

Фармацевтический рынок РОССИИ

Выпуск: март 2015

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – март 2015
- события фармацевтического рынка – апрель 2015



Информация основана на данных розничного аудита фармацевтического рынка РФ DSM Group, система менеджмента качества которого соответствует требованиям **ISO 9001:2008**



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



Москва, 2015 г.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Резюме</i>	3
I. Коммерческий рынок ЛП России в марте 2015 года	5
1. Объем коммерческого рынка ЛП России	5
2. Структура коммерческого рынка ЛП России	7
2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий	7
2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов	8
2.3. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска	10
2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам	11
3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов	15
4. Препараты-лидеры продаж	18
5. Индекс цен	20
6. Биологически активные добавки	22
II. События фармацевтического рынка	27

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

Анастасия Казова

Оформление и верстка

Анастасия Казова

Аналитический обзор

Фармацевтический рынок России. Выпуск март 2015

Адрес:
125040, Москва,
5-ая ул. Ямского Поля, д.7 стр.2

Тел: +7 (495) 780-72-63
+7 (495) 780-72-64
Факс: +7 (495) 780-72-65

www.dsm.ru

© DSM Group, 1999-2015. Все права сохраняются.

При полном или частичном использовании материалов документа ссылка на DSM Group обязательна.

РЕЗЮМЕ

Объем коммерческого рынка ЛП в ценах закупки аптек в марте 2015 г. увеличился на 3,8% по сравнению с февралем и составил 55,9 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за первый весенний месяц 2015 г. **коммерческий рынок лекарств в натуральном** выражении был равен 393 млн. упак., что на 4,1% больше, чем за аналогичный период 2014 года. **Средняя стоимость упаковки** лекарственного препарата на коммерческом рынке России в марте 2015 г. по сравнению с февралем увеличилась на 1,9% и составила 142,3 руб.

Согласно **индексу Ласпейреса**, в течение марта 2015 года **цены в рублях уменьшились на 0,6%**. В долларовом выражении индекс цен вырос на 5,5%. Всего же с начала 2014 года инфляция цен на лекарства в аптеках страны составила +22,7% в рублевом выражении и -33,9% в долларах США.

Структура коммерческого рынка ЛП в марте 2015 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. Продолжилось сокращение доли лекарств с ценовым диапазоном 50-150 руб./упак. (с 20,3% в марте 2014 г. до 15,1% в марте 2015 г.), остался неизменным удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (47,9%), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) ослабили свои позиции, уменьшив долю лекарств с 6,9% до 6,7%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку заняли по итогам первого месяца весны 2015 года долю 30,3% коммерческого рынка, что на 5,3% больше, чем в марте 2014 г.

По итогам марта 2015 г. 56% препаратов, реализованных на рынке, являлись отечественными (в натуральных единицах измерения), однако в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств, в стоимостном выражении они занимали лишь 26%. Коммерческий сегмент рынка по итогам марта 2015 года на 52% был представлен безрецептурными препаратами, и на 48% - Rx-лекарствами.

Рейтинг компаний по стоимостному объему продаж в марте 2015 г. возглавила компания NOVARTIS, на втором месте SANOFI, на третьем месте – BAYER.

ТОП брендов ЛС по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам марта 2015 г. возглавил препарат ЭССЕНЦИАЛЕ (1,09% от совокупных аптечных продаж); на втором месте КАГОЦЕЛ (1,0%) и третьем месте АКТОВЕГИН (0,83%).

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в марте 2015 г. увеличился на 6,8% относительно февраля и составил 3,2 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД в первом весеннем месяце 2015 года вырос на 7,8% по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. и составил 28,9 млн. упаковок. **Средневзвешенная цена упаковки БАД** в марте 2015 г. по сравнению с февралем увеличилась на 0,9% и составила 113,5 руб.

I. Коммерческий рынок ЛП России в марте 2015 г.

Фармацевтический рынок России состоит из двух основных сегментов: коммерческого и государственного.

Коммерческий сегмент фармрынка включает в себя аптечные продажи ЛП и парафармацевтики без учета продаж по Программе ДЛО.

Государственный сегмент фармрынка включает в себя аптечные продажи ЛП по Программе ДЛО, а также реализацию через ЛПУ.

