Фармацевтический рынок России

Февраль 2021

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – февраль 2021
- события фармацевтического рынка – март 2021

Информация основана на данных розничного аудита фармацевтического рынка РФ DSM Group, система менеджмента качества соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

DSM Group является членом Европейской ассоциации исследователей рынка и общественного мнения **ESOMAR**

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	**3**
I. Коммерческий рынок ЛП России в феврале 2021 года	**4**
1. Объём коммерческого рынка ЛП России	**4**
2. Структура коммерческого рынка ЛП России	**6**
2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий	**6**
2.2. Соотношение импортных и локализованных препаратов	**7**
2.3. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска	**7**
2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам	**8**
2.5. Соотношение оригинальных и дженериковых лекарственных препаратов	**11**
3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов	**14**
4. Препараты-лидеры продаж	**17**
5. Биологически активные добавки	**19**
II. События фармацевтического рынка	**25**

Акционерное общество «Группа ДСМ»

Генеральный директор
Сергей Шуляк
+7 (495) 722-19-07

Директор по исследованиям
Юлия Нечаева
+7 (909) 992-31-33

Аналитик
Ирина Шарапова

Оформление и вёрстка
Ирина Шарапова

Аналитический обзор

Фармацевтический рынок России
Выпуск: февраль 2021 года

Адрес:
125 124, Москва,
5-ая ул. Ямского Поля, д.7, стр.2

Тел: +7 (495) 780-72-63
+7 (495) 780-72-64
www.dsm.ru

© DSM Group, 1999-2021. Все права сохраняются.
При полном или частичном использовании материалов документа ссылка на DSM Group обязательна. Все торговые марки являются торговыми знаками их владельцев.

РЕЗЮМЕ

Объём коммерческого рынка ЛП в феврале составил 92,9 млрд руб. (в розничных ценах). По сравнению с январём ёмкость рынка уменьшилась на 4,9%. Относительно февраля 2020 г. в текущем году рынок показал снижение объёма продаж на 7,7%. В натуральных единицах измерения объём продаж лекарств в феврале составил 377,8 млн упак., что на 3,8% меньше, чем в январе, и на 17,4% меньше, чем в феврале 2020 г.

Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата на коммерческом рынке России в феврале по сравнению с январём стала ниже на 1,1%, и составила 245,8 руб.

Объём коммерческого рынка лекарств за первые два месяца 2021 г. относительно аналогичного периода 2020 г. в рублёвом эквиваленте сократился на 0,9%. Общая ёмкость составила 190,5 млрд руб. Совокупно за 2 месяца потребление лекарственных средств через аптеки достигло 770,7 млн упак., что на 12,2% меньше, чем за такой же период в 2020 г.

Структура коммерческого рынка ЛП в феврале по ценовым сегментам изменилась в пользу дорогостоящих препаратов относительно февраля 2020 г. Удельный вес лекарств с ценой свыше 500 рублей вырос на 3,7%, и составил 46,5% в феврале. Доля ценового диапазона «от 150 до 500 руб.» за год снизилась на 2,7% до 40,3%. Доля сегмента лекарств со стоимостью упаковки 50-150 руб. уменьшилась с 10,9% до 10,4%. Удельный вес группы дешёвых лекарственных препаратов «до 50 руб.» сократился на 0,5% относительно февраля прошлого года, и составил 2,8%.

По итогам февраля 65,6% препаратов, реализованных на рынке, производились на территории России (локализованные препараты) в натуральных единицах измерения, однако в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств в стоимостном выражении они заняли 46,5%.

Коммерческий сегмент рынка в феврале на 36,8% был представлен рецептурными препаратами и на 63,2% ОТС-средствами в упаковках; в стоимостном объёме рынок по типу отпуска практически разделён пополам.

Рейтинг компаний по стоимостному объёму продаж в феврале возглавила компания Bayer, на втором месте — «Отисифарм», на третьем — Novartis. ТОП-3 брендов ЛП по стоимостному объёму аптечных продаж в России по итогам февраля состоял из таких препаратов как «Арбидол» (1,1%); «Ксарелто» (1,1%); на третьем месте — «Гептрал» (0,8%).

Объём российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в феврале снизился на 2,9% относительно февраля 2020 г., и составил порядка 6,6 млрд руб. В натуральном выражении объём аптечного рынка БАД во втором месяце 2021 г. сократился на 0,4% по сравнению с предыдущим месяцем, и составил 26,5 млн упак. Средневзвешенная цена упаковки БАД в феврале по сравнению с январём стала ниже на 2,5%, и составила 247,1 руб. ТОП-3 производителей БАД занял 31,2% рынка в феврале в стоимостном выражении; рейтинг состоит из компаний «Эвалар» (17,6%), Solgar Vitamin and Herb (8,0%) и PharmaMed (5,6%).

I. Коммерческий рынок ЛП России в феврале 2021 года

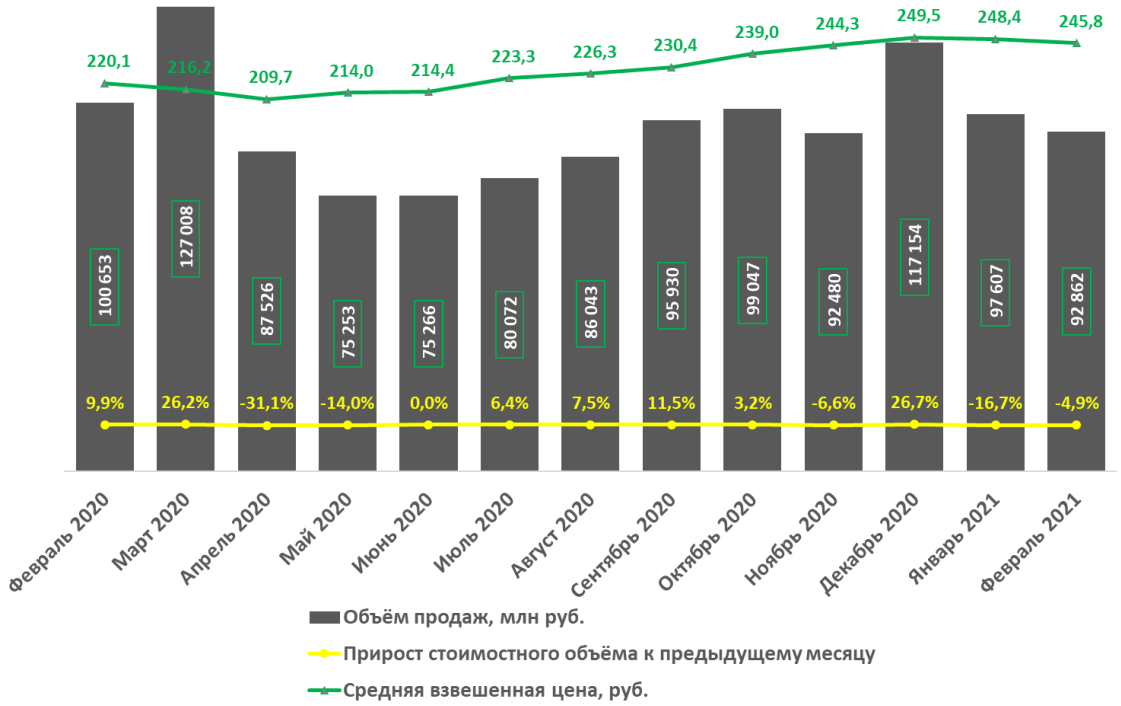
Фармацевтический рынок России состоит из двух основных сегментов: коммерческого и государственного.
Коммерческий сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные продажи ЛП и парафармацевтики без учёта продаж по Программе ДЛО.
Государственный сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные продажи ЛП по Программе ДЛО, а также реализацию через ЛПУ.
Далее рассматриваются продажи ЛП в коммерческом сегменте фармацевтического рынка.

