Фармацевтический рынок России

Февраль 2019

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – февраль 2019
- события фармацевтического рынка – март 2019

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 2019 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 отечественных препаратов	**7**
2.3. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска	**8**
2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам	**9**
2.5. Соотношение оригинальных и дженериковых лекарственных препаратов	**12**
3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов	**14**
4. Препараты-лидеры продаж	**17**
5. Биологически активные добавки	**19**
II. События фармацевтического рынка	**26**

Закрытое 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 Олипа

Оформление и вёрстка
Ирина Олипа

Аналитический обзор

Фармацевтический рынок России
Выпуск: февраль 2019 года

Адрес:
125124, 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, 1999-2019. Все права сохраняются.
При полном или частичном использовании материалов документа ссылка на DSM Group обязательна. Все торговые марки являются торговыми знаками их владельцев.

РЕЗЮМЕ

Увеличение коммерческого рынка лекарств за первые два месяца 2019 года относительно аналогичного периода 2018 года в рублёвом эквиваленте составило 5,5%. Общая ёмкость составила 168,1 млрд руб.

Объём коммерческого рынка ЛП в феврале 2019 г. составил 83,8 млрд руб. (в розничных ценах). По сравнению с январём ёмкость рынка уменьшилась на 0,6%. В сравнении с февралём 2018 г. в текущем году рынок показал прирост реализации на 3,1%. **Средняя стоимость упаковки** лекарственного препарата на коммерческом рынке России в феврале по сравнению с январём выросла на 1,6%, и составила 196,9 руб.

Структура коммерческого рынка ЛП в феврале 2019 г. по ценовым сегментам изменилась в пользу препаратов высокого ценового сегмента по сравнению с аналогичным периодом 2018 г. Удельный вес группы лекарственных препаратов до 50 руб. уменьшился на 0,3% относительно февраля 2018 г., и составил 4,4%. Доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. составила 10,8% (-0,9%). Удельный вес группы лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. сократился с 45,0% в феврале 2018 г. до 43,2% в феврале 2019 г. Доля дорогостоящих препаратов составила 41,6%, что на 3,1% выше веса группы в предыдущем году.

По итогам февраля 2019 г. 59,5% препаратов, реализованных на рынке, являлись отечественными (в натуральных единицах измерения), однако, в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств, в стоимостном выражении они заняли 30,9%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам февраля 2019 г. на 34,0% был представлен рецептурными препаратами и на 66,0% безрецептурными лекарствами в упаковках, в стоимостном выражении рынок поделён пополам.

Рейтинг компаний по стоимостному объёму продаж в феврале 2019 г. возглавила компания NOVARTIS, на втором месте — BAYER, на третьем — SANOFI. **ТОП-3 брендов** ЛП по стоимостному объёму аптечных продаж в России по итогам февраля 2019 г. состоял из таких препаратов как «Кагоцел» (1,1%), «Ингавирин» (1,0%); на третьем месте — «Нурофен» (0,8%).

Объём российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в феврале 2019 г. вырос на 2,4% относительно января, и составил 4,6 млрд руб. В натуральном выражении объём аптечного рынка БАД во втором месяце 2019 г. увеличился на 2,5% по сравнению с предыдущим месяцем, и составил 24,9 млн упаковок. Средневзвешенная цена упаковки БАД в феврале 2019 г. по сравнению с январём снизилась на 0,1%, и составила 185,1 руб. ТОП-3 производителей БАД занял 29,9% рынка в феврале в стоимостном выражении; рейтинг состоит из компаний «ЭВАЛАР» (18,5%), SOLGAR VITAMIN AND HERB (5,7%) и PHARMA-MED (5,7%).

I. Коммерческий рынок ЛП России в феврале 2019 г.

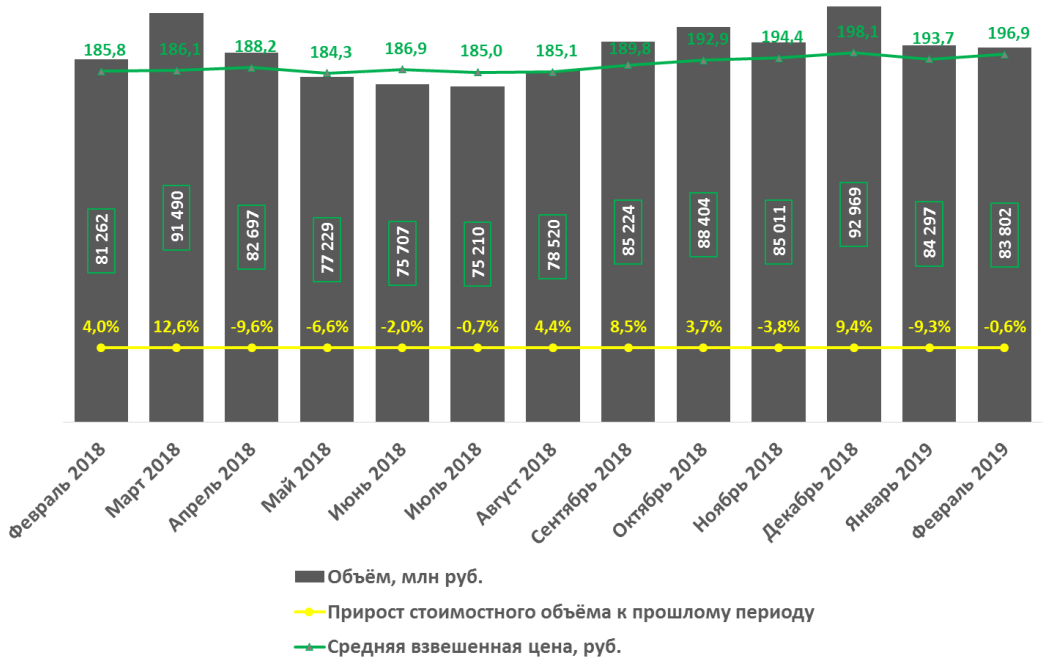
Фармацевтический рынок России состоит из двух основных сегментов: коммерческого и государственного.
Коммерческий сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные продажи ЛП и парафармацевтики без учёта продаж по Программе ДЛО.
Государственный сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные 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 2018 г. по февраль 2019 г.

График 1

Коммерческий рынок ЛП России, февраль 2018 г. – февраль 2019 г.



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

Согласно данным розничного аудита DSM Group, **объём коммерческого рынка ЛП в феврале 2019 г. составил 83,8 млрд руб. (в розничных ценах)**. По сравнению с январём ёмкость рынка уменьшилась на 0,6%. Относительно февраля 2018 г. рынок в аналогичном периоде 2019 года показал прирост реализации на 3,1%. Влияние на рынок «сезонных заболеваний» очень высокое. После повышенного спроса на препараты против гриппа и ОРВИ в январе 2019 в феврале наблюдается снижение

потребления препаратов данных групп. В связи с этим впервые за много лет емкость января выше, чем в феврале (такое положение не свойственно аптечному рынку). При этом уровень заболевания все еще оставался выше среднего, поэтому мы видим рост продаж относительно прошлого года.