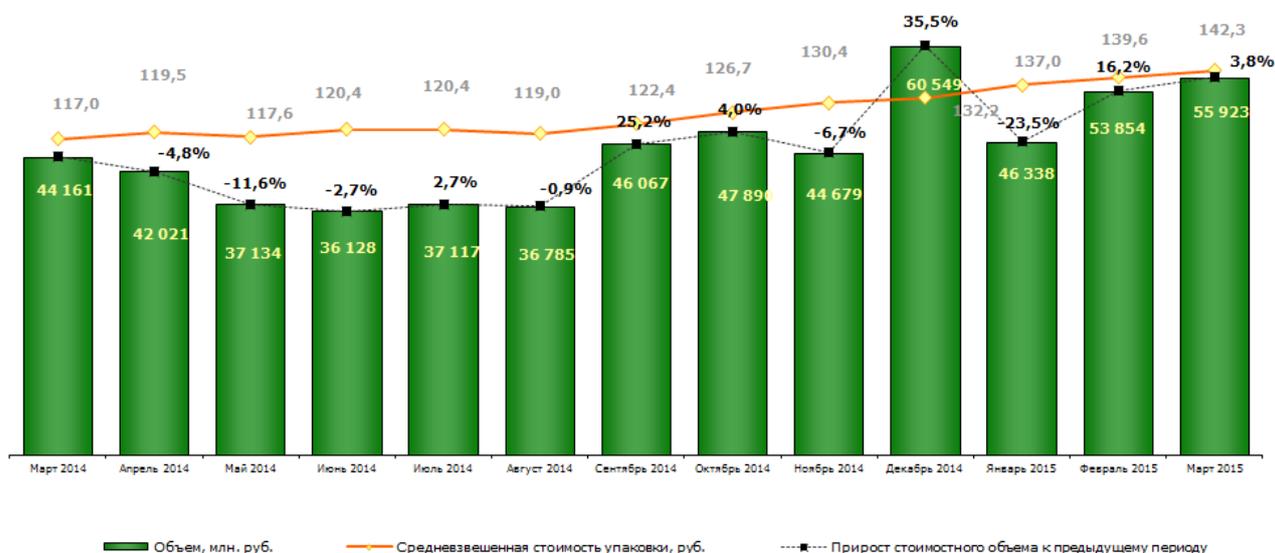
Далее рассматриваются продажи ЛП на коммерческом сегменте фармрынка.

1. Объем коммерческого рынка ЛП России

На *Графике 1* представлена динамика объема коммерческого рынка ЛП России с марта 2014 г. по март 2015 г.

График 1

Коммерческий рынок ЛП России в марте 2014 г. – марте 2015 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008

Согласно данным розничного аудита DSM Group, **объем коммерческого рынка ЛП в марте 2015 г. составил 55,9 млрд. руб. (с НДС)**. По сравнению с февралем емкость рынка увеличилась на 3,8%. В марте спрос на лекарства в аптеках страны обычно увеличивается по сравнению с февралем, это связано с особенностями сезонности отечественного фармрынка. Первый весенний месяц – период повышенного спроса как на противогрибковые лекарства, так и на витаминные комплексы. Однако стоит заметить, что увеличение потребления лекарств в первом весеннем месяце 2015 г. было менее заметным, нежели в предыдущие годы. Так, в прошлом году увеличение емкости потребления ЛП на коммерческом рынке в марте составило 9,1% по сравнению с февралем 2014 г., а годом ранее этот показатель равнялся 6,9%. Относительно «скромный» мартовский рост 2015 г. отчасти обусловлен существенным ростом продаж лекарств в предыдущем месяце – иными словами рынок довольно заметно вырос в феврале, на этом фоне спрос на лекарства в марте увеличился не так заметно, как в предыдущие годы.

Рост коммерческого рынка лекарств в первом квартале 2015 года относительно аналогичного периода 2014 года составил 25,2%.

В натуральных единицах измерения емкость рынка в марте 2015 г. составила 393 млн. упак., что 1,9% больше, чем в феврале, и на 4,1% больше, чем в марте 2014 г.

Средняя стоимость упаковки ЛП в марте 2015 г. увеличилась по сравнению с февралем на 1,9% и составила 142,3 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в первом месяце весны 2015 года с мартом 2014 года, то следует отметить рост цены на 21,7%.