1. Объём коммерческого рынка ЛП России

На графике 1 представлена динамика объёма коммерческого рынка ЛП России с февраля 2020 г. по февраль 2021 г.

График 1

Коммерческий рынок ЛП России,
февраль 2020 года – февраль 2021 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

По данным Ежемесячного розничного аудита фармацевтического рынка России, проводимого компанией DSM Group, **объём коммерческого рынка ЛП в феврале составил 92,9 млрд руб. (в розничных ценах)**. Относительно января ёмкость рынка уменьшилась на 4,9%, а по отношению к февралю 2020 г. рынок во втором месяце 2021 г. показал снижение объёма продаж на 7,7%.

Объём коммерческого рынка лекарств за первые два месяца 2021 г. относительно аналогичного периода 2020 г. в рублёвом эквиваленте сократился на 0,9%. Общая ёмкость составила 190,5 млрд руб.

В натуральных единицах измерения объём реализации лекарственных препаратов в феврале составил 377,8 млн упак., что на 3,8% меньше, чем месяцем ранее, и на 17,4% меньше, чем в феврале прошлого года.

Совокупно за 2 месяца потребление лекарственных средств через аптеки достигло 770,7 млн упак., что на 12,2% меньше, чем за такой же период в 2020 г.

Средняя стоимость упаковки ЛП в феврале стала ниже на 1,1% по сравнению с январём, и составила 245,8 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в текущем месяце с февралём 2020 г., то следует отметить рост цены на 11,7%.

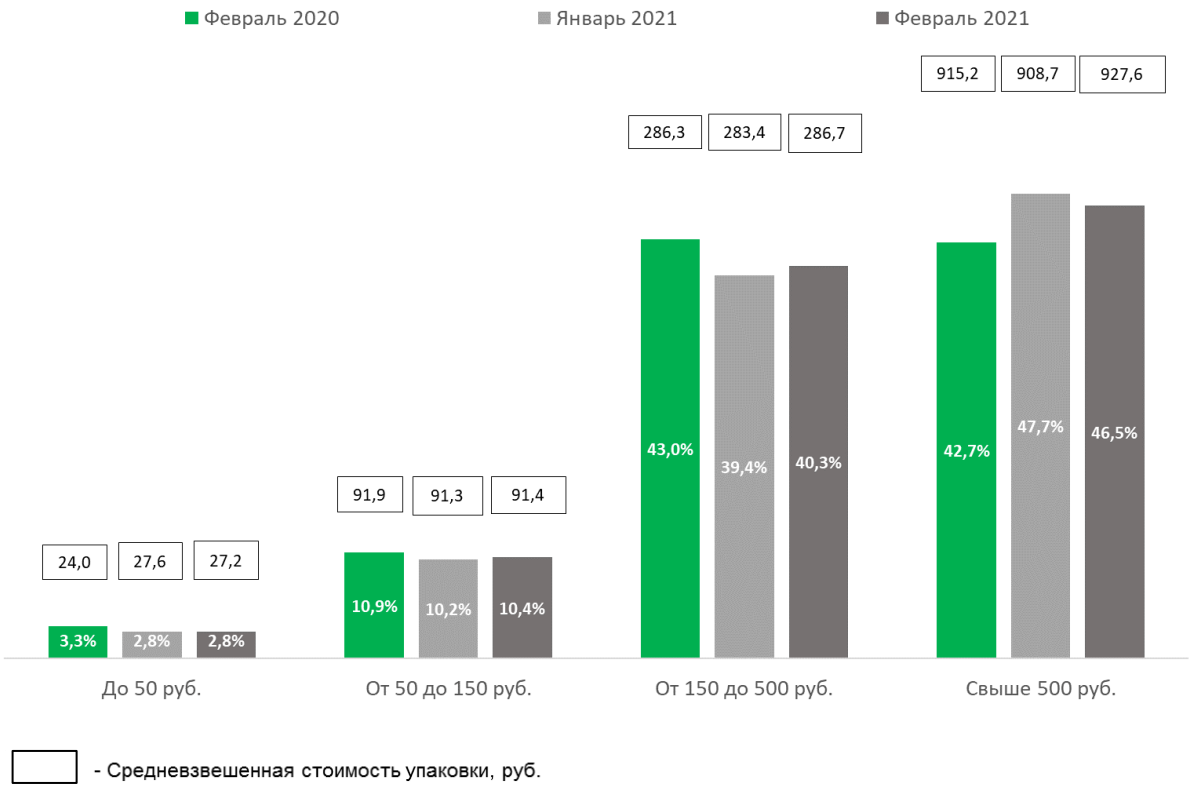
2. Структура коммерческого рынка России

2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий

Динамика потребления ЛП (в стоимостном выражении) из разных ценовых категорий отражена на графике 2.

График 2

Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке ЛП России в феврале 2021 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Данные графика 2 свидетельствуют о том, что структура коммерческого рынка ЛП по ценовым категориям изменилась в пользу дорогостоящих препаратов относительно февраля 2020 г. Доля сегмента «свыше 500 рублей» в феврале заметно увеличилась – на 3,7%, составив 46,5%. Средневзвешенная стоимость лекарственных препаратов данной группы в феврале стала выше на 1,4% относительно аналогичного периода 2020 г., и составила 927,6 руб./упак.

В феврале препараты из ценового диапазона «от 150 до 500 руб.» заняли 40,3% рынка. Относительно аналогичного месяца 2020 г. доля данной категории снизилась на 2,7%. Средневзвешенная цена составила 286,7 руб. (+0,1% к февралю 2020 г.).

Удельный вес сегмента лекарств со стоимостью упаковки 50-150 рублей сократился на 0,5% по сравнению с февралём 2020 г., и составил 10,4%. Средневзвешенная цена упаковки при этом стала ниже на 0,6% (91,4 руб.).

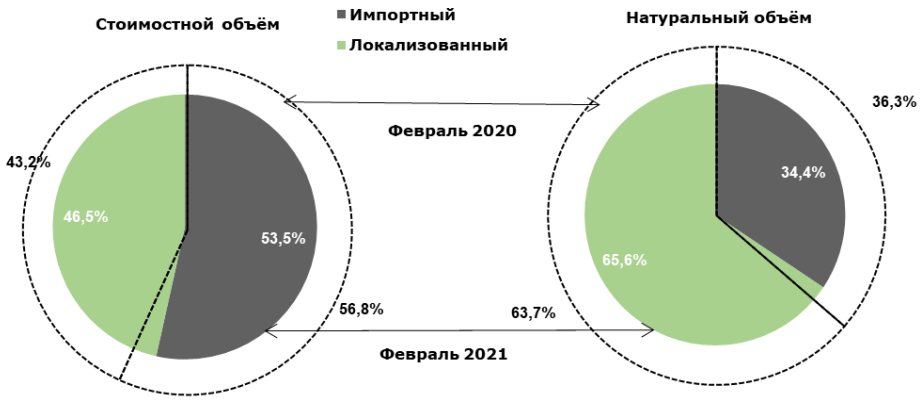
Доля дешёвых лекарственных средств с ценой до 50 рублей уменьшилась на 0,5% по сравнению с февралём 2020 г. до 2,8% в феврале текущего года. Средневзвешенная цена составила 27,2 руб. (+13,5%).

2.2. Соотношение импортных и локализованных препаратов

Соотношение объёмов аптечных продаж локализованных и импортных препаратов в России представлено на графике 3.