Увеличение коммерческого рынка лекарств за первые два месяца 2019 года относительно аналогичного периода 2018 года в рублёвом эквиваленте составило 5,5%. Общая ёмкость составила 168,1 млрд руб.

В натуральных единицах ёмкость рынка в феврале 2019 г. составила 425,7 млн упаковок, что на 2,2% меньше, чем в январе, и на 2,7% меньше, чем в феврале 2018 года.

Совокупно за 2 месяца потребление лекарственных средств через аптеки достигло 860,9 млн упак., что на 0,3% выше, чем в 2018 году.

Средняя стоимость упаковки ЛП в феврале 2019 г. выросла на 1,6% по сравнению с январём, и составила 196,9 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в текущем месяце 2019 года с февралём 2018 года, то следует отметить увеличение цены на 6,0%.

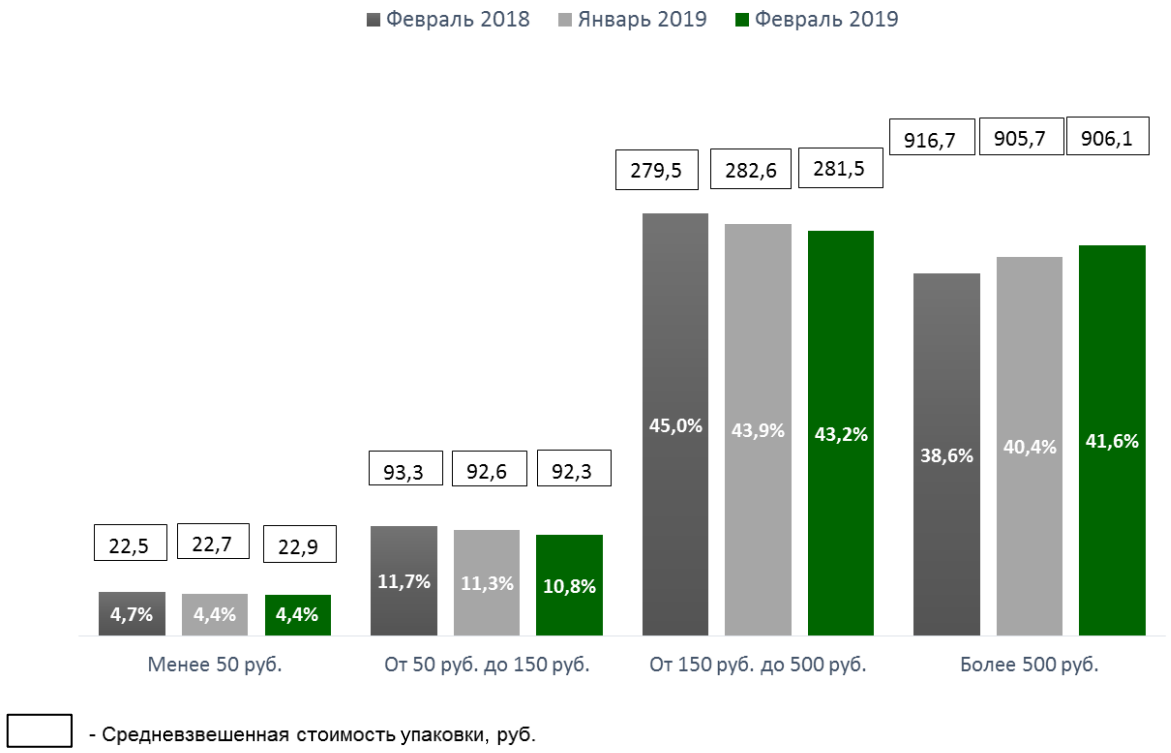
2. Структура коммерческого рынка России

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 2019 г.



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 в феврале 2019 г. изменилась в пользу препаратов высокого ценового сегмента относительно февраля прошлого года.

Доля дорогостоящих препаратов в феврале 2019 г. составила 41,6%, что на 3,1% больше веса группы в предыдущем году. Средневзвешенная стоимость лекарственных препаратов данной группы в феврале 2019 года значительно снизилась (-1,1%) по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, и составила 906,1 руб./упак.

Доли прочих ценовых категорий сократились при сравнении с февралём 2018 г. Вес лекарств ценового сегмента «от 150 руб. до 500 руб.» в феврале 2019 г. относительно аналогичного периода прошлого года уменьшился на 1,8%, составив 43,2%. Средняя стоимость выросла на 0,7% до 281,5 руб./упак.

Удельный вес сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. уменьшился на 0,9% относительно февраля 2018 года, и составил 10,8%. Средневзвешенная цена упаковки снизилась на 1,0% (92,3 руб.).

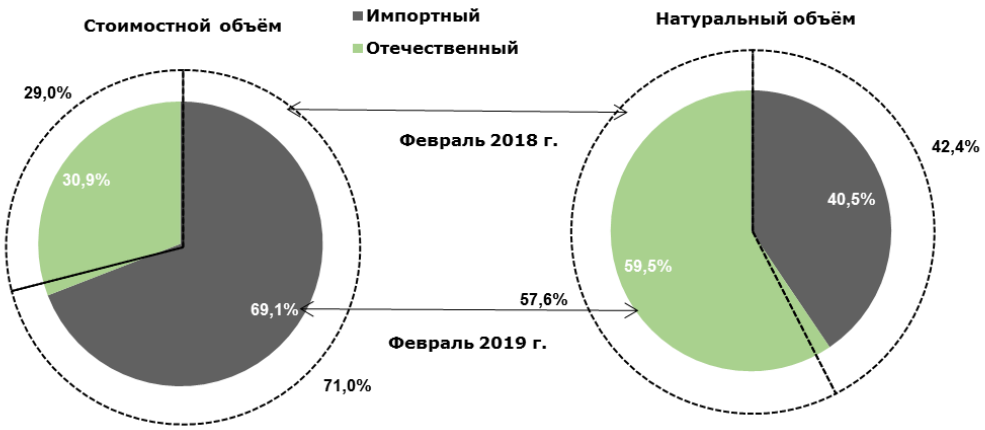
Доля дешёвых лекарственных средств с ценой до 50 руб. уменьшилась на 0,3% по сравнению с февралём 2018 г., и составила 4,4%. Средневзвешенная цена в феврале 2019 г. составила 22,9 руб.

2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов

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

График 3

Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2019 г., %



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

В 2019 году продолжилась тенденция переключения потребителей на отечественные препараты. В феврале 2019 года был заметен рост доли отечественных препаратов по отношению к предыдущему году как в денежном (+1,9%), так и в натуральном эквиваленте (+1,9%). Лекарства зарубежного производства превалировали в стоимостном объёме рынка — 69,1% по итогам месяца, и составили 40,5% в натуральном объёме аптечного рынка РФ.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить прирост продаж отечественных препаратов: +10,0% в рублях и +0,6% в упаковках. Такая динамика в том числе обусловлена существенным приростом продаж сезонных препаратов и возращение обратно к лидерству отечественных лекарственных средств: «Кагоцела»,

«Ингавирина», «Эргоферона». Темп прироста объёма реализации импортных средств был менее значительным: +0,3% в денежном эквиваленте. А в натуральных единицах было отмечено снижение продаж на 7,1%.