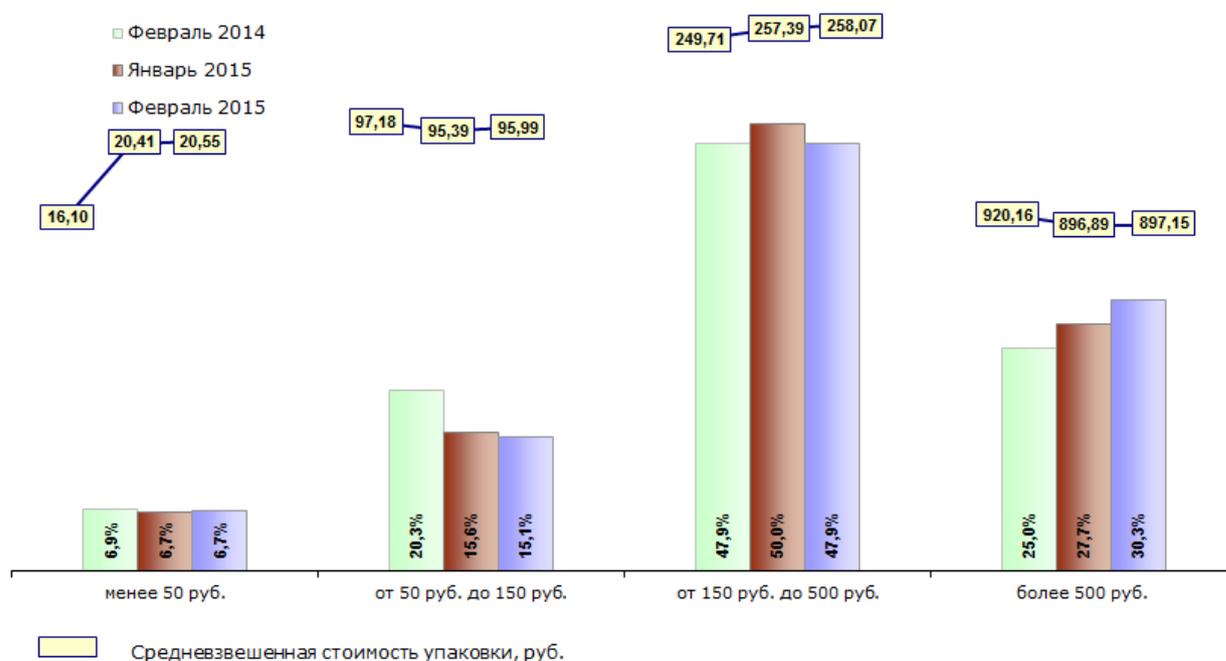
2. Структура коммерческого рынка России

2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий

На *графике 2* отражена динамика потребления ЛП (в стоимостном выражении) из разных ценовых категорий.

График 2

Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке ЛП России в марте 2015 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

Данные Графика 2 свидетельствуют о том, что структура коммерческого рынка ЛП в марте 2015 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась относительно февраля, изменения же относительно марта 2014 г. более заметны, хотя и их сложно назвать кардинальными. Неизменным трендом последнего времени является постепенное сокращения доли «недорогих лекарств» (средняя стоимость упаковки которых ниже 150 руб.) и увеличение удельного веса «дорогих препаратов» (со средней стоимостью упаковки выше 150 руб.). Доля рынка «недорогих» препаратов по сравнению с февралем прошлого года сократилась на 5,4%.

Существеннее всего (на 5,2%) относительно марта 2014 г., уменьшилась доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. (за месяц доля сократилась на 0,5%).

Не изменился удельный вес группы лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. (47,9% в марте 2014 г. и марте 2015 г.) Этот сегмент является наиболее емким в стоимостном выражении. За месяц доля рассматриваемого ценового сектора уменьшилась на 2,1% что сопровождалось небольшим (на 0,3%) ростом средней цены упаковки лекарств (в итоге средняя стоимость составила 258,07 руб./упак.).

Доля дорогостоящих препаратов в марте 2015 г. составила 30,3%, что на 2,6% больше удельного веса группы в предыдущем месяце. Следует отметить, что в марте 2015 г. продажи лекарств со средней ценой упаковки от 500 руб. выросли относительно предыдущего месяца на 13,8%, что на фоне менее существенного увеличения рынка привело к заметному росту доли сегмента. При этом средняя стоимость упаковки лекарств «верхнего» ценового сегмента за месяц увеличилась на 0,03% и составила 897,15 руб./упак.

Доля лекарств нижнего ценового сегмента в марте 2015 г. относительно февраля не изменилась, составив 6,7%. Средняя стоимость упаковки при этом увеличилась на 0,7% , составив в итоге 20,55 руб./упак.

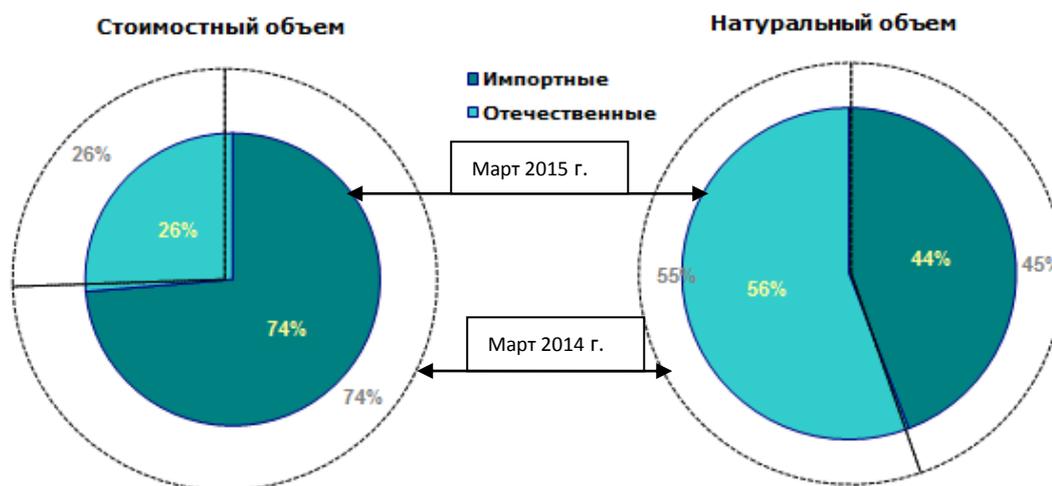
За месяц на 0,5% сократилось присутствие на коммерческом рынке ЛП лекарств стоимостью 50-150 руб./упак. (их доля составила 15,1. Средняя стоимость упаковки при этом выросла на 0,6% и составила почти 96 руб.

2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов

Соотношение объемов аптечных продаж отечественных и импортных препаратов в России отражено на *графике 3*.