График 3

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2021 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**
Примечание: локализованные ЛП – ЛП, произведённые на территории России

В феврале было отмечено увеличение доли препаратов, произведённых на территории России, по отношению к февралю предыдущего года – на 3,3% в денежном выражении и на 2,0% в натуральном эквиваленте. Лекарства зарубежного производства превалировали в стоимостном объёме рынка — 53,5% по итогам месяца, и составили 34,4% в натуральном объёме аптечного рынка РФ.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить снижение продаж у локализованных препаратов на 0,7% в рублях и на 14,9% в упаковках. Объём продаж импортных лекарственных средств в натуральных единицах измерения снизился на 21,8%, а в рублёвом эквиваленте продажи упали на 13,1%.

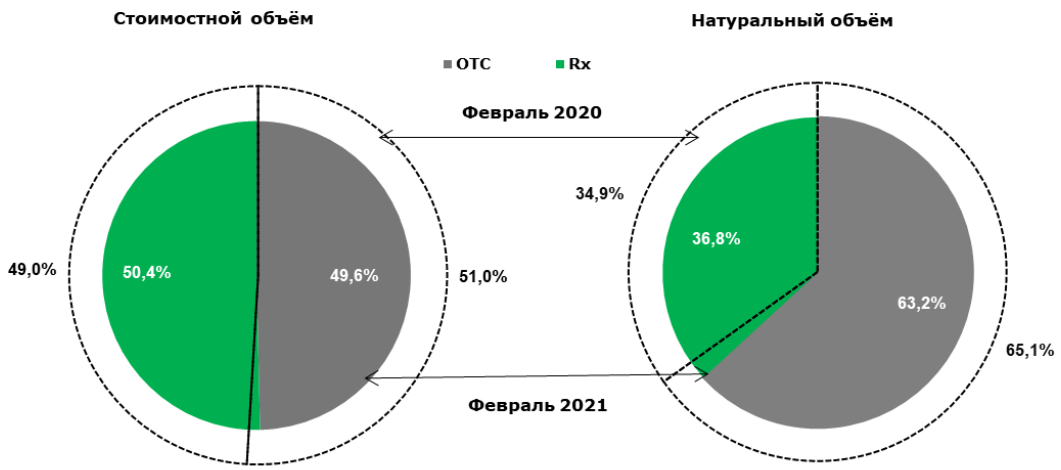
За год средневзвешенная стоимость упаковки локализованных лекарств стала выше на 16,6%, и составила в феврале 174,2 руб. В то время как цена на импортные препараты выросла только на 11,2% — до 382,3 руб./упак.

2.3. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

На графике 4 отражено соотношение объёмов аптечных продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке в России.

График 4

Соотношение объёмов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2021 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Доля продаж ОТС-средств составила 49,6% (в рублёвом эквиваленте). В феврале вес, который занимали безрецептурные препараты в рублях, уменьшился на 1,3% относительно февраля 2020 г. Что касается натурального объёма потребления, то распределение долей между лекарствами в зависимости от типа отпуска возросло также в пользу Rx-препаратов – на 2,0%, в итоге они заняли 36,8% рынка в упаковках, а ОТС-лекарства – 63,2%.

Продажи рецептурных лекарств в феврале снизились по отношению к аналогичному периоду 2020 г. на 5,2% в рублях (-2,6 млрд руб.) и на 12,8% в упаковках (-20,3 млн упак.). Что касается средней цены упаковки Rx-препарата, то она стала выше на 8,6% относительно февраля 2020 г., составив 336,3 руб.

Темп снижения продаж безрецептурных лекарственных средств в феврале по отношению к февралю 2020 г. составил 10,1% (-5,2 млрд руб.). Объём реализованных упаковок упал на 19,9% (-59,2 млн упак.). Средняя цена ОТС-препаратов в 1,7 раза ниже цены лекарств, отпускаемых по рецепту врача: в феврале она составила 193,0 руб./упак., что на 12,2% выше, чем в аналогичном месяце 2020 г.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в январе – феврале 2021 г. представлено в таблице 1.

За месяц расстановка АТС-групп в рейтинге не изменилась. По итогам февраля максимальная доля (19,1%) в стоимостном объёме коммерческого рынка ЛП принадлежит по-прежнему препаратам АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». По сравнению с январём наблюдается незначительное увеличение веса данной группы (+0,1%) в общем объёме рынка несмотря на снижение продаж на 4,1%. Лидерами группы

[A] стали: гепатопротекторы «Гептрал» (доля в группе 4,0% в руб.) и «Эссенциале» (2,3%), а также пищеварительное ферментное средство «Креон» (2,3%).

Таблица 1

Соотношение долей АТС-групп I уровня в объёме аптечных продаж ЛП в России в январе – феврале 2021 года

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %			Доля от натурального объёма продаж, упак., %		
	Январь 2021	Февраль 2021	Изменение доли	Январь 2021	Февраль 2021	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,9%	19,1%	0,1%	16,8%	16,6%	-0,2%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	14,6%	15,0%	0,4%	14,1%	14,4%	0,4%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	11,8%	12,3%	0,5%	15,6%	16,1%	0,5%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	10,9%	11,4%	0,4%	14,9%	14,9%	0,0%
J Противомикробные препараты для системного использования	10,2%	8,1%	-2,1%	8,2%	6,7%	-1,5%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,8%	8,0%	0,2%	7,7%	7,7%	0,0%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,7%	6,8%	0,0%	2,1%	2,1%	0,0%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,5%	5,6%	0,2%	9,2%	9,6%	0,4%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	5,1%	5,1%	0,0%	3,1%	3,2%	0,1%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,0%	2,9%	-0,1%	1,4%	1,4%	0,0%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,4%	2,5%	0,1%	2,4%	2,5%	0,1%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,7%	1,9%	0,1%	2,9%	3,0%	0,1%
V Прочие препараты	0,7%	0,7%	0,0%	0,7%	0,7%	0,1%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,5%	0,5%	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (-2,3% относительно января) заняли второе место по объёму продаж в феврале, их доля выросла на 0,4%, и составила 15,0%. Ведущими брендами группы [C] являются венотонизирующий

препарат «Детралекс» (доля в группе 4,5% в руб.), гипотензивные средства «Конкор» (3,5%) и «Лориста» (3,1%).

На третьей строчке в феврале расположились препараты, относящиеся к группе [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», доля которых выросла на 0,5%, и составила 12,3%. Объём реализации лекарств АТС-группы [R] сократился на 0,5%. Лидерами среди препаратов для лечения заболеваний респираторной системы оказались муколитик «АЦЦ» (доля в группе 3,8% в руб.), препарат от боли в горле «Стрепсилс» (3,6%) и противоконгестивное средство «Риностоп» (3,2%).

Объём реализации у 14 групп в феврале упал по отношению к январю. Наибольшее падение показали следующие группы: [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (-24,5%), [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (-8,0%) и [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» (-4,8%). Положительную динамику продемонстрировали только препараты без указания АТС-группы (+2,3%).

Колебание доли, занимаемой той или иной АТС-группой, от месяца к месяцу сопряжено с сезонными изменениями потребления препаратов, поэтому более интересным является сравнение структуры рынка за аналогичный период 2020 и 2021 гг.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в феврале 2020-2021 гг. представлено в таблице 2.

В долевом отношении в феврале в сравнении с февралём 2020 г. произошли заметные сдвиги: изменение долей стоимостного объёма было в пределах ±1,2%. Если проанализировать динамику абсолютных показателей продаж, то можно отметить падение реализации у 14-и АТС-групп.

Максимальным снижением продаж отметились следующие группы: [S] «Препараты для лечения заболеваний органов чувств» (-16,9% относительно февраля 2020 г.), [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (-15,7%) и [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (-13,8%).