За год средневзвешенная стоимость упаковки лекарства отечественного производства выросла на 9,4%, и составила в феврале 2019 г. 102,3 рублей. В то время как цена импортного препарата возросла на 8,0% — до 335,7 руб./упак.

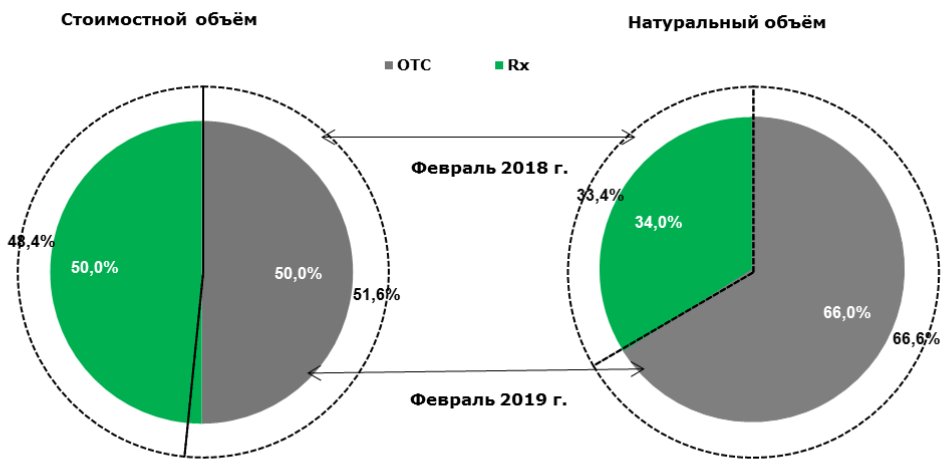
2.3. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

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

В денежном эквиваленте рынок разделён пополам между безрецептурными и Rx-препаратами. Доля, которую занимали ОТС-средства в рублях, сократилась на 1,6%. Что касается натурального объёма потребления, то распределение долей между лекарствами в зависимости от типа отпуска выросло также в пользу рецептурных препаратов на 0,6%, в итоге они заняли 34,0% рынка, а ОТС-лекарства – 66,0%.

График 4

Соотношение объёмов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2019 г., %



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

Продажи рецептурных лекарств в феврале 2019 г. выросли по отношению к аналогичному периоду 2018 г. на 6,6% (+2,6 млрд руб.) в рублях и сократились на 1,0% в упаковках (-1,5 млн упак.). Что же касается средней цены упаковки Rx-препаратов, то она выросла относительно февраля 2018 г. на 7,7%, составив 289,6 рубля.

Снижение продаж безрецептурных лекарственных средств в феврале 2019 г. по отношению к февралю 2018 г. составил 0,1% (-52,6 млн руб.). При этом объём реализованных упаковок сократился на 3,5% (-10,3 млн упак.). Средняя цена ОТС-препаратов в 2 раза ниже цены лекарств, отпускаемых по рецепту: в феврале 2019 г. она составила 149,1 руб./упак, что на 3,5% больше, чем в феврале 2018 г.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в январе - феврале 2019 г. представлено в таблице 1.

За месяц рейтинг продаж лекарственных препаратов по АТС-группам не изменился. По итогам февраля 2019 г. максимальная доля (18,1%) в стоимостном объёме коммерческого рынка ЛП принадлежит по-прежнему препаратам АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». По сравнению с январём наблюдается снижение веса данной группы в общем объёме рынка на 0,4%. Лидерами группы [A] стали «Линекс» (доля в группе 2,6%), «Эссенциале» (2,4%) и «Креон» (2,0%).

На втором месте группа [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», объём продаж которой уменьшился на 4,1%, вес группы при этом стал ниже на 0,5% по сравнению с январём. Лидерами по вкладу в падение группы оказались назальные препараты «Тизин» (-13,0%) и «Отривин» (-10,5%). Самой ёмкой в группе [R] является подгруппа [R01] «Назальные препараты» – её объём сократился на 6,8%. Противоконгестивное средство «Риностоп», сосудосуживающий назальный спрей «Снуп» и антиконгестант «Тизин» принесли аптекам максимальную выручку в феврале 2019 года.

Группа [C] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» заняла третью строчку по объёму продаж в феврале 2019 года, её доля не изменилась (13,3%). Наиболее ёмкой подгруппой в данной АТС является [C09] «Препараты, влияющие на систему ренин-ангиотензин» (33,6%), объём продаж которой увеличился на 0,1%. Лидерами [C09] являются препараты «Лозап», «Лориста» и «Нолипрел».

Шесть групп в феврале показали увеличение объёма реализации — наибольшим темпом прироста отметилась группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (+8,1%). Большинство групп продемонстрировали падение продаж. Максимальное снижение произошло в группе [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (-4,1%).

Таблица 1

Соотношение доли АТС-групп I уровня в объёме аптечных продаж ЛП в России в январе - феврале 2019 г., %

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %			Доля от натурального объёма продаж, упак., %		
	Январь 2019	Февраль 2019	Изменение доли	Январь 2019	Февраль 2019	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,6%	18,1%	-0,4%	16,7%	16,3%	-0,4%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	14,0%	13,5%	-0,5%	16,9%	16,5%	-0,4%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	13,3%	13,3%	0,1%	12,2%	12,4%	0,2%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,5%	11,3%	-0,1%	15,7%	15,6%	-0,2%
J Противомикробные препараты для системного использования	8,9%	9,7%	0,8%	7,7%	8,2%	0,5%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,6%	7,6%	0,0%	7,1%	7,1%	-0,1%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,5%	7,3%	-0,1%	2,0%	2,0%	0,0%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,5%	5,5%	0,0%	10,0%	10,1%	0,1%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	4,4%	4,6%	0,1%	2,9%	3,0%	0,1%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,1%	3,2%	0,1%	1,3%	1,4%	0,1%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,6%	2,6%	0,1%	2,3%	2,3%	0,0%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,5%	1,5%	0,0%	3,3%	3,4%	0,0%
V Прочие препараты	0,8%	0,9%	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%	0,6%	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**

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 2018 и 2019 гг.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в феврале 2018-2019 гг. представлено в таблице 2.