График3

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в марте 2015 г., %



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

Доля ЛП российского производства от общего объема коммерческого рынка по итогам марта 2015 г. составила 26% в стоимостном выражении и 56% в натуральном. Соответственно лекарства зарубежного производства преобладали в стоимостном объеме рынка – 74% по итогам месяца, и составляли 44% в натуральном объеме рынка.

Следует заметить, что по отношению к марту 2014 г. структура коммерческого рынка ЛП относительно происхождения представленных препаратов коренным образом не изменилась. На 1% увеличилось присутствие лекарств отечественного производства на коммерческом рынке в натуральном выражении, в стоимостном выражении доли российских и импортных ЛП остались прежними.

В марте 2015 года по отношению к марту 2014 года объем реализованных через аптеки страны упаковок лекарств увеличился на 4,1%. Произошло это за счет увеличения продаж упаковок как лекарств отечественного производства - объем реализованных упаковок российских лекарств в марте 2015 г. вырос на 5,0% по сравнению с мартом 2014 г., так и импортных ЛП – увеличение продаж составило 2,9%.

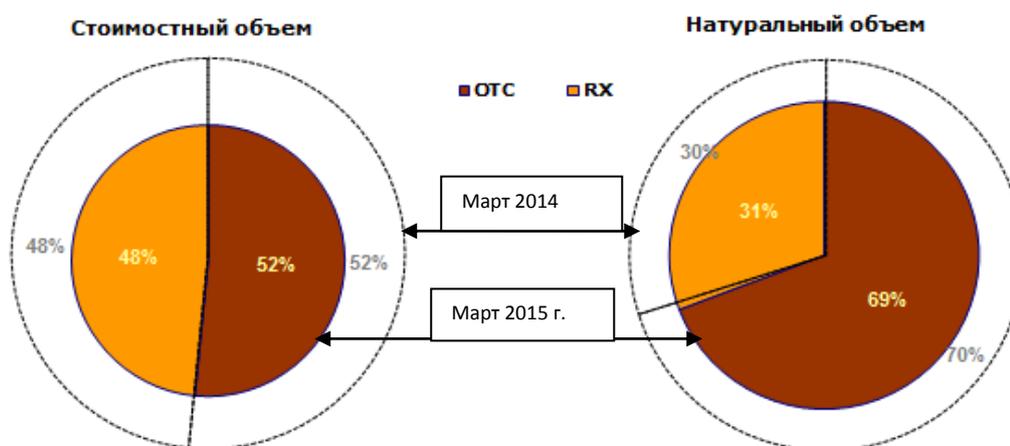
За год сильнее подорожали лекарства российского производства (на 24,3% по сравнению с мартом 2014 г.), средняя стоимость упаковки которых в марте 2015 г. была равна 67,1 руб. Увеличение цены импортных препаратов составило 21,7 (средняя стоимость в марте 2015 года была равна 237,3 руб./упак).

2.3. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

Соотношение объемов аптечных продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке в России отражено на *графике 4*.

График 4

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в марте 2015 г., %



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

В марте 2015 г. доля лекарств безрецептурного отпуска в стоимостном объеме аптечных продаж была преобладающей – 52%, соответственно удельный вес рецептурных препаратов составил 48%. В марте 2014 г. на долю ОТС-препаратов также приходилось 52% стоимостного объема коммерческого рынка лекарств, соответственно доля Rx-лекарств была равна 48%.

Продажи безрецептурных лекарств марте 2015 г. увеличились по отношению к аналогичному периоду 2014 г. на 26,6% (+6,0 млрд. руб.). Объем реализованных упаковок также увеличился на 2,8%. Что же касается средней стоимости упаковки ОТС-препаратов, то она выросла относительно марта 2014 г. на 23,1% и составила 105,9 руб.

Прирост продаж рецептурных лекарств в марте 2015 г. по отношению к марту 2014 г. составил 26,7% (+5,7 млрд.руб.). При этом объем реализованных упаковок увеличился на 7,1% (+8,0 млн. упак.). Средняя цена Rx-препаратов более чем в два раза превосходит цену лекарств, продаваемых без рецепта, - в марте 2015 г. она составила 224,3 руб./упак., увеличившись к марту 2014 г. на 18,3%.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России феврале – марте 2015 г. представлено в *таблице 1*.

Таблица 1

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в феврале - марте 2015 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Февраль 2015	Март 2015	Изменение доли	Февраль 2015	Март 2015	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,18%	19,46%	1,29%	16,44%	16,93%	0,49%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	14,63%	13,20%	-1,43%	17,17%	15,68%	-1,48%
С Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	11,04%	11,85%	0,81%	9,85%	10,57%	0,71%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,60%	11,81%	0,21%	17,58%	17,25%	-0,33%
J Противомикробные препараты системного использования	11,01%	8,81%	-2,20%	9,21%	7,70%	-1,51%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	6,96%	7,55%	0,58%	6,29%	6,74%	0,45%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,52%	7,10%	0,59%	1,74%	1,94%	0,20%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,39%	5,88%	0,49%	8,44%	9,90%	1,45%
В Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	3,54%	3,92%	0,38%	2,59%	2,81%	0,22%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,83%	3,47%	-0,36%	5,43%	5,29%	-0,14%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,86%	3,23%	-0,63%	1,90%	1,45%	-0,45%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,28%	2,41%	0,13%	2,04%	2,29%	0,25%
V Прочие препараты	0,49%	0,54%	0,05%	0,56%	0,58%	0,02%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,44%	0,51%	0,07%	0,39%	0,46%	0,07%
P Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,23%	0,27%	0,04%	0,36%	0,41%	0,06%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