Ключевую роль в снижении реализации препаратов группы [S] сыграли противовоспалительное средство «Отипакс» (-40,3% относительно февраля 2020 г.), линейка глазных капель «Офтан» (-36,8%) для лечения различных патологий органов зрения и противоглаукомный препарат «Азарга» (-19,6%).

Что касается препаратов, предназначенных для лечения заболеваний респираторной системы, то здесь в большей мере повлияли продажи средств для устранения симптомов простуды и кашля [R05] (-24,3% относительно февраля 2020 г.): «АнвиМакс» (-42,8%), «Аскорил» (-38,0%) и «Ренгалин» (-35,4%).

Среди ведущих противомикробных препаратов для системного использования в феврале наибольший отрицательный прирост объёма продаж наблюдался у полусинтетического антибиотика-пенициллина «Флемоксин Солютаб» (-53,9% относительно февраля 2020 г.), антибиотика-цефалоспорина «Супракс» (-52,5%), а также у противовирусного средства «Кагоцел» (-44,1%).

Таблица 2

Соотношение долей АТС-групп I уровня в объёме аптечных продаж ЛП в России в феврале 2020-2021 годов

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %			Доля от натурального объёма продаж, упак., %		
	Февраль 2020	Февраль 2021	Изменение доли	Февраль 2020	Февраль 2021	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,3%	19,1%	0,8%	16,3%	16,6%	0,3%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	13,9%	15,0%	1,1%	12,7%	14,4%	1,7%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,5%	12,3%	-1,2%	16,8%	16,1%	-0,6%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,1%	11,4%	0,2%	14,7%	14,9%	0,2%
J Противомикробные препараты для системного использования	8,7%	8,1%	-0,6%	7,7%	6,7%	-1,0%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	8,0%	8,0%	0,0%	7,5%	7,7%	0,2%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,8%	6,8%	-0,1%	2,0%	2,1%	0,1%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,9%	5,6%	-0,3%	10,5%	9,6%	-0,9%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	4,7%	5,1%	0,4%	3,1%	3,2%	0,1%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,1%	2,9%	-0,2%	1,5%	1,4%	-0,1%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,8%	2,5%	-0,3%	2,5%	2,5%	-0,1%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,8%	1,9%	0,0%	2,9%	3,0%	0,1%
V Прочие препараты	0,7%	0,7%	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,5%	0,5%	0,0%	0,6%	0,7%	0,0%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%

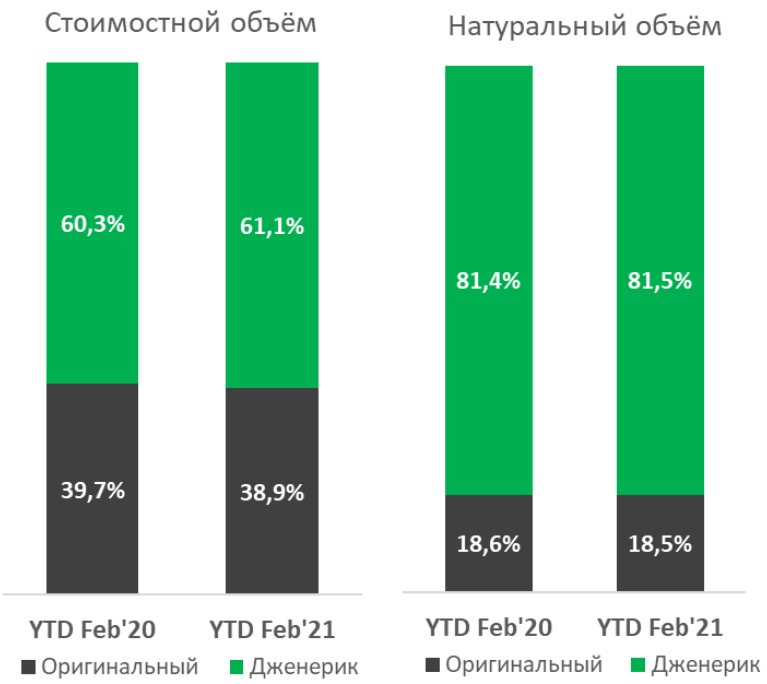
Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

2.5. Соотношение оригинальных и дженериковых лекарственных препаратов

Соотношение объёмов аптечных продаж оригинальных и дженериковых ЛП на коммерческом рынке в России отражено на графике 5.

График 5

Соотношение объёмов продаж оригинальных и дженериковых ЛП на аптечном рынке России в январе-феврале 2020-2021 годов



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

В январе-феврале 2021 г. доля оригинальных препаратов снизилась на 0,9% в рублях и на 0,03% в упаковках по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. При этом преобладание группы дженериковых лекарственных средств значительно — 61,1% в стоимостном выражении и 81,5% — в натуральном эквиваленте.

Более половины от объёма продаж всех дженериков по итогам первых двух месяцев 2021 г. распределена среди трёх АТС-групп – это «препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 20,2% в руб.), «препараты для лечения заболеваний нервной системы» (15,2%) и «препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (15,2%). В наименьшей степени дженериковые лекарственные средства представлены в группе «противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (0,3%). Структура распределения оригинальных препаратов различна. В тройку наиболее популярных АТС-групп вошли «препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 17,1% в руб.), «препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (14,1%) и «препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (12,0%).

Более заметное переключение с оригинальных на дженериковые препараты отмечено у АТС [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (+6,7%) и [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» (+3,5%). А вот у препаратов групп [V] «Прочие препараты» (+11,5%) и [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (+1,8%), наоборот, растёт доля оригинальных препаратов. В разрезе АТС есть группы с преобладанием дженериковых препаратов: так, например, наибольшую долю дженерики по сравнению с оригинальными препаратами занимают на рынке противопаразитарных препаратов,

инсектицидов и репеллентов — 97,5%. Оригинальные средства преобладают среди препаратов, влияющих на кроветворение и кровь (68,1%), и лекарств без указания АТС-группы (62,0%).

3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В феврале в аптеках были проданы лекарственные препараты, которые произвели 924 фармацевтические компании.

ТОП-10 компаний по стоимостному объёму продаж представлен в таблице 3.

Таблица 3

ТОП-10 производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2021 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % Февраль 2021 / Январь 2021
Январь 2021	Февраль 2021				
2	1	Bayer	4 296,0	4,6%	-3,3%
1	2	Отисифарм	3 974,5	4,3%	-12,5%
3	3	Novartis	3 389,2	3,6%	-9,2%
4	4	Stada	3 253,8	3,5%	-4,2%
5	5	Sanofi	3 142,1	3,4%	-4,9%
7	6	Abbott	2 915,5	3,1%	-0,7%
6	7	Teva	2 900,7	3,1%	-6,6%
8	8	Servier	2 735,5	2,9%	-5,8%
9	9	KRKA	2 677,2	2,9%	-2,2%
10	10	A. Menarini	2 585,2	2,8%	-5,4%
Итого:			**31 869,7**	**34,3%**	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**
Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Состав ТОП-10 компаний-производителей, лидирующих по объёмам продаж на коммерческом рынке ЛП в рублях, изменился относительно января только в плане расстановки «игроков».

Корпорация Bayer (доля 4,6% в рублях) в феврале вернула себе первенство. При этом объём реализации компании за месяц упал на 3,3%. Порядка 7 ведущих брендов фирмы из первой десятки показали отрицательную динамику, наибольший темп снижения был отмечен у антацидного средства «Ренни» (-10,6% относительно января), контрацептивного средства «Джес» (-8,9%) и у линейки препаратов для лечения геморроя «Релиф» (-8,5%), представленной суппозиториями, кремом и мазями. А у стимулятора репарации тканей «Терафлекс» (+6,9%) и комбинированного контрацептива «Ярина» (+0,1%), объём продаж, наоборот, вырос.