Таблица 2

Соотношение доли АТС-групп I уровня в объёме аптечных продаж ЛП в России в феврале 2018-2019 гг., %

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %			Доля от натурального объёма продаж, упак., %		
	Февраль 2018	Февраль 2019	Изменение доли	Февраль 2018	Февраль 2019	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,0%	18,1%	-0,8%	16,6%	16,3%	-0,3%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,8%	13,5%	-0,3%	16,7%	16,5%	-0,2%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	12,9%	13,3%	0,4%	11,8%	12,4%	0,6%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,2%	11,3%	0,1%	15,3%	15,6%	0,3%
J Противомикробные препараты для системного использования	8,6%	9,7%	1,2%	7,6%	8,2%	0,6%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,5%	7,6%	0,1%	6,8%	7,1%	0,2%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,6%	7,3%	-0,3%	2,0%	2,0%	-0,1%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	6,2%	5,5%	-0,7%	10,1%	10,1%	0,0%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	4,4%	4,6%	0,2%	3,2%	3,0%	-0,2%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,2%	3,2%	0,1%	1,5%	1,4%	-0,1%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,6%	2,6%	0,0%	3,3%	2,3%	-0,9%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,6%	1,5%	-0,1%	3,5%	3,4%	-0,1%
V Прочие препараты	0,8%	0,9%	0,1%	0,7%	0,7%	0,0%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,5%	0,5%	0,0%	0,6%	0,6%	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**

В долевом отношении в феврале 2019 г. в сравнении с аналогичным периодом 2018 года произошли заметные сдвиги: изменение долей стоимостного объёма было в пределах ±1,2%. Если сравнить абсолютные значения стоимостных объёмов продаж, то можно отметить увеличение продаж у 10 АТС-групп. Наиболее значимый прирост

показали группы [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (+17,1%) и [V] «Прочие препараты» (+9,6%).

При этом среди противомикробных препаратов для системного использования выросли продажи противовирусных средств «Тамифлю» (прирост объёма реализации по сравнению с февралём 2018 г. составил 197,8%) и «Кагоцел» (+32,0%). Среди ведущих прочих препаратов в феврале 2019 г. наибольший рост реализации наблюдался у медицинского иммунобиологического препарата «Сталораль» (+128,1%) и средства лечения печёночной недостаточности «Кетостерил» (+40,9%).

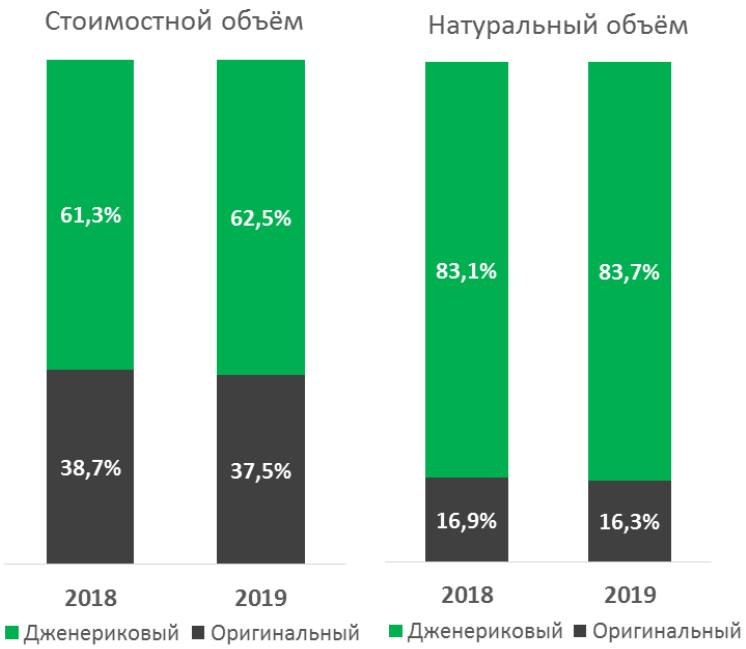
2.5. Соотношение оригинальных и дженериковых лекарственных препаратов

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

За первые два месяца 2019 года доля оригинальных препаратов снизилась на 1,2% в рублях и на 0,6% в упаковках при сравнении с аналогичным периодом прошлого года. При этом преобладание группы дженериковых лекарственных средств значительно — 62,5% в стоимостном и 83,7% в натуральном выражении.

График 5

Соотношение объёмов продаж оригинальных и дженериковых ЛП на коммерческом аптечном рынке России за первые два месяца 2018 г. и 2019 г., %



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

Почти половина продаж всех дженериков за первые два месяца 2019 года распределена среди трех АТС-групп: «Препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» (19,8%), «Препараты для лечения заболеваний нервной системы»

(15,3%) и «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (14,0%). 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» (16,0%), «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (13,4%) и «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (12,1%).

Более заметное переключение с оригинальных на дженериковые препараты отмечено у АТС [P] «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (+6,1%) и [V] «Прочие препараты» (+5,3%). А у группы [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь», наоборот, растёт доля оригинальных препаратов (+2,2%). 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 — 94,4%. Оригинальные средства преобладают среди препаратов, влияющих на кроветворение и кровь (61,4%) и препаратов для лечения заболеваний урогенитальных органов и половых гормонов (60,5%).

3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В феврале 2019 г. на аптечном рынке России присутствовали 942 фирмы-производителя лекарственных препаратов.

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

Таблица 3

ТОП-10 производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в январе - феврале 2019 г.

Рейтинг		Производитель	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %		Доля от натурального объёма продаж, упак., %	
Январь 2019 г.	Февраль 2019 г.		Январь 2019 г.	Февраль 2019 г.	Январь 2019 г.	Февраль 2019 г.
1	1	NOVARTIS	4,1%	4,2%	2,2%	2,2%
2	2	BAYER	4,1%	4,0%	1,0%	1,0%
3	3	SANOFI	4,0%	3,8%	2,0%	1,9%
4	4	ОТИСИФАРМ	3,5%	3,7%	3,6%	3,8%
5	5	TEVA	3,4%	3,4%	2,7%	2,7%
6	6	SERVIER	3,2%	3,1%	1,4%	1,4%
8	7	TAKEDA	2,8%	2,8%	1,6%	1,7%
7	8	GLAXOSMITHKLINE	3,0%	2,8%	1,8%	1,6%
9	9	KRKA	2,7%	2,7%	1,6%	1,5%
10	10	BERLIN-CHEMIE	2,7%	2,5%	1,7%	1,6%
Общая доля ТОП-10			**33,4%**	**33,0%**	**19,7%**	**19,4%**

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

Состав ТОП-10 компаний-производителей, лидирующих по объёмам продаж на коммерческом рынке ЛП, в феврале 2019 г. по сравнению с январём незначительно изменился в плане расстановки «игроков».

Тройка лидеров представлена иностранными компаниями NOVARTIS, BAYER и SANOFI. Из них корпорация NOVARTIS единственная показала прирост продаж на 1,5%.

NOVARTIS, благодаря увеличению объёма реализации, сохранил за собой первую строчку рейтинга. Вес производителя на рынке ЛП также вырос, и составил 4,2%. Продажи основных препаратов компании продемонстрировали прирост: противогрибковое средство «Экзодерил» (+17,6%) и эубиотик «Линекс» (+13,7%) показали наилучшие результаты. А вот реализация нестероидного противовоспалительного препарата «Кетонал», наоборот, сократилась на 6,1%.

Второе место в рейтинге занимает BAYER. Относительно января объёмы реализации брендов «Ренни» (-15,0%), «Релиф» (-8,4%) и «Бепантен» (-6,4%) сократились значительнее прочих.