По итогам марта 2015 г. максимальная доля (19,46%) в стоимостном объеме коммерческого рынка ЛП принадлежит препаратам АТС-группа [А] Пищеварительный тракт и обмен веществ. В первом месяце весны 2015 года удельный вес этой группы лекарств увеличился на 1,29%, при этом продажи препаратов группы за месяц выросли

на 11,2%. Увеличение доли рынка обусловлено тем, что рост продаж ЛП АТС-группы опережал рост рынка в целом.

Большая часть АТС-групп в марте отметилась ростом объемов реализации, исключение составили АТС-группы [R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы, [J] Противомикробные препараты системного использования и [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы, спрос на препараты которых сократился на 6,3%, 16,9% и 13,0% соответственно относительно февраля. Максимальные приросты продаж были зафиксированы в АТС-группах [H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) и [P] Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты – потребление ЛП этих групп увеличилось в марте на 19,3% и 20,3% соответственно.

Как уже отмечалось, продажи ЛП для лечения пищеварительной системы и обмена веществ в марте 2015 г. увеличились на 11,2% относительно предыдущего месяца. При этом заметный прирост объемов аптечной реализации наблюдался по всем ключевым препаратам. Так, аптечные продажи Эссенциале увеличились на 40,9%, Магне на 37,3%, Мильгаммы на 15,8%. Довольно существенный рост спроса позволил бренду Витрум занять весомую долю в группе – продажи ЛП увеличились за месяц на 27,2%.

В марте 2015 г. продажи лекарств для лечения заболеваний респираторной системы (АТС-группа [R]) выросли на 24,6% по отношению к январю 2015 г. Если подробно рассматривать факторы увеличения продаж препаратов группы, то следует отметить заметное «оживление» спроса на Лазолван (+24,0%), АЦЦ (+15,4%), Эреспал (+55,1%) и другие лекарственные бренды.

Объем аптечной реализации ЛП [B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь увеличился за месяц на 11,5%. Причиной тому рост потребительского интереса к таким лекарствам группы, как Актовегин (продажи по отношению к февралю выросли на 27,6%), Ксарелто (26,6%), Плавикс (+16,7%) и т.д.

Отдельно стоит уделить внимание АТС-группам, продажи которых сокращались в марте 2015 г. Это в первую очередь группы лекарств, имеющих противопростудную направленность. Заметное улучшение ситуации с заболеваемостью гриппом и ОРВИ привело к снижению спроса на соответствующие препараты.

На 6,3% снизились в марте 2015 г. продажи в АТС-группе [R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы. Этому способствовал спад продаж таких препаратов, как АЦЦ (-31,2% к уровню продаж февраля), Эреспал (-14,6%) и др.

Катализаторами уменьшения объемов аптечной реализации АТС-группы [J] Противомикробные препараты системного использования (объем продаж группы в

целом сократился за месяц на 16,9%) выступили Кагоцел (-34,3% к уровню продаж февраля), Ингавирин (-38,8%), Арбидол (-45,6%) и др.

Еще одна АТС-группа, отметившаяся снижением продаж – [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы. Сокращение продаж ЛП группы за месяц составило -13,0%. При этом спрос на ключевые лекарственные бренды группы уменьшился следующим образом: Виферон (-18,2% к уровню продаж февраля), Анаферон (-36,3%), Циклоферон (-25,2%) и т.д.

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 2014 и 2015 года.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в марте 2014-2015 гг. представлено в таблице 2.

Таблица 2

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в марте 2014-2015 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Март 2014	Март 2015	Изменение доли	Март 2014	Март 2015	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,65%	19,46%	-0,18%	17,51%	16,93%	-0,57%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,77%	13,20%	-0,57%	15,97%	15,68%	-0,29%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	11,82%	11,85%	0,02%	10,26%	10,57%	0,31%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,54%	11,81%	0,27%	17,48%	17,25%	-0,23%
J Противомикробные препараты системного использования	9,34%	8,81%	-0,53%	7,41%	7,70%	0,28%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	7,75%	7,55%	-0,20%	6,60%	6,74%	0,14%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,38%	7,10%	0,73%	1,74%	1,94%	0,20%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,79%	5,88%	0,09%	9,51%	9,90%	0,39%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	3,53%	3,92%	0,38%	2,97%	2,81%	-0,16%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,19%	3,47%	0,28%	5,28%	5,29%	0,01%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,54%	3,23%	-0,31%	1,60%	1,45%	-0,15%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,43%	2,41%	-0,03%	2,29%	2,29%	-0,01%
V Прочие препараты	0,54%	0,54%	0,00%	0,59%	0,58%	0,00%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,47%	0,51%	0,04%	0,39%	0,46%	0,08%

Р Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,25%	0,27%	0,02%	0,41%	0,41%	0,01%
---	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

В марте 2015 г. продажи лекарств всех АТС-групп без исключения увеличились по сравнению с мартом 2014 г.