Отечественная компания «Отисифарм» (доля 4,3% в руб.) опустилась с 1-го места на 2-ю строчку. Падение реализации на 12,5% в большей мере произошло за счёт снижения спроса на противовирусные средства «Амиксин» (-47,2% относительно января) и «Арбидол» (-27,6%), а также МИБП – эубиотик «Аципол» (-38,3%). Но также стоит отметить, что в портфеле российской фирмы была и «растущая» группа препаратов: серия

препаратов «Максиколд» (+119,3%) для терапии симптомов простуды и гриппа, противоконгестивное средство «Риностоп» (+30,6%), витаминно-минеральные комплексы под брендом «Компливит» (+6,6%) и др.

На третьем месте рейтинга производитель Novartis (доля 3,6% в руб.), который продемонстрировал снижение объёма реализации на 9,2%. «Хиты» фирмы (входят в ТОП-3) за месяц отметились максимальной отрицательной динамикой: муколитик «АЦЦ» (-28,5% относительно января), эубиотик «Линекс» (-21,9%) и МИБП «Бронхо-Мунал» (-15,4%). Наибольшее увеличение продаж среди ключевых препаратов продемонстрировали препарат железа «Феррум» (+6,7%), противогрибковое средство «Экзодерил» (+5,5%) и комбинированный антибиотик «Банеоцин» (+3,5%).

Изменение ТОПа производителей в феврале по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. представлено в таблице 4.

Таблица 4

ТОП-10 фирм-производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2021 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % Февраль 2021 / Февраль 2020
Февраль 2020	Февраль 2021				
1	1	Bayer	4 296,0	4,6%	-1,9%
5	2	Отисифарм	3 974,5	4,3%	22,6%
4	3	Novartis	3 389,2	3,6%	-9,0%
2	4	Stada	3 253,8	3,5%	-17,6%
3	5	Sanofi	3 142,1	3,4%	-18,6%
7	6	Abbott	2 915,5	3,1%	-4,6%
6	7	Teva	2 900,7	3,1%	-8,7%
8	8	Servier	2 735,5	2,9%	-10,0%
10	9	KRKA	2 677,2	2,9%	-1,0%
11	10	A. Menarini	2 585,2	2,8%	-1,4%
Итого:			**31 869,7**	**34,3%**	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**
Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10, в феврале составила 34,3% от стоимостного объёма продаж препаратов на всём коммерческом аптечном рынке ЛП, при этом в натуральном выражении эти производители занимают долю ниже — 24,6%.

Рейтинг возглавила немецкая корпорация Bayer, продажи которой за год снизились на 1,9%. При этом доля производителя на рынке увеличилась на 0,3%, и составила 4,6% в феврале.

Отечественная компания «Отисифарм» укрепила свои позиции на рынке, переместившись на 3-и строчки вверх в рейтинге, благодаря увеличению реализации на 22,6%. Вес российского производителя на рынке вырос на 1,1%. Положительную

динамику фирме обеспечили марки «Арбидол» (+127,5% относительно февраля 2020 г.), «Риностоп» (+33,1%) и «Магнелис» (+20,8%).

Третье место заняла фирма Novartis (доля сократилась на 0,1%), продажи которой упали на 9,0% относительно февраля прошлого года.

Из отрицательных перемещений отметим -2 строчки у компаний Sanofi (-18,6%) и Stada (-17,6%).

4. Препараты–лидеры продаж

ТОП-20 брендов ЛП по объёму аптечных продаж в РФ в феврале представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 брендов ЛП по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2021 года

Рейтинг		Бренд	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % Февраль 2021 / Январь 2021
Январь 2021	Февраль 2021				
1	1	Арбидол	1 067,2	1,1%	-27,6%
2	2	Ксарелто	1 016,5	1,1%	0,0%
8	3	Гептрал	705,7	0,8%	10,4%
3	4	Ингавирин	661,8	0,7%	-33,2%
6	5	Нурофен	652,8	0,7%	-3,5%
7	6	Детралекс	621,6	0,7%	-5,6%
11	7	Мексидол	588,2	0,6%	3,0%
4	8	Эликвис	586,2	0,6%	-22,8%
9	9	ТераФлю	537,5	0,6%	-11,9%
5	10	Пенталгин	533,1	0,6%	-24,7%
14	11	Кардиомагнил	500,3	0,5%	-2,1%
13	12	Конкор	484,8	0,5%	-8,3%
19	13	Мирамистин	441,1	0,5%	-4,9%
21	14	Лориста	437,3	0,5%	-5,5%
10	15	АЦЦ	431,9	0,5%	-28,5%
15	16	Бронхо-Мунал	427,4	0,5%	-15,4%
16	17	Вольтарен	424,3	0,5%	-15,1%
23	18	Канефрон	418,7	0,5%	-2,2%
31	19	Актовегин	416,3	0,4%	16,3%
17	20	Эссенциале	415,6	0,4%	-14,5%
Итого:			**11 368,3**	**12,2%**	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Общая доля препаратов ТОП-20 составила 12,2% от всего коммерческого аптечного рынка ЛП, что на 1,3% ниже, чем в январе. В феврале рейтинг сильно изменился по отношению к предыдущему месяцу. Помимо перестановки игроков внутри ТОП-20, в рейтинг вошло три новых бренда – стимулятор репарации тканей «Актовегин» (+12 строчек), гипотензивное средство «Лориста» (+7 позиций) и диуретическое средство растительного происхождения «Канефрон» (+5 мест). Рейтинг покинули НПВП «Нимесил»

(22-я строчка по итогам февраля), эубиотик «Линекс» (25 строчка) и антибиотик-цефалоспорин «Цефтриаксон» (45 строчка).

Заметная часть препаратов рейтинга в феврале представлена сезонными средствами, которые относятся к широкой группе средств лечения бактериальных и вирусных инфекционных заболеваний.

Внутри тройки лидеров брендов лекарственных препаратов коммерческого рынка произошли перестановки. Первое место – у противовирусного препарата «Арбидол» (-27,6% относительно января) от отечественной компании «Отисифарм». Антикоагулянтный препарат «Ксарелто» (+0,03%) немецкой корпорации Bayer разместился на второй строчке. На третье место с восьмого поднялся гепатопротектор «Гептрал» (+10,4%) производства Abbott.

16 брендов ТОП-20 показали падение продаж, максимальный темп снижения был отмечен у противовирусных средств «Ингавирин» (-33,2%) и «Арбидол» (-27,6%), а также у муколитика «АЦЦ» (-28,5%). Наибольшая положительная динамика – у стимулятора репарации тканей «Актовегин» (+16,3%) и гепатопротектора «Гептрал» (+10,4%).

