betablockerare, Seloken/Toprol-XL som för närvarande ökar i USA med en tillväxttakt på över 30 procent i totala receptförskrivningar och försäljning.

Produkter för specialistvård / sjukhus

Bland produkterna för specialistvård och sjukhus återfinns etablerade produkter som Diprivan, Merrem och flera lokalbedövningsmedel, liksom de verkligt snabbväxande produkterna Zomig, mot migrän och Seroquel, ett oralt antipsykotiskt läkemedel. Exanta kommer också att vara en viktig produkt för sjukhusmarknaden. Den första indikationen kommer att bli förebyggande av venös tromboembolism (VTE) hos patienter som genomgår ortopedisk kirurgi. Senare indikationer för behandling av VTE och sekundär

3 december 2001

förebyggande behandling efter akut hjärtsvikt (ACS) är tidsmässigt i fas för att kunna inlämnas under 2003 och 2004.

Seroquel har utmärkt sig framför konkurrenterna i första hand tack vare sin säkerhetsprofil och sin utmärkta tolererbarhet. Försäljningen av Seroquel uppnådde 424 miljoner USD under 2000, och ökade med 83 procent under årets första nio månader 2001. Nya beredningsformer – med depotverkan och granulat – samt planer på en ny indikation gällande det vanliga men underbehandlade bipolära syndromet, kommer att driva på den fortsatta tillväxten för Seroquel.

Cancer

På cancermarknaden inriktas produkterna för behandling vid fyra stadier i sjukdomen: riskminskning, tidigt stadium, lokalt framskriden och framskriden sjukdom. AstraZenecas erfarenheter från 30 års forskning och utveckling har givit upphov till läkemedel för behandling av alla stadier av denna nedbrytande sjukdom. Ett exempel är Nolvadex som utgör standard-behandling vid bröstcancer. För att fortsätta enligt denna tradition har AstraZeneca utvecklat nya produkter med förväntad bättre effekt och tolererbarhet för behandling av en rad olika cancerformer i olika stadier.

Arimidex, världens ledande aromatashämmare, har visat fördelar jämfört med tamoxifen vid behandling av framskriden bröstcancer och studeras för närvarande som adjuvant behandling – en marknad som omsätter 2 miljarder USD. Resultat från en klinisk jämförelse med tamoxifen emotses med spänning vid San Antonio Breast Cancer Conference, den 10 december 2001.

Casodex, det ledande androgenhämmande läkemedlet för behandling av prostatacancer, fortsätter att växa med imponerande 22 procent. Den starka tillväxten kommer att fortsätta genom den nya indikationen tidig prostatacancer, grundad på en studie som visar en 42-procentig riskreduktion för fortsatt sjukdomsutveckling när Casodex används som tillägg till standard-behandlingen. Indikationen tidig prostatacancer har nu godkänts i nio länder, och en registreringsansökan kommer att inlämnas i USA under innevarande månad. I takt med att prostataspecifik antigen (PSA) blir alltmer utbredd, kommer marknaden att öka för behandling av tidig prostatacancer.

Bland nya produkter på väg ut på marknaden kan nämnas Iressa, Faslodex och flera lovande nya cancermedel. Iressa, ett medel som hämmar effekten av Epidermal Growth Factor (EGF) på växande tumörer, har visat mycket

3 december 2001

goda resultat vid icke småcellig lungcancer, en vanlig cancerform som förknippas med rökning. Introduktionsprogrammet inleds 2002. Fram till dess har AstraZeneca utvecklat ett program för utökad tillgång till medlet, som gjort att över 5000 patienter får behandling med Iressa innan godkännandet. Efterhand som utvecklingsarbetet fortskrider kommer Iressa att studeras som monoterapi och i kombination med andra cancerläkemedel liksom vid behandling av ett antal andra tumörformer där EGF kan ha en roll, exempelvis magcancer, prostatacancer, bröstcancer och kolorektal cancer. Faslodex, ett medel för andrahandsbehandling av framskriden bröstcancer, ges i form av en månatlig injektion, vilket förbättrar följsamheten till förskrivningen och eliminerar den dagliga påminnelsen om sjukdomen. En produktintroduktion i USA planeras till första halvåret 2002.

John Patterson kommenterade: "AstraZeneca har en utomordentlig produktportfölj på marknaden, och vi bedriver en kontinuerlig livscykelutveckling för att optimera produktvärdet. Dessutom har vi ett starkt flöde av differentierade kommersiellt attraktiva nya läkemedel med fokus på områden med medicinska behov som inte tillgodoses idag. Denna uppsättning av produkter som redan finns på marknaden och produkter under utveckling ger vår organisation för försäljning och marknadsföring den rätta 'ammunitionen' för att utveckla den bästa produktportföljen till det bästa läkemedelsföretaget."