Компания SANOFI удерживает 3-ю строчку; снижение продаж в большей мере произошло за счёт сокращения объёма продаж пищеварительного ферментного средства «Фестал» (-19,5%), спазмолитика «НО-ШПА» (-11,4%) и гепатопротектора «Эссенциале» (-11,1%).

У всех производителей рейтинга, за исключением трёх, было отмечено падение продаж относительно предыдущего месяца, максимальный темп снижения показала компания GSK (-7,0%), минимальный — KRKA (-1,5%). Ростом продаж отметились фирмы OTC (+6,2%), NOVARTIS (+1,5%) и TAKEDA (+1,2%).

Изменение ТОПа производителей в феврале 2019 г. по сравнению с аналогичным периодом 2018 года представлено в таблице 4.

Таблица 4

ТОП-10 производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в феврале 2018-2019 гг.

Рейтинг		Производитель	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %		Доля от натурального объёма продаж, упак., %	
Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.		Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.	Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.
3	1	NOVARTIS	4,0%	4,2%	2,1%	2,2%
1	2	BAYER	4,7%	4,0%	1,3%	1,0%
2	3	SANOFI	4,0%	3,8%	2,0%	1,9%
5	4	ОТИСИФАРМ	3,7%	3,7%	3,7%	3,8%
4	5	TEVA	3,8%	3,4%	2,9%	2,7%
6	6	SERVIER	3,2%	3,1%	1,5%	1,4%
7	7	TAKEDA	2,8%	2,8%	1,7%	1,7%
8	8	GLAXOSMITHKLINE	2,7%	2,8%	1,7%	1,6%
12	9	KRKA	2,3%	2,7%	1,5%	1,5%
9	10	BERLIN-CHEMIE	2,6%	2,5%	1,6%	1,6%
Общая доля ТОП-10			**34,0%**	**33,0%**	**19,8%**	**19,4%**

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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10, в феврале 2019 г. составила 33,0% от стоимостного объёма продаж ЛП на всём коммерческом аптечном рынке ЛП, при этом в натуральном выражении она заметно ниже — 19,4%.

Состав компаний, входящих в ТОП-10 лидеров коммерческого рынка ЛП в РФ, изменился на одну компанию — в рейтинг вошла KRKA, вытеснив с 9-го места компанию BERLIN-CHEMIE.

Первая тройка лидеров производителей изменилась. Рейтинг возглавила компания NOVARTIS, продажи которой за год выросли на 8,7%. Доля NOVARTIS на рынке увеличилась до 4,2% в феврале 2019 года. Корпорация BAYER, наоборот, потеряла свою долю на рынке (-0,7%) за счёт падения объёма реализации на 12,7%. На третьей строчке расположилась компания SANOFI (-1,0%).

Производитель KRKA показал наилучшие результаты: за год его объёмы реализации выросли на 16,9%. Отрицательная динамика, помимо производителя BAYER, также отмечена ещё и у компании TEVA (-9,0%) за счёт существенного падения объёмов продаж назального спрея от насморка «Санорин» (-34,3%).

4. Препараты–лидеры продаж

ТОП-20 брендов ЛП по объёму аптечных продаж в России за февраль 2019 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 лекарственных брендов ЛП по стоимостному объёму продаж в России в январе - феврале 2019 г.

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %	
Январь 2019 г.	Февраль 2019 г.		Январь 2019 г.	Февраль 2019 г.
1	1	КАГОЦЕЛ	1,0%	1,1%
2	2	ИНГАВИРИН	0,9%	1,0%
3	3	НУРОФЕН	0,7%	0,8%
4	4	КСАРЕЛТО	0,7%	0,7%
5	5	ТЕРАФЛЮ	0,7%	0,7%
6	6	МИРАМИСТИН	0,6%	0,6%
17	7	ЭРГОФЕРОН	0,4%	0,6%
9	8	МЕКСИДОЛ	0,6%	0,6%
7	9	КАРДИОМАГНИЛ	0,6%	0,6%
8	10	КОНКОР	0,6%	0,6%
10	11	ДЕТРАЛЕКС	0,5%	0,6%
11	12	АКТОВЕГИН	0,5%	0,5%
13	13	АЦЦ	0,5%	0,5%
14	14	ПЕНТАЛГИН	0,5%	0,5%
22	15	ЛИНЕКС	0,4%	0,5%
16	16	АМОКСИКЛАВ	0,4%	0,5%
19	17	ЛОЗАП	0,4%	0,5%
12	18	ЭССЕНЦИАЛЕ	0,5%	0,4%
18	19	ЛОРИСТА	0,4%	0,4%
23	20	ГРАММИДИН	0,4%	0,4%
Общая доля ТОП-20			**11,4%**	**12,0%**

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составила 12,0% от всего коммерческого аптечного рынка ЛП, это чуть выше, чем в январе. Состав рейтинга в феврале 2019 г. заметно изменился по сравнению с январём: вошли 2 «новых» препарата: эубиотик «Линекс» (+7 строчек) и антибиотик «Граммидин» (+3 места).

Тройка брендов лекарственных препаратов коммерческого рынка не изменилась. Первое место за собой сохранил противовирусный препарат «Кагоцел» (+5,4%). На второй строчке расположился ещё один противовирусный препарат «Ингавирин», объём реализации которого вырос на 18,5%. Третью позицию удерживает «Нурофен» (+4,1%).

15 брендов «двадцатки» отметились увеличением продаж, наибольший темп прироста объёма реализации был отмечен у противовирусного и иммуномодулирующего средства «Эргоферон» (+36,0%). Максимальное снижение продаж продемонстрировали препараты «Эссенциале» (-11,1%) и «Терафлю» (-8,3%).