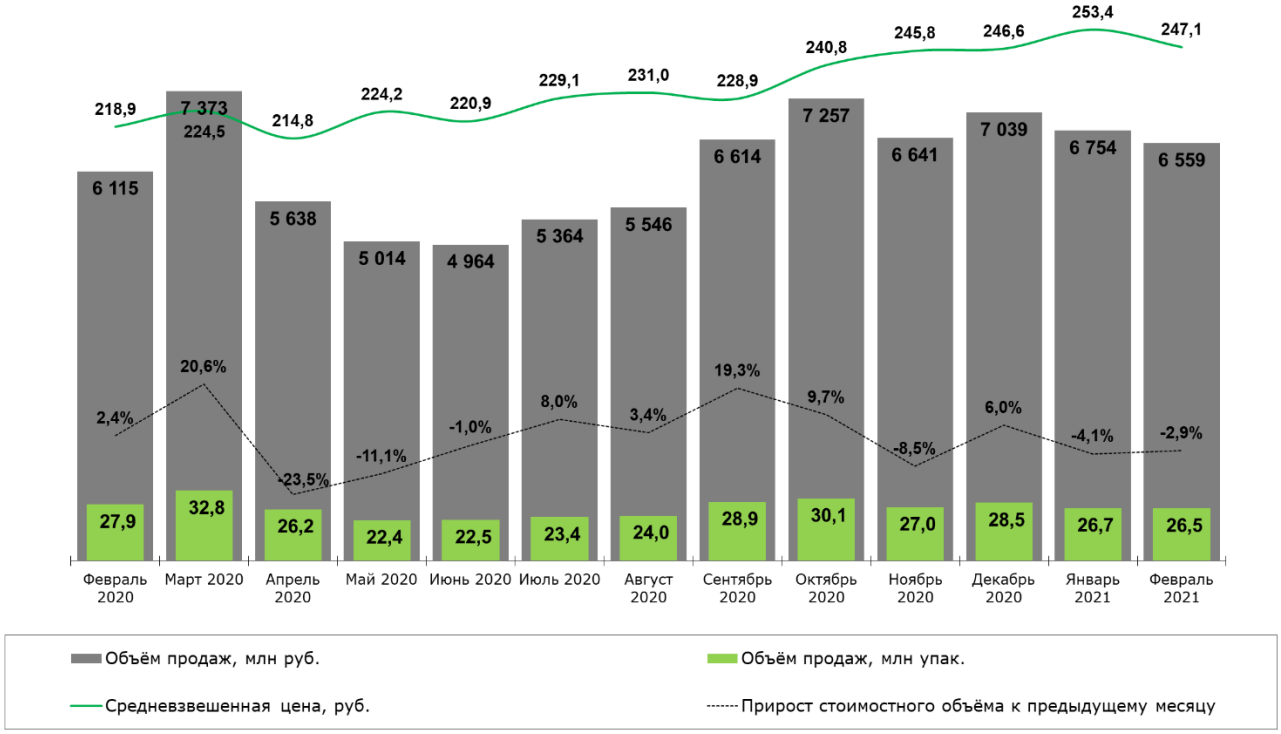
5. Биологически активные добавки

В феврале аптечные учреждения России реализовали 2 252 бренда биологически активных добавок от 857 производителей.

На графике 6 отражена динамика объёма аптечного рынка БАД России с февраля 2020 г. по февраль 2021 г.

График 6

Аптечный рынок БАД России
февраль 2020 года – февраль 2021 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

При сравнении с январём объём реализации биодобавок снизился в стоимостном выражении на 2,9%, в натуральных единицах измерения – на 0,4%. Ёмкость российского рынка БАД в феврале составила 26,5 млн упак. на сумму порядка 6,6 млрд руб.

В феврале средняя стоимость упаковки БАД была равна 247,1 руб., что на 2,5% ниже, чем месяцем ранее.

По итогам первых двух месяцев 2021 г. коммерческий рынок БАД вырос в рублях на 10,1% относительно аналогичного периода 2020 г., и составил 13,3 млрд руб. В упаковках за этот же период ёмкость рынка сократилась на 2,6% — до 53,2 млн упак.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объёмом аптечных продаж в России в феврале.

Таблица 6

ТОП-10 производителей БАД по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2021 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % Февраль 2021 / Февраль 2020
Февраль 2020	Февраль 2021				
1	1	Эвалар	1 152,9	17,6%	21,5%
2	2	Solgar Vitamin and Herb	524,8	8,0%	27,2%
4	3	PharmaMed	366,4	5,6%	6,7%
3	4	Stada	254,9	3,9%	-28,2%
12	5	Alium	225,6	3,4%	105,8%
8	6	Unipharm	222,3	3,4%	44,7%
6	7	Queisser Pharma	205,7	3,1%	24,7%
9	8	Dr.Reddy's	164,2	2,5%	16,9%
11	9	Внешторг Фарма	145,2	2,2%	12,3%
5	10	Отисифарм	143,2	2,2%	-27,6%
Итого:			**3 405,2**	**51,9%**	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**
Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

В феврале рейтинг производителей на аптечном рынке БАД заметно изменился по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. На 5-е место с 12-го поднялась компания Alium, на 9-е место с 11-го переместился производитель «Внешторг Фарма». 8 из 10-и ведущих производителей биодобавок продемонстрировали прирост объёма реализации.

Традиционно ведущим производителем БАД является «Эвалар» с долей 17,6% в рублях (объём продаж компании вырос на 21,5%). Прирост российской корпорации обеспечили: линейка с различными продуктами «Эвалар» (+319,7%), серия БАД, направленная на омоложение организма изнутри, Anti-Age (+74,2%) и жевательные мармеладные витамины для детей «Бэби Формула» (+56,7%). При этом наибольшим снижением отметились серия травяных чаёв «Эвалар Био» (-29,8%), добавка, нормализующая процессы возбуждения и торможения в ЦНС, «Формула Спокойствия» (-21,9%) и линия средств для похудения «Турбослим» (-10,7%).

Второе место у американского производителя Solgar Vitamin and Herb (доля на рынке 8,0% в руб.), в феврале прирост объёма реализации компании составил 27,2%. У компании всего один бренд – Solgar, который имеет целую серию биологических добавок с широким спектром действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС. В конце зимы продажи 8 из 10-и основных торговых наименований компании выросли, максимальной положительной динамикой отметились позиции, рекомендуемые производителем в качестве дополнительного источника цинка – «Solgar Пиколинат цинка» (+201,4%) и витамина С и флавоноидов – «Solgar Эстер-С плюс витамин С» (+127,9%). А вот реализация витаминно-минерального комплекса «Solgar Мульти I» (-34,3%) и комплекса полиненасыщенных жирных кислот «Solgar Комплекс жирных кислот Омега 3-6-9» (-1,9%), наоборот, сократилась.

Третью позицию занимает канадский производитель PharmaMed (доля на рынке 5,6% в руб.), объём реализации компании вырос на 6,7%. Портфель фирмы включает в себя 9 брендов. На увеличение продаж в большей мере повлияла реализация поливитаминов для детей «Кидс Формула» (+67,1%), специализированной линии биокомплексов с экстрактами лекарственных растений для женщин «Лайф Формула» (+37,5%), витаминов, минералов и экстрактов целебных растений для коррекции веса «Диет Формула» (+12,7%). Ключевая добавка производителя – мульти-пробиотик нового поколения для взрослых и детей под маркой «Бак-Сет» - также выросла в продажах на 9,4%.

Основные изменения в рейтинге коснулись следующих производителей:

- Российский производитель Alium показал самый заметный прирост продаж среди ТОП-10 – на 105,8%, укрепив свои позиции в рейтинге на 7 строчек. В ассортименте у фирмы всего 2 бренда: комплекс пробиотических и пребиотических компонентов для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта «Максилак» (+105,6%) и БАД «Сустафлекс» (+190,0%) для профилактики заболеваний суставов.
- Американская корпорация Unipharm (+2 строчки) также продемонстрировала существенный прирост – на 44,7%. Это связано с увеличением продаж следующих добавок: сбалансированной комбинации пробиотических микроорганизмов (бифидо- и лактобактерий), пребиотиков для восстановления нормальной микробиоты кишечника «Необиотик Лактобаланс» (+3 891,7%), БАДа «Нейроуридин» (+140,6%) для укрепления нервной системы и добавки «Найтвелл» (+132,0%), направленной на нормализацию и улучшение качества сна.
- В рейтинг вошёл ещё один новичок – производитель «Внешторг Фарма». В результате увеличения объёма продаж на 12,3% компании удалось укрепить своё положение на рынке на две строчки. У производителя достаточно широкий ассортимент биодобавок – порядка 73 брендов. Из них в первую очередь стоит выделить следующие марки: «Фортевит» (+256,4% относительно февраля 2020 г.), «Глицин» (+99,6%) и «Фолиевая Кислота» (+40,6%).
- В феврале объём реализации компании «Отисифарм» упал на 27,6%, в итоге производитель БАД опустился на 10-е место с 5-го. Из 9 брендов фирмы наибольшее падение продемонстрировала линейка витаминно-минеральных комплексов «Юнивит» (-90,1%), натуральное растительное средство «Уронорм» (-46,6%), способствующее оздоровлению мочевыводящих путей, и жевательные таблетки «Асвитол» (-34,6%) с витамином С для детей и взрослых.