Максимальные приросты продаж продемонстрировали АТС-группы [G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны и [B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь, объем продаж препаратов которых в марте 2014 г. увеличился относительно аналогичного периода прошлого года на 41,0% и 40,3% соответственно.

При этом рост спроса на Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны в марте 2015 г. по сравнению с мартом 2014 г. был обусловлен увеличением объемов реализации таких препаратов, как Дюфастон (+46,3% у уровню продаж марта 2014 г.), Джесс (+53,4%), Сиалис (+41,2%) и др. Катализаторами роста в АТС-группе [B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь выступили Кадиомагнил, Прадакса и Ксарелто. Продажи первых двух брендов выросли относительно марта 2014 г. более чем на 50%, а объем аптечной реализации Ксарелто увеличился более чем в два раза.

3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В марте 2015 г. на аптечном рынке России присутствовало 1005 фирм-производителей лекарственных препаратов.

ТОП-10 корпораций-производителей по объему продаж представлен в *таблице 3*.

Таблица 3

ТОП-10 корпораций-производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в феврале - марте 2015 г.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Февраль 2015 г.	Март 2015 г.		Февраль 2015 г.	Март 2015 г.	Февраль 2015 г.	Март 2015 г.
1	1	NOVARTIS	6,76%	6,69%	3,88%	3,89%
2	2	SANOFI-AVENTIS	4,59%	5,19%	2,04%	2,26%
3	3	BAYER	4,20%	4,47%	1,36%	1,44%
6	4	TAKEDA	3,10%	3,37%	1,94%	2,11%
5	5	SERVIER	3,19%	3,29%	1,37%	1,45%
4	6	ОТИСИФАРМ ОАО	3,51%	3,08%	3,06%	2,81%
7	7	TEVA	3,05%	3,02%	2,31%	2,35%
8	8	BERLIN-CHEMIE	2,72%	2,68%	1,78%	1,79%
9	9	GEDEON RICHTER	2,21%	2,53%	1,36%	1,56%
12	10	ABBOTT	2,19%	2,46%	0,64%	0,75%
Общая доля ТОП-10			35,52%	36,79%	19,74%	20,42%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

Состав Top-10 компаний-производителей, лидирующих по объемам продаж на коммерческом рынке ЛП, в марте 2015 г. по сравнению с февралем изменился не существенно – покинула рейтинг компания STADA, а с 12-го на 10-е место поднялась компания АББОТТ, чему способствовал рост продаж препаратов производителя на 16,9%. Расположение компаний-участниц в первой тройке рейтинга осталось неизменным. Ухудшение позиции продемонстрировала компания ОТИСИФАРМ, опустившаяся с 4-го на 6- место, заметим, что эта отечественная компания – единственный участник Top-10 корпораций-производителей, у которого в марте наблюдалось сокращение продаж (на 8,8%).

Компания NOVARTIS в первом месяце весны 2015 г. сохранила лидирующую позицию. Продажи лекарств компании совокупно выросли за месяц на 2,7%, это немногим меньше роста

рынка в целом (3,8%). Доля коммерческого рынка ЛП, контролируемая компанией, составила в марте 2015 г. 6,69%, что на 0,07% меньше чем в феврале. Наиболее «растущими» из ключевых препаратов NOVARTIS в марте 2014 г. были Экзодерил (+22,8% к уровню продаж февраля), Вольтарен (+28,6%) и Линекс (+6,8%).

Компания SANOFI-AVENTIS отметилась в марте ростом продаж – «+17,5%», что позволило данному участнику рейтинга производителей укрепиться на 2-м месте (прирост доли составил 0,6%). Подобная ситуация была обусловлена увеличением уровня спроса на такие лекарственные бренды компании, как Эссенциале и Магне – на 40,9% и 37,3% соответственно. Кроме того, на 7,9% и 4,7% соответственно выросли аптечные продажи Лозапа и Но-шпы.

Также заметный рост продаж было зафиксирован у новичка рейтинга компании GEDEON RICHTER (+18,7%). При этом по ряду ключевых препаратов производителя было отмечено увеличение продаж более чем на 20% (объем продаж Мидокалма вырос за на 29,2%, а спрос на Панангин увеличился на 22,9%). Кроме того, почти на 11,7% выросли продажи Диротона.

Компания ABBOTT, вернувшаяся в Top-10 корпораций-производителей коммерческого рынка ЛП, отметилась в марте почти 17%-ным ростом продаж. Этому способствовало увеличение продаж таких лекарственных брендов, как Креон (+28,1% к уровню продаж февраля), Дюфалак (+26,7%) и Бетасерк (+26,5%).