Framgångar på marknaderna i Europa och Japan bygger en stark plattform för tillväxt

Bruno Angelici, Executive Vice President med ansvar för internationell försäljning och marknadsföring utanför Nordamerika, rapporterade att AstraZeneca uppnår goda resultat i Europa och i Japan, med en tillväxt som överträffar genomsnittet för läkemedelsmarknaden som helhet.

I Europa har Nexium introducerats i 14 länder, och marknadsandelarna växer stadigt månad för månad. Nexium utvecklas väl även på marknader där produkten möter generisk konkurrens. I Tyskland fortsätter Nexium att återta receptförskrivningar för patienter som tidigare behandlats med generiska omeprazol-produkter och kan nu uppvisa en marknadsandel på 11,9 procent.

Symbicort har introducerats i 15 länder i Europa, med Sverige som första land där 40 procent av marknaden uppnåtts endast 16 månader efter introduktionen. Totalt har Symbicort uppnått mer än nio procent av marknaden för fasta kombinationspreparat mot astma i 13 av dessa länder. Den snabba uppgången i länder som Frankrike (23 procent av marknaden i volym efter nio veckor) och Italien (13,1 procent efter fem veckor) är ett

3 december 2001

resultat av Symbicorts fördelar i förhållande till GlaxoSmithKlines kombinationsprodukt salmeterol/flutikason. Andra tillväxtprodukter i Europa är Atacand (ökning med 62 procent), Casodex (41 procent), Arimidex (23 procent), Seroquel (230 procent) och Zomig (37 procent).

I Japan är AstraZeneca det näst snabbast växande företaget, efter Pfizer. Framgångarna bygger på den starka marknadspositionen på cancerområdet, där AstraZeneca konkurrerar med Taiho om förstaplatsen, och på stark tillväxt för Losec (Omepral). Försäljningen av Omepral har främjats av en ny indikation för långtidsbehandling, som de japanska hälsovårdsmyndigheterna godkänt för samtliga protonpumpshämmare.

Tillväxtpotential

I Europa är AstraZeneca försäljningsmässigt ledande inom områdena mage/tarm, cancer, andningsvägar och hjärta/kärl. Nyligen genomförda satsningar på marknadsorganisationen har utökat säljstyrkan i de 8 största länderna i Europa med mer än 800 konsulenter och ökat AstraZenecas andel av de totala marknadsföringsaktiviteterna med fem procent bland de tio ledande företagen.

Bland marknader som har betydande potential för AstraZeneca återfinns fasta kombinationer av astmamedel i Europa och marknaderna för lungcancer respektive statiner i Europa och Japan. Sammantaget med den starka marknaden för protonpumpshämmare i Japan bör AstraZeneca kunna upprätthålla tvåsiffrig tillväxtökning på denna marknad.

Marknaden för fasta kombinationer av astmamedel kommer att mer än fördubblas på fem år, från nära 500 miljoner USD till över 1 miljard USD. Med en marknadstillväxt på 23 procent per år och klara produktfördelar ligger Symbicort väl till för att erövra en stor del av denna marknad under de närmaste åren. Iressa, med sin kombination av god effekt och bättre tolererbarhet, är attraktivt för både den europeiska och den japanska marknaden. Statinmarknaden slutligen, som omsätter 2,5 miljarder USD på de sju största europeiska marknaderna och 2,8 miljarder USD i Japan, har stark tillväxtpotential och erbjuder enastående möjligheter för Crestor.

Verksamhetsområdet mage/tarm är starkt och kommer att förbli starkt. Även om Losec förlorar ensamrätten på marknaden kommer detta inte att ske samtidigt på alla marknader utan spridas över många år. I de länder där Nexium inte ännu introducerats fortsätter Losec att visa utmärkt tillväxt:

3 december 2001

Frankrike (ökning med 22 procent), Italien (55 procent) och Japan (66 procent). Nexium har fått ett gott mottagande runt om i världen och försäljningsökningen har fått stöd av en stadig ström av rapporter som redovisar dess kliniska överlägsenhet över alla andra protonpumpshämmare. Nexium kommer också att introduceras i Frankrike, Italien, Belgien, Grekland och Spanien under det närmaste året.

Bruno Angelici kommenterade: "Vi tror att AstraZeneca kommer att uppnå en kontinuerlig och stark tillväxt under de närmaste fem åren. Denna optimism baseras delvis på de stora inledande framgångarna med Nexium och Symbicort i Europa, och på våra fortsatta framgångar i Japan. Vi har emellertid också en stark portfölj av forskningsprodukter för lansering på marknader där vi har etablerat en effektiv organisation för försäljning och marknadsföring. Med denna kombination av marknadsnärvaro och konkurrenskraftiga resurser och tillgångar är vi förvissade om att vi kan driva verksamheten framåt under ytterligare många år framöver."