В таблице 7 представлен ТОП-20 брендов БАД по объёму аптечных продаж в России в феврале.

Перечень брендов БАД, вошедших по итогам февраля в ТОП-20, изменился относительно февраля 2020 г. (+2 новые позиции), также как заметно поменялось и расположение брендов.

Таблица 7

ТОП-20 брендов БАД по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2021 года

Рейтинг		Бренд	Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % Февраль 2021 / Февраль 2020
Февраль 2020	Февраль 2021					
1	1	Solgar	Solgar Vitamin and Herb	524,8	8,0%	27,2%
20	2	Эвалар	Эвалар	261,9	4,0%	319,7%
8	3	Максилак	Alium	224,9	3,4%	105,6%
3	4	Доппельгерц	Queisser Pharma	205,7	3,1%	25,0%
7	5	Детримакс	Unipharm	172,5	2,6%	51,5%
4	6	Фитолакс	Эвалар	159,1	2,4%	2,8%
6	7	Фемибион	Dr.Reddy's	152,3	2,3%	21,8%
5	8	Бак-Сет	PharmaMed	148,3	2,3%	9,4%
2	9	Витрум	Stada	130,7	2,0%	-24,9%
16	10	Anti-Age	Эвалар	124,5	1,9%	74,2%
11	11	Витамишки	PharmaMed	95,4	1,5%	3,0%
9	12	Супрадин	Bayer	82,1	1,3%	-18,3%
12	13	Nature’s Bounty	Nature’s Bounty	76,9	1,2%	-8,3%
15	14	Эвалар Глицин	Эвалар	75,6	1,2%	-2,9%
10	15	Формула Спокойствия	Эвалар	74,4	1,1%	-21,9%
14	16	Турбослим	Эвалар	72,9	1,1%	-10,7%
17	17	Овесол	Эвалар	72,1	1,1%	5,5%
13	18	Компливит	Отисифарм	65,6	1,0%	-21,7%
24	19	Фитомуцил	PharmaMed	55,0	0,8%	11,3%
35	20	Элевит	Bayer	51,9	0,8%	61,8%
Итого:				**2 826,7**	**43,1%**	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

В тройке лидеров свою позицию сохранил только ведущий БАД. Рейтинг по-прежнему возглавляет линейка Solgar одноимённого производителя, нарастив свой объём реализации на 27,2%. На второй строчке – добавки под маркой «Эвалар» (+319,7%), которые включают в себя широкий перечень продукции: существенный рост обеспечили добавки, содержащие витамины C и D, – «Эвалар Цинк+Витамин C» (+2083,7%), «Эвалар Витамин C» (+1603,2%) и «Эвалар Витамин D-солнце/витамин D3» (+997,4%). Кроме того, производитель вывел на рынок много новых позиций. Замыкает тройку лидеров в этом месяце синбиотик «Максилак» (+24,6%) производства Alium.

БАДы «Витрум» (-24,9%) и «Доппельгерц» (+25,0%), которые ранее входили в ТОП-3, переместились на 9 и 4-ю строчку соответственно.

В рейтинг попали две «новинки». Витамины в таблетках для беременных «Элевит», которые выпускает немецкая корпорация Bayer, поднялись на 15 мест вверх, и заняли 20-ю позицию, продемонстрировав один из максимальных приростов объёма реализации среди двадцатки лидеров – на 61,8%. Бренд «Фитомуцил» компании PharmaMed расположился на 19-й строчке в феврале (+5 мест благодаря приросту на 11,3%). Натуральный комплекс предназначен для устранения запоров, восстановления работы кишечника и облегчения симптомов геморроя, также в линейке представлены позиции, нацеленные на снижение веса и уровня холестерина.

Отметим, что в период распространения коронавирусной инфекции популярность витаминных комплексов особенно для поддержания иммунитета заметно выросла. Поэтому добавки, которые относятся к этой категории, растут сильнее рынка в целом.

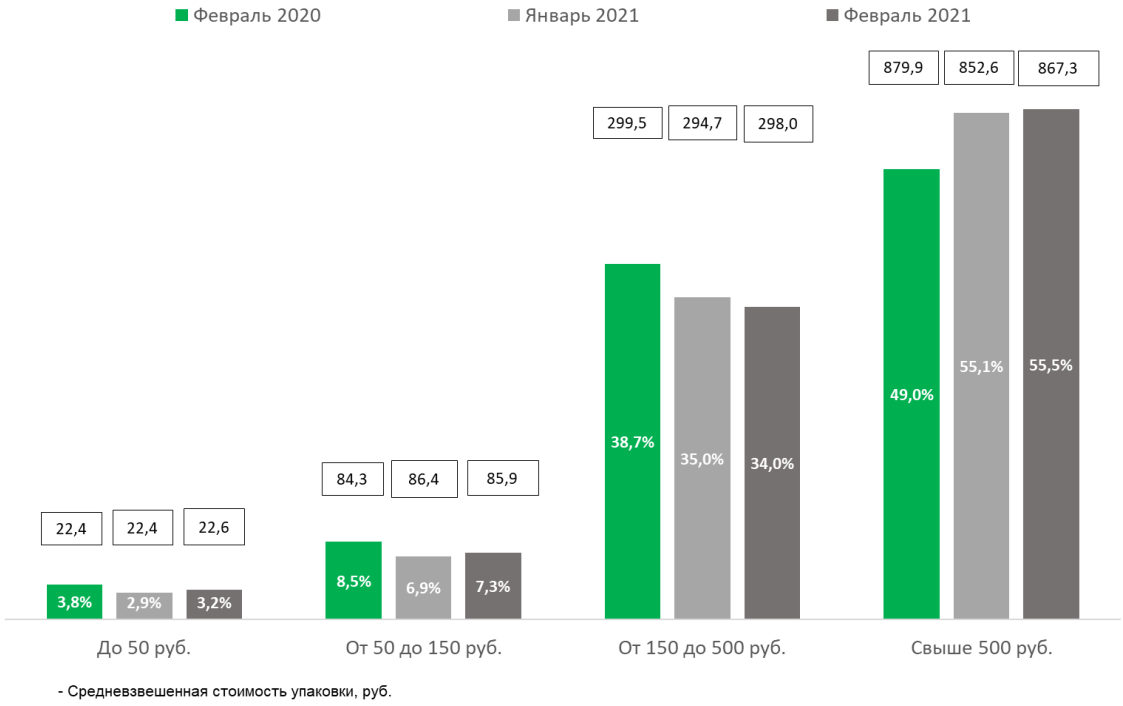
13 БАД, вошедших по итогам февраля в ТОП-20 брендов, показали увеличение продаж относительно аналогичного периода прошлого года.

Компания «Эвалар» остаётся самой представленной в рейтинге брендов – 7 позиций из 20-и принадлежат ей. Суммарно доля марок, принадлежащих производителю «Эвалар», в ТОП-20 составила 12,8% (+2,8% относительно февраля 2020 г.).

На графике 7 отражена динамика потребления БАД (в стоимостном выражении) из разных ценовых категорий.