Следует заметить, что почти все компании-участницы рейтинга производителей коммерческого рынка лекарств в первом весеннем месяце 2015 года отметились увеличением продаж. Только у компании ОТИСИФАРМ наблюдалось снижение продаж (на 8,8% относительно февраля). Это связано с тем, что в портфеле компании весома существенную долю занимают «противопростудные» препараты, а спрос на них в марте заметно упал. Так, объемы аптечной реализации Амиксина и Арбидола снизились на 21,8% и 45,6% соответственно.

Изменение ТОП-а производителей в феврале 2015 г. по сравнению с аналогичным периодом 2014 года представлен в *таблице 4*.

Таблица 4

ТОП-10 фирм-производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в марте 2014 - 2015 г.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Март 2014 г.	Март 2015 г.		Март 2014 г.	Март 2015 г.	Март 2014 г.	Март 2015 г.
1	1	NOVARTIS	7,27%	6,69%	3,97%	3,89%
2	2	SANOFI-AVENTIS	5,38%	5,19%	2,40%	2,26%
3	3	BAYER	5,19%	4,47%	1,72%	1,44%
6	4	TAKEDA	3,16%	3,37%	2,13%	2,11%
5	5	SERVIER	3,55%	3,29%	1,39%	1,45%
4	6	ОТИСИФАРМ ОАО	3,63%	3,08%	2,96%	2,81%
7	7	TEVA	3,12%	3,02%	2,16%	2,35%
8	8	BERLIN-CHEMIE	2,68%	2,68%	1,83%	1,79%
10	9	GEDEON RICHTER	2,30%	2,53%	1,49%	1,56%
9	10	ABBOTT GMBH & CO.KG	2,30%	2,46%	0,59%	0,75%
Общая доля ТОП-10			38,59%	36,79%	20,64%	20,42%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10 в марте 2015 года составляет немногим больше трети (36,8%) от стоимостного объема продаж ЛП на всем коммерческом аптечном рынке ЛП, при этом в натуральном выражении это всего 20,4%.

Состав компаний, входящих в Топ-10 лидеров коммерческого рынка ЛП в РФ, не изменился по отношению к марту 2014 г.

Следует также заметить, что по всем компаниям, входящим в Топ-10 производителей коммерческого рынка ЛП, в марте 2015 года были зафиксированы увеличения объемов продаж относительно аналогичного периода предыдущего года. Максимальные приросты отмечались у компаний TAKEDA (+35,0% к уровню продаж марта 2014 г.), GEDEON RICHTER (+39,3%) и ABBOTT (+35,4%).

4. Препараты – лидеры продаж

ТОП-20 брендов ЛП по объему аптечных продаж в России за март 2015 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 лекарственных брендов ЛП по стоимостному объему продаж в России в марте 2015 г.

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %	
Февраль 2015 г.	Март 2015 г.		Февраль 2015 г.	Март 2015 г.
4	1	ЭССЕНЦИАЛЕ	0,81%	1,09%
1	2	КАГОЦЕЛ	1,58%	1,00%
7	3	АКТОВЕГИН	0,68%	0,83%
8	4	КОНКОР	0,66%	0,73%
6	5	НУРОФЕН	0,75%	0,68%
2	6	ИНГАВИРИН	1,11%	0,65%
19	7	АЛФЛУТОП	0,47%	0,62%
5	8	ТЕРАФЛЮ	0,75%	0,60%
11	9	КАРДИОМАГНИЛ	0,56%	0,58%
24	10	МЕКСИДОЛ	0,46%	0,53%
26	11	ЭКЗОДЕРИЛ	0,44%	0,52%
14	12	ЛАЗОЛВАН	0,52%	0,51%
33	13	МАГНЕ	0,39%	0,51%
20	14	ТИЗИН	0,47%	0,51%
28	15	ПЕНТАЛГИН	0,43%	0,50%
21	16	ЛИНЕКС	0,47%	0,48%
23	17	ЛОЗАП	0,46%	0,48%
25	18	НАЙЗ	0,45%	0,48%
29	19	МИЛЬГАММА	0,42%	0,47%
16	20	АМОКСИКЛАВ	0,49%	0,46%
Общая доля ТОП-20			12,36%	12,24%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

Общая доля препаратов ТОП-20 составляет 12,24% от всего коммерческого аптечного рынка ЛП, что чуть меньше, чем в феврале.

Состав рейтинга в марте 2015 г. изменился по сравнению с февралем – рейтинг покинули 8 брендов (АРБИДОЛ, АЦЦ, ЭРГОФЕРОН, ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ, АМИКСИН,

АНАФЕРОН, ВИФЕРОН и МИРАМИСТИН). «Новичками» стали МЕКСИДОЛ, ЭКЗОДЕРИЛ, МАГНЕ, ПЕНТАЛГИН, ЛИНЕКС, ЛОЗАП, НАЙЗ и МИЛЬГАММА.

В марте 2015 г. поменялся лидер в ТОП-20 лекарственных брендов коммерческого рынка, им вновь стал ЭССЕНЦИАЛЕ, объем аптечной реализации которого вырос за месяц более чем на 40%. Прежний лидер КАГОЦЕЛ опустился на 2-е место, снижение его продаж было довольно существенным (-34,3%) относительно предыдущего месяца. Продажи АКТОВЕГИНА, занимающего третье место, в марте 2015 года увеличились на 27,4% по сравнению с февралем, что способствовало росту рыночной доли бренда на 0,2%.