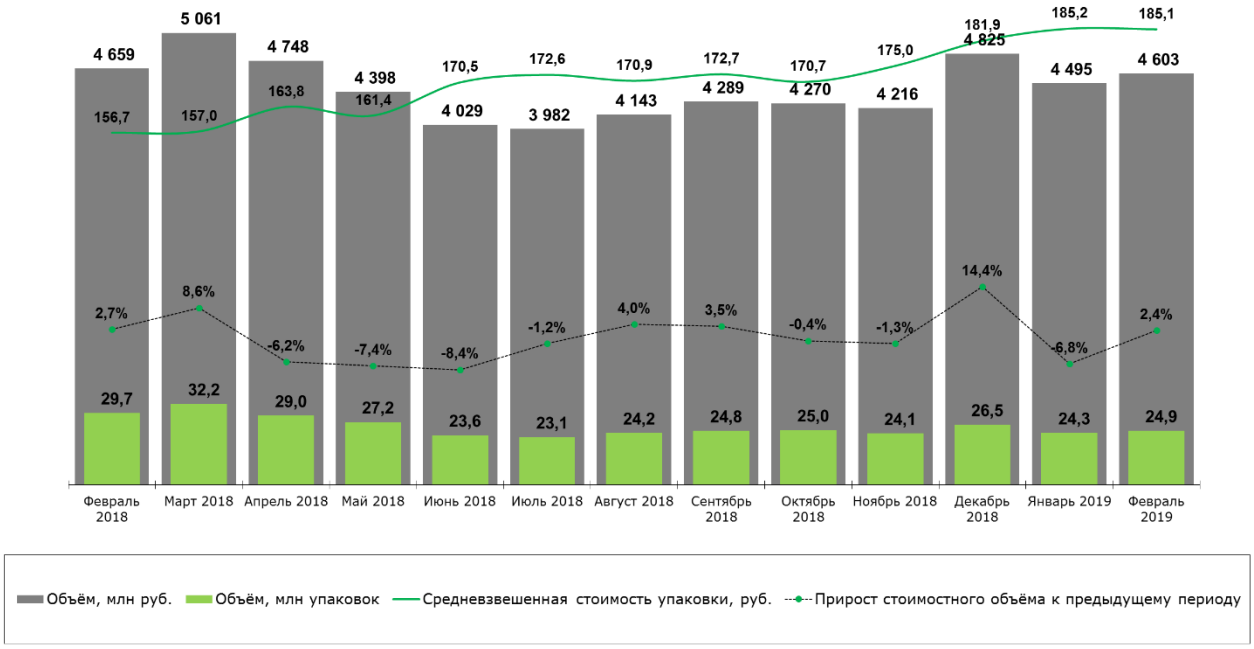
5. Биологически активные добавки

В феврале 2019 года в аптечных учреждениях России продавалось 2 125 брендов БАД, которые представляют 803 производителя.

На графике 6 отражена динамика объёма аптечного рынка БАД России с февраля 2018 г. по февраль 2019 г.

График 6

Аптечный рынок БАД России
февраль 2018 г. – февраль 2019 г.



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

В феврале 2019 г. ёмкость российского рынка БАД выросла в стоимостном выражении по сравнению с январём на 2,4%, и составила 4,6 млрд руб. В натуральных единицах измерения рынок увеличился на 2,5%, и составил 24,9 млн упаковок.

В феврале 2019 г. средняя стоимость упаковки БАД была равна 185,1 руб., что на 0,1% ниже, чем в январе.

В результате по итогам первых двух месяцев 2019 года коммерческий рынок БАД сократился в рублях на 1,1% по сравнению с 2018 годом, и составил 9,1 млрд руб., в упаковках за этот же период рынок уменьшился на 15,4% до 49,1 млн упаковок.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объёмом аптечных продаж в России в феврале 2019 г.

Таблица 6

ТОП-10 фирм-производителей БАД по объёму аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в феврале 2018 и 2019 гг.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объёме продаж, руб., %		Доля в натуральном объёме продаж, упак., %	
Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.		Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.	Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.
1	1	ЭВАЛАР	17,0%	18,5%	11,4%	12,9%
4	2	SOLGAR VITAMIN AND HERB	4,1%	5,7%	0,4%	0,7%
2	3	PHARMA-MED	6,8%	5,7%	1,9%	1,8%
3	4	ОТИСИФАРМ	5,0%	3,7%	4,5%	3,6%
7	5	АКВИОН	2,7%	3,4%	2,6%	3,3%
20	6	TAKEDA	1,0%	3,4%	0,2%	1,0%
5	7	QUEISSER PHARMA	3,5%	3,3%	1,3%	1,2%
6	8	BAUSCH HEALTH	3,5%	3,2%	4,3%	3,6%
8	9	STADA	2,6%	2,7%	0,9%	0,9%
9	10	MERK SELBSTMEDIKATION	2,6%	2,4%	0,5%	0,5%
Итого:			**48,7%**	**52,0%**	**28,0%**	**29,6%**

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

В феврале 2019 г. рейтинг производителей на аптечном рынке БАД значительно изменился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Первое место традиционно занимает компания «ЭВАЛАР» – её доля на рынке выросла (+1,5%) за счёт прироста объёма реализации на 7,4%. Положительную динамику производителю обеспечила линейка средств нового поколения с эффектом омоложения организма изнутри ANTI-AGE (+551,3%). А вот продажи популярной ранее линейки для похудения «ТУРБОСЛИМ» (-3,2%), а также биодобавки, влияющей на сосуды и кровообращение — «АТЕРОКЛЕФИТ» (-19,2%), наоборот, упали.

На вторую строчку поднялся американский производитель SOLGAR VITAMIN AND HERB за счёт прироста объёма реализации на 36,9%. У компании всего один бренд – SOLGAR, который имеет целую линейку биологических добавок с широким спектром действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС.

На третье место опустилась компания PHARMA-MED (доля на рынке 5,7%) с основным продуктом — витаминами для детей «ВИТАМИШКИ», несмотря на снижение продаж на 22,3% относительно февраля прошлого года. Такая динамика связана с

возросшей конкуренцией в сегменте детских витамин в форме жевательного мармелада. Продажи всех брендов корпорации за исключением марки «БАК-СЕТ» (+6,3%) упали.

Основные изменения в рейтинге коснулись следующих производителей:

- Японская фармкорпорация TAKEDA (+14 строчек) показала максимальный прирост продаж биологических добавок: +246,7%. В ассортименте импортного производителя только 3 торговых наименования биодобавок. Лидером продаж стал витаминно-минеральный комплекс «ВИТРУМ» (доля в портфеле компании 77,3%).

- Отечественная компания «АКВИОН» (+27,2%) поднялась на 5-ю строчку рейтинга. Производитель выпускает широкую линейку пищевых добавок — более 40 позиций, которая представлена разнонаправленными продуктами. Основную роль в динамике продаж фирмы сыграли линейка витаминных добавок «ВИТО ПЛЮС» (+111,2%), «ВИТАМИННО-МИНЕРАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС» (+91,0%), а также новинки: биодобавка «БУДЬ ЗДОРОВ», нормализующая процессы возбуждения и торможения в ЦНС, и «ЛИВЕСИЛ», улучшающий обменные процессы печени.

- Производители QUEISSER PHARMA (-5,8%) и BAUSCH HEALTH (-9,8%) опустились на две строчки вниз. При этом наибольший темп снижения продемонстрировала российская компания «ОТС» (-26,7%), в результате чего она покинула тройку лидеров, переместившись на 4-ю позицию.

Высокие темпы продаж среди компаний, расположившихся за чертой ТОП-10, были отмечены у «КВАДРАТ-С» (+53,2%) и NATURES BOUNTY (+98,4%). В феврале 2019 года основную выручку NATURES BOUNTY принесли таблетки NATURES BOUNTY «КОЛЛАГЕН ГИДРОЛИЗОВАННЫЙ С ВИТАМИНОМ С ТАБЛЕТКИ №90». За год продажи данной позиции увеличились на 120,6%. У компании «КВАДРАТ-С» широкий ассортимент БАД — порядка 26 брендов, но основной рост обеспечила добавка «ВИТАМИР» (+170,4%), рекомендуемая в качестве дополнительного источника витаминов.

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

Таблица 7

ТОП-20 торговых наименований БАД по объёму аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в феврале 2018 и 2019 гг.