График 7

Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке БАД России (в стоимостном выражении) в феврале 2021 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Структура продаж по ценовым сегментам БАД изменилась в пользу БАД из ценовой категории «свыше 500 руб.». Вес группы дорогостоящих биодобавок в феврале вырос на 6,6% по сравнению с февралём 2020 г., и составил 55,5%. Средневзвешенная стоимость

биологически активной добавки из высокого ценового сегмента составила 867,3 руб./упак. (-1,4% относительно февраля 2020 г.).

Доля биодобавок из ценового диапазона от 150 до 500 рублей в феврале сократилась до уровня 34,0%, что на 4,7% меньше удельного веса группы в феврале 2020 г. Средняя стоимость упаковки в феврале по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. стала ниже на 0,5%, и составила 298,0 руб./упак.

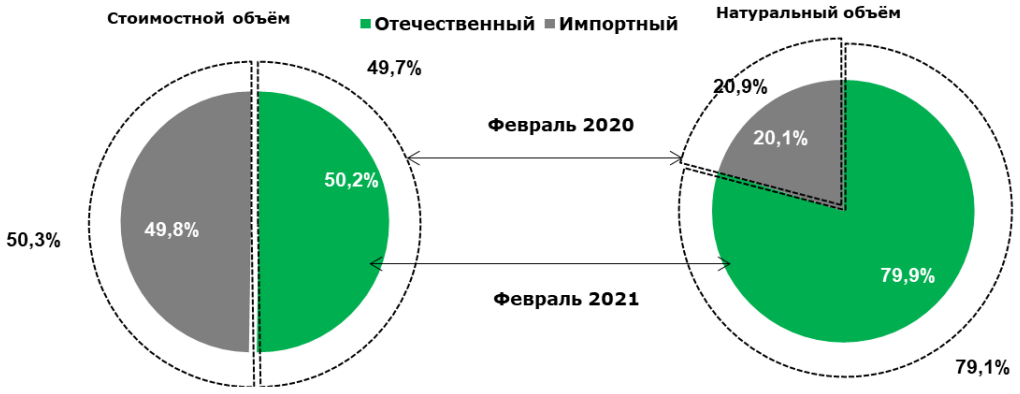
Уменьшилась на 1,2% относительно февраля 2020 г. доля сегмента БАД со средней стоимостью упаковки 50-150 рублей (7,3%). Средняя стоимость упаковки при этом стала выше на 1,9% относительно февраля прошлого года (85,9 руб.).

Доля БАД нижнего ценового сегмента в феврале относительно второго месяца 2020 г. сократилась на 0,6%, составив 3,2%. Средняя стоимость упаковки стала выше относительно февраля прошлого года на 0,9% до 22,6 руб./упак.

Соотношение объёмов аптечных продаж отечественных и импортных БАД в России отражено на графике 8.

График 8

Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных БАД на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2021 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Структура продаж биодобавок по происхождению за год несколько изменилась в пользу отечественных производителей. Доля БАД российского производства от общего объёма коммерческого рынка по итогам февраля составила 50,2% в стоимостном выражении (+0,5%) и 79,9% в натуральном (+0,8%).

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить прирост продаж у обеих категорий только в стоимостном объёме: реализация импортных добавок в феврале к аналогичному месяцу 2020 г. выросла на 6,2%, отечественных БАД – на 8,3%. Объём продаж в упаковках у российских биодобавок упал на 4,0%, при этом реализация зарубежных БАД сократилась несколько заметнее – на 8,6%.

Если в среднем одна упаковка российской добавки к пище отпускалась в аптеках по 155,5 руб. (+12,9%), то упаковка импортной добавки стоила 610,9 руб. (+16,1%).

II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящён значимым событиям, произошедшим на российском фармацевтическом рынке в марте 2021 г.

1. Законодательные новости

1. Государственная дума наделяет кабмин правом разрешать производство препаратов без патента на экспорт.

Государственная дума приняла в первом чтении правительственный законопроект. Согласно документу, кабмин наделяется правом в рамках международных соглашений принимать решение об использовании изобретений для производства лекарственных препаратов без патента с последующей компенсацией патентообладателю.

Источник: «ТАСС».

2. Дума приняла в первом чтении законопроект, нацеленный на возрождение производственных аптек.

Государственная дума на пленарном заседании приняла в первом чтении законопроект о возрождении деятельности производственных аптек в России. В закон «Об обращении лекарственных средств» предлагается внести поправки. В частности, проект упраздняет действие запрета на изготовление аптеками зарегистрированных препаратов; а также предоставляет аптечным учреждениям, в т. ч. ветеринарным, право изготавливать лекарственные средства как из АФИ, так и из зарегистрированных препаратов.

Источник: «ТАСС».

2. Новости производителей

1. Unipharm локализует противопростудный препарат на мощностях ФГУП «Московский эндокринный завод».

Американская компания Unipharm локализует в России свой второй препарат – противопростудное средство «Гриппекс» (МНН «Декстрометорфан+Парацетамол+ Псевдоэфедрин») – на площадке ФГУП «Московский эндокринный завод» (МЭЗ). В составе препарата – декстрометорфан, входящий в перечень веществ, оборот которых в России ограничен. В связи с чем Минздрав предложил увеличить МЭЗ квоту на ввоз декстрометорфана на 2022-2027 гг. На российском заводе будет выпускаться 75 тыс. упаковок препарата «Гриппекс» ежегодно.

Источник: «Vademecum».

2. Solopharm запустил в Петербурге биотехнологическое производство.

На петербургском заводе Solopharm (ООО «Гротекс») запущена новая линия по созданию лекарственных препаратов на основе биологических молекул (1,1 млрд руб.). Компания намерена во 2 полугодии 2021 г. начать доклинические испытания биосимиляров для лечения онкологических заболеваний. Тут же планируется разработка лекарств для терапии заболеваний глаз и ревматоидного артрита.

Источник: «Фармацевтический Вестник».

DSM Group

Полное, качественное и своевременное обеспечение компаний фармацевтического рынка России маркетинговыми исследованиями и рекламной поддержкой.

Маркетинговое агентство DSM Group создано в 1999 году. Три ключевых направления деятельности фирмы: маркетинговые исследования фармацевтического рынка России, рекламная поддержка компаний отрасли и конференц-сервис.

Штат компании – это более 50 профессионалов в области фармацевтики, маркетинга и рекламы. Экспертное мнение специалистов DSM Group высоко ценится в фармацевтической среде и деловых кругах.

ИССЛЕДОВАНИЯ

- Ежемесячный розничный аудит фармрынка РФ у вас через 21 день
- (**СМК соответствует требованиям ISO 9001:2015)**
- Госпитальный аудит
- База данных по ДЛО и региональной льготе
- База данных по импорту ЛП и субстанций в РФ
- Многофакторный анализ конкурентной среды
- Мониторинг и анализ продаж препарата через дистрибьюторскую сеть
- Ежемесячный анализ ёмкости рынка, тенденции и прогнозы
- Ad-hoc исследования

РЕКЛАМА

- Дизайн и разработка фирменного стиля
- Сувенирная продукция для специалистов фармотрасли и промоакций
- Полиграфия любой сложности
- Организация мероприятий (конференции, лекции, корпоративы, шоу)
- Медиаразмещение
- Наружная реклама
- Съёмка корпоративного видео
- Почтовая рассылка по адресной базе аптечных учреждений России
- Маркетинговое планирование

КОНФЕРЕНЦИИ: DSM Group организует и проводит форумы и конференции для профессионалов фармацевтического рынка в Москве, Санкт-Петербурге, других регионах России и за рубежом.

С нашей помощью вы сможете более эффективно использовать потенциал вашей компании, а значит, укреплять и развивать свой бизнес.

Мы будем рады видеть вас в нашем офисе по адресу:
Москва, 5-я ул. Ямского Поля, д.7, стр.2
Телефон: 8 (495) 780-72-63
780-72-64