Verksamheten i USA - den bästa portföljen i de bästa händer

David Brennan, chef för AstraZeneca i USA, rapporterade stark tillförsikt när det gäller förmågan att lyckas i USA med nya produktintroduktioner av Crestor och Iressa. Han underströk organisationens mångsidighet inför ett brett spektrum av produktintroduktioner i framtiden.

På den amerikanska marknaden ligger AstraZeneca på fjärde plats i fråga om försäljning, med en tillväxt på 14 procent jämfört med föregående år. AstraZenecas säljorganisation är nu den tredje största i branschen, och antalet läkarbesök har ökat med 37 procent. Företagets andel av den totala marknadsföringen har ökat till 5,4 procent (på fjärde plats i branschen). Dessa satsningar, i kombination med en försiktig omstrukturering av försäljningsorganisationen för att klara viktiga överlappningar mellan kundkategorier, har bidragit till framgångarna i USA, exempelvis:

- Introduktionen av Nexium, som är den snabbast växande produkten på marknaden för protonpumpshämmare (över 16 procent av andelen nya receptförskrivningar per vecka). DTC-kampanjen (Direct-to-Consumer) har blivit en stor framgång, med mer än uppskattningsvis 900 000 läkarkontakter initierade av konsumenter
- Toprol-XL har ökat sin andel av nya receptförskrivningar med över 30 procent i år och kommer att fortsätta vinna marknadsandelar på indikationen hjärtsvikt

3 december 2001

- Seroquel har nu nått en andel om 17 procent av de nya receptförskrivningarna och är därmed det snabbast växande läkemedlet i sin klass
- Pulmicort Respules har på den mindre marknaden för barnastma passerat sina konkurrenter i fråga om andelen nya receptförskrivningar

Med framgångarna från det gångna året som grund är USA väl förberett för marknadsintroduktioner av Crestor och Iressa. David Brennan kommenterade: "Vår organisation har haft marknadsföringsframgångar med produkter av alla storlekar och faser i livscykeln. Efter årets imponerade resultat är vi nu redo att sträcka oss ytterligare för att gå vidare och uppnå ännu bättre resultat i framtiden. Varje läkemedelsföretag skulle känna en stimulerande utmaning med tillgång till en så lovande portfölj som vår. I rätta händer kan man vara säker på att produkterna i denna portfölj uppnår sin löftesrika potential. Hos AstraZeneca är produkterna i rätta händer."

VARUMÄRKEN

Följande produkt- och varumärkesnamn i detta pressmeddelande tillhör AstraZeneca-koncernen:

Accolate Arimidex Atacand Atacand HCT Atacand Plus Bricanyl Casodex Crestor Diprovan Exanta Faslodex Imdur Iressa Losec Marcain Merrem Naropin Nexium Nolvadex Omepral Oxis Plendil Prilosec Pulmicort Pulmicort Respules Rhinocort Rhinocort Aqua Seloken Seroquel Symbicort Tenormin Toprol-XL Xylocain Zestril Zoladex Zomig Zomig Rapimelt Zomig ZMT

RISKER BETRÄFFANDE FRAMÅTRIKTADE KOMMENTARER

För att uppfylla kraven enligt "Safe Harbor provisions" intagna i "United States Private Securities Litigation Reform Act" från 1995, lämnar AstraZeneca följande information. Detta pressmeddelande innehåller framåtriktad information om AstraZeneca vad beträffar koncernens ekonomiska förutsättningar, verksamhet och rörelseresultat. Framåtriktade kommentarer och prognoser innebär naturligen risker och osäkerheter eftersom de relaterar till och är beroende av framtida händelser och omständigheter. Det finns flera faktorer som kan leda till att det faktiska resultatet och utvecklingen väsentligt avviker från vad som uttryckts eller antytts i dessa framåtriktade kommentarer. Dessa faktorer inkluderar bland annat valutakursfluktuationer, risken att FoU-verksamheten inte resulterar i nya produkter som når kommersiell framgång, effekter orsakade av konkurrenter, prissänkningar och prisregleringar, risken för att patent- och varumärkesrättigheter löper ut eller förloras, svårigheter att erhålla och bibehålla myndigheters godkännande för produkter, risker för betydande anspråk när det gäller produktansvar, exponeringen när det gäller miljöansvar och de risker som är relaterade till svårigheterna att slutföra integrationen av Astras och Zenecas omfattande och komplexa verksamheter inom förutsedd tidsperiod för att uppnå beräknade synergieffekter.