Рейтинг		Бренд	Производитель	Доля в стоимостном объёме продаж, %	
Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.			Февраль 2018 г.	Февраль 2019 г.
1	1	SOLGAR	SOLGAR VITAMIN AND HERB	4,1%	5,7%
2	2	ДОППЕЛЬГЕРЦ	QUEISSER PHARMA	3,5%	3,3%
3	3	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР	2,8%	3,0%
141	4	ВИТРУМ	TAKEDA	0,2%	2,7%
4	5	ФЕМИБИОН	MERK SELBSTMEDIKATION	2,6%	2,4%
5	6	ВИТАМИШКИ	PHARMA-MED	2,5%	2,0%
9	7	ЭВАЛАР ГЛИЦИН	ЭВАЛАР	1,6%	1,8%
8	8	БАК-СЕТ	PHARMA-MED	1,6%	1,8%
14	9	СУПРАДИН	BAYER	1,5%	1,7%
15	10	МАКСИЛАК	ОБОЛЕНСКОЕ	1,5%	1,7%
7	11	ТУРБОСЛИМ	ЭВАЛАР	1,7%	1,7%
12	12	КОМПЛИВИТ	ОТИСИФАРМ	1,5%	1,3%
16	13	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР	1,3%	1,3%
27	14	NATURES BOUNTY	NATURES BOUNTY	0,6%	1,3%
10	15	ГЕМАТОГЕН	РАЗНЫЕ	1,6%	1,2%
11	16	АЛФАВИТ	RECORDATI	1,6%	1,2%
18	17	ЭВАЛАР ПУСТЫРНИК	ЭВАЛАР	1,2%	1,2%
13	18	НОРМОБАКТ	GENEFAR	1,5%	1,1%
20	19	ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	NOVARTIS	0,9%	0,8%
19	20	АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА	РАЗНЫЕ	1,0%	0,7%
Итого:				**34,8%**	**38,1%**

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

Перечень брендов БАД, вошедших по итогам февраля 2019 г. в ТОП-20, значительно изменился по сравнению с февралём 2018 г. — так же, как изменилось и расположение торговых наименований.

Тройку лидеров возглавила линейка SOLGAR, нарастив свои объёмы реализации на 36,9%. Вторую строчку за собой сохранил БАД «ДОППЕЛЬГЕРЦ» компании QUEISSER PHARMA, несмотря на падение продаж на 5,8%.

На третью позицию поднялся витаминный комплекс «ВИТРУМ» (+1 679,0%) производства компании TAKEDA, продемонстрировав наилучший результат среди брендов «двадцатки».

В рейтинге две новинки. Бренд «ВИТРУМ», который по итогам февраля попал на 4-ю строчку рейтинга. Также в рейтинг вошла добавка NATURES BOUNTY (+99,2%).

Заметим, что 10 БАД, вошедших по итогам февраля 2019 г. в ТОП-20 торговых наименований, показали снижение продаж относительно аналогичного периода прошлого года.

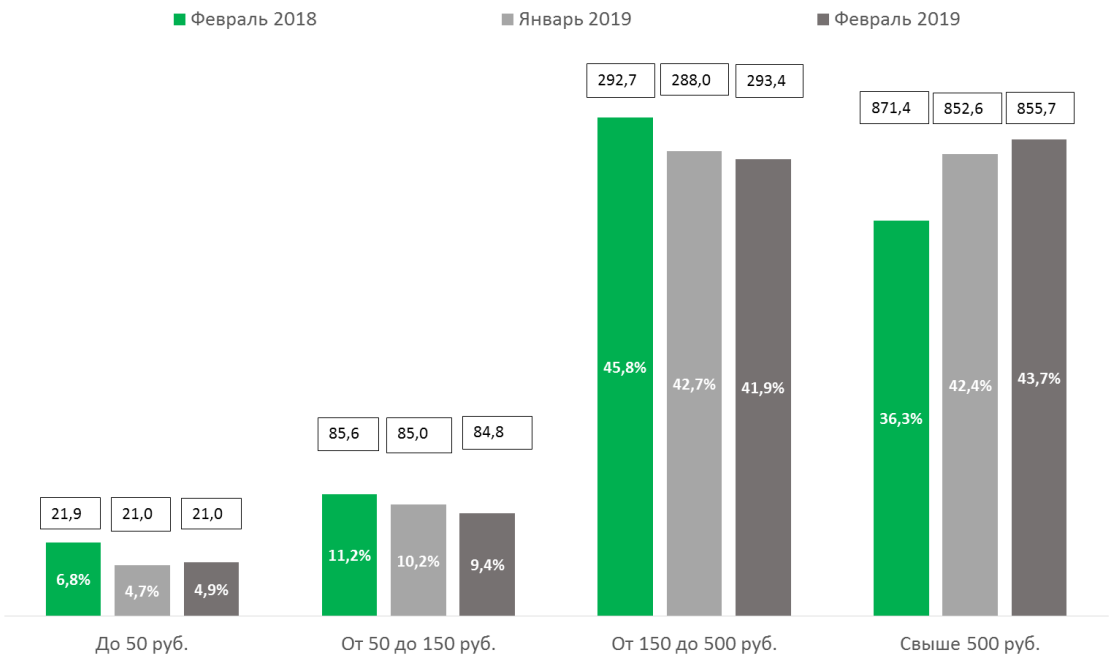
Максимальное падение объёмов аптечной реализации наблюдалось у БАД следующих наименований: «НОРМОБАКТ» (-31,1% к уровню продаж февраля 2018 г.), «АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА» (-23,5%) и «ГЕМАТОГЕН» (-22,4%).

Компания «ЭВАЛАР» остаётся самой представленной в рейтинге брендов – пять позиций принадлежат ей.

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 феврале 2019 г.



- Средневзвешенная стоимость упаковки, руб.

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

Категория «От 150 до 500 руб.» на протяжении долгого времени являлась наиболее популярным ценовым сегментом биодобавок, однако в феврале 2019 г.

структура продаж изменилась в пользу высокого ценового сегмента. Доля дорогостоящих БАД в феврале 2019 г. выросла до уровня 43,7%, что на 7,5% выше удельного веса группы в феврале предыдущего года и на 1,3% выше показателя января. Средняя стоимость упаковки в феврале 2019 года в сравнении с аналогичным периодом 2018 года упала на 1,8%, и составила 855,7 руб./упак.

Вес группы биодобавок с ценой от 150 до 500 руб. в феврале 2019 г. уменьшился по сравнению с январём на 0,8%, а по сравнению с февралём прошлого года сократился на 3,9%. Средневзвешенная стоимость биологической добавки из этого ценового сегмента составила 293,4 руб./упак. (+0,2% относительно февраля 2018 г.).

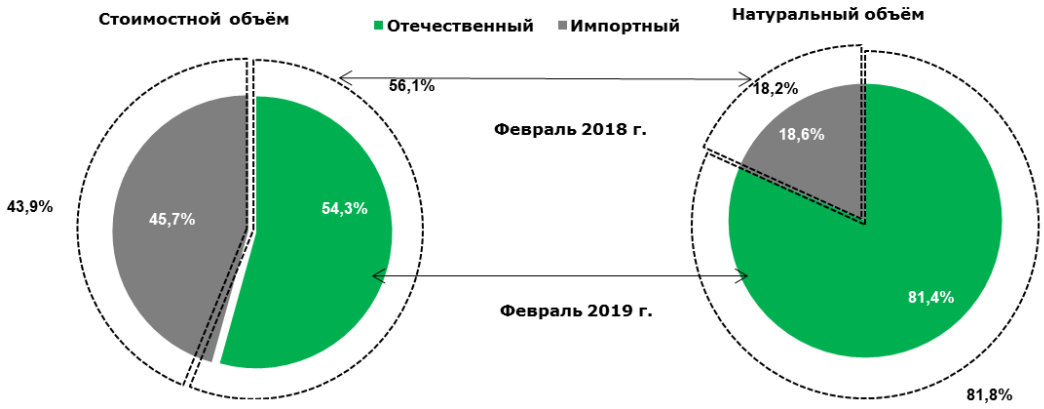
Снизилась на 1,8% относительно февраля 2018 г. доля сегмента БАД со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. За месяц доля сократилась на 0,8%. Средняя стоимость упаковки упала на 1,0% при сравнении с февралём прошлого года (84,8 руб.).

Доля БАД нижнего ценового сегмента в феврале 2019 г. относительно февраля 2018 сократилась на 1,8%, составив 4,9%. Средняя стоимость упаковки осталась на уровне прошлого месяца (21,0 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 2019 г., %



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

Доля БАД российского производства от общего объёма коммерческого рынка по итогам февраля 2019 г. составила 54,3% в стоимостном выражении и 81,4% в натуральном. Продажи БАД зарубежного производства выросли в стоимостном объёме рынка — на них пришлось 45,7% по итогам месяца, тогда как годом ранее эта цифра

составляла 43,9%. В натуральном выражении доля импортных добавок выросла с 18,2% в феврале 2018 г. до 18,6% в феврале 2019 г.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить снижение продаж в натуральном выражении как у отечественных, так и у импортных добавок в феврале 2019 года к аналогичному месяцу 2018 года: -16,8% и -14,4% соответственно. Объём реализации в рублях у зарубежных биодобавок увеличился на 2,9%, а вот продажи российских БАД упали на -4,4%.

II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящён значимым событиям, произошедшим на фармацевтическом рынке в марте 2019 года.

Многие крупные производители объявили о строительстве либо запуске новых производственных площадок. На аптечном рынке активно продолжается процесс консолидации: в феврале стало известно, что несколько аптечных сетей завершили сделки M&A.

1. Законодательные новости

1. К концу 2023 года в России заработает система электронных рецептов.

К 2023 году в России будет запущена Единая государственная информационная система в сфере здравоохранения (ЕГИСЗ), к ней подключат все медучреждения страны. Что обеспечит, в частности, эффективную маршрутизацию пациентов и мониторинг помощи по отдельным профилям заболеваний. Национальный проект «Здравоохранение» также предусматривает внедрение автоматизированного управления льготным лекарственным обеспечением к этому сроку.

Источник: «Право.ру».

2. Аптеки очистят от навязываемых лекарств.

Фармацевтов предложили наказывать за навязывание лекарств покупателям. Данное предложение Минпромторгу и Минздраву направила «Национальная фармацевтическая палата». По данным союза, аптеки навязывают покупателям конкретные препараты в 6 случаях из 10, а за это получают средства от производителей лекарств. «Национальная фармацевтическая палата» предложила отстранять провизора от работы на 6 месяцев за такие злоупотребления.

Источник: «Коммерсантъ».

3. В Госдуму внесён законопроект о предоставлении налогового вычета за покупку ЖНВЛП.

Правительство РФ внесло в Госдуму законопроект, предусматривающий предоставление налоговых вычетов по подоходному налогу гражданам, приобретающим жизненно необходимые и важнейшие препараты. Предлагаемые законопроектом изменения позволят обеспечить преемственность проводимой терапии на стационарном и амбулаторном этапах оказания медицинской помощи, расширить возможности налогоплательщиков по частичному возмещению стоимости ЛП для медицинского применения и повысить доступность лекарств из списка ЖНВЛП.

Источник: «Фарминдекс.рф».

2. Новости аптечных сетей

1. «Фармленд» поглотил челябинскую сеть «Доктор Алвик».

Аптечная сеть «Фармленд» (Уфа) приобрела челябинского фармретейлера «Доктор Алвик» (90 аптек) и стала абсолютным лидером в регионе по доле рынка.

Источник: «Фармацевтический вестник».

2. **Уфимский «Фармленд» продолжает экспансию в регионы.**

Самарская аптечная сеть «Биомед», насчитывающая 36 торговых точек, в ближайшее время сменит свои вывески на «Фармленд». Таким образом компания, зарегистрированная в Уфе, значительно усилит свои позиции на рынке Самарской области, где до сих пор была представлена только двумя аптеками.

Источник: «Фармацевтический вестник».

3. Новости производителей

1. **«МЕДИНВЕСТГРУПП» инвестирует в производство радиофармпрепаратов в Чечне.**

ГК «МедИнвестГрупп» (МИГ) основного владельца «Фармстандарта» Виктора Харитонина инвестировала 800 млн рублей в создание циклотронно-радиохимического комплекса в Грозном. По планам холдинга, на заводе будет налажено производство радиофармпрепаратов (РФП), предназначенных для диагностики онкозаболеваний.

Источник: Vademecum.

2. **Швейцарская «Новартис Фарма» инвестирует 3,5 млрд рублей в завод в Рязанской области.**

Швейцарская компания «Новартис Фарма» готова вложить 3,5 млрд рублей в создание производства препаратов для борьбы с онкозаболеваниями в Рязанской области. В настоящее время прорабатывается заключение специального инвестиционного контракта для строительства современного производства лекарственных препаратов. Проект интегрирован в «Национальную стратегию по борьбе с онкологическими заболеваниями».

Источник: ТАСС.

3. **Петербургский «Фармсинтез» передал права на продажу онкопрепарата группе Викрама Пунии.**

Портфельная компания «Роснано» «Фармсинтез» передала эксклюзивные права на продажу «Сегидрина» (МНН «Гидразина сульфат») группе «Фармасинтез» Викрама Пунии. Сумма сделки составит не менее 668 млн рублей.

Источник: Vademecum.

4. **«Нанолек» вложит 1 млрд рублей в производство пневмококковой вакцины.**

Отечественная компания «Нанолек» вложит 1 млрд руб. для организации производства полного цикла пневмококковой вакцины. Свой аналог «Нанолек» планируют выпустить на рынок к 2022 году. За счёт собственного производства субстанции стоимость российского аналога будет на 20% ниже цены «Превенара 13». В компании отмечают, что планируемый объём производства вакцины (10 млн доз) позволит полностью покрыть потребности России и стран СНГ. Производитель намерен экспортировать не менее 20% вакцины от всего объёма выпуска.

Источник: «Фарминдекс.рф».

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 в 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 и других регионах России.

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: (495) 780-72-63
780-72-64