В целом для мартовского рейтинга брендов характерна потеря позиций «противопростудных» лекарств, что вполне объяснимо факторами сезонности. Помимо КАГОЦЕЛА, из оставшихся в рейтинге препаратов для лечения симптомов гриппа и ОРВИ, снижение продаж было зафиксировано у НУРОФЕНА (-6,2%), ИНГАВИРИНА (-38,8%) и ТЕРАФЛЮ (-17,4%).

Заметим, что львиная доля лекарственных брендов в феврале 2015 г. отметилась увеличением продаж.

Максимальные среди препаратов Топ-20 брендов коммерческого рынка лекарств приросты продаж, помимо упомянутых ЭССЕНЦИАЛЕ и АКТОВЕГИНА наблюдались у лекарственных препаратов АЛФЛУТОП (+36,5%), МЕКСИДОЛ (+22,2%), ЭКЗОДЕРИЛ (+22,8%), МАГНЕ (+37,3%), ПЕНТАЛГИН (+20,9%) и др.

5. Индекс цен

Для того чтобы проанализировать динамику изменения цен на ЛС с начала 2014 года, был использован **Индекс Ласпейреса**.

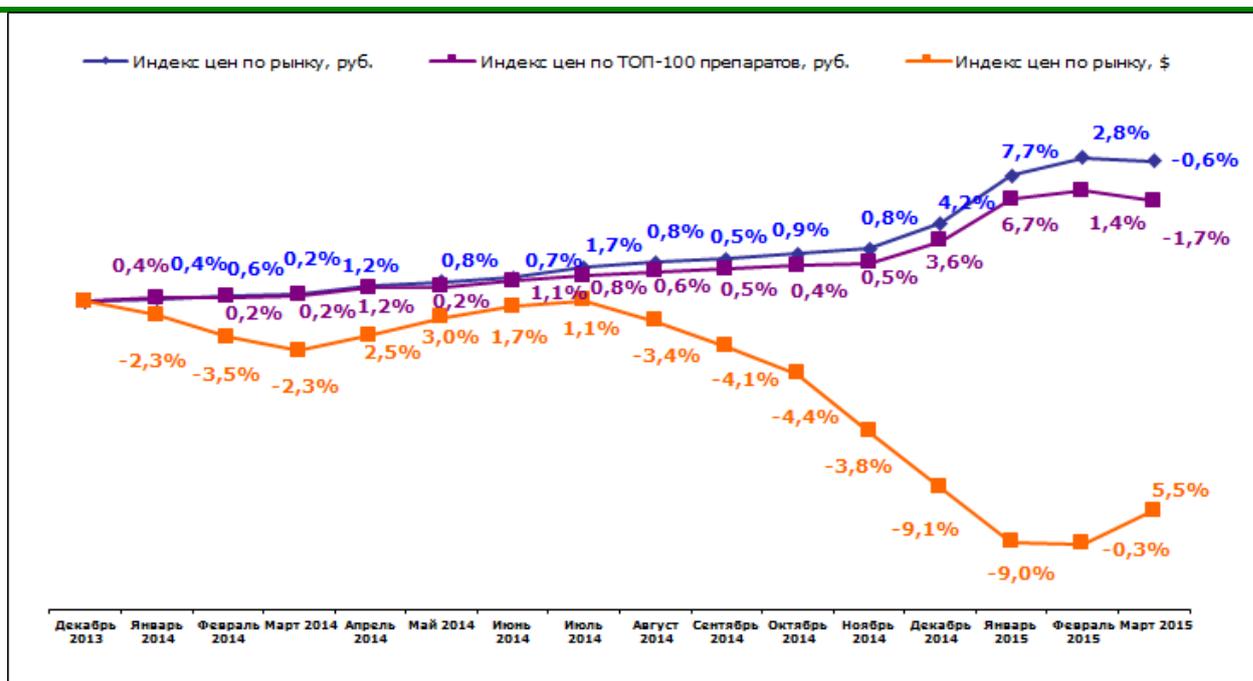
Индекс цен Ласпейреса представляет собой соотношение средневзвешенных цен отчетного и базисного периодов, в качестве весов для которых используются натуральные объемы базовой корзины потребления ЛС. В качестве корзины потребления было выбрано соотношения продаж препаратов в 2013 году. Благодаря применению этого подхода нивелируются сезонные влияния на потребление, и в результате получается ряд изменения цен в 2014-2015 году по отношению к 2013 году.

За основу при расчете индекса цен был взят список **всех полных наименований всех производителей из базы данных DSM Group за 2013 г.** В качестве базисного периода был взят декабрь 2013 г.

На *графике 5* отражена динамика цен на ЛП по индексу Ласпейреса за период с декабря 2013 г. по март 2015 г.

График 5

Изменение цен ЛП на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2013 г. – март 2015 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008

Согласно индексу Ласпейреса, цены на лекарства в марте 2015 г. по сравнению с февралем в рублях сократилась на 0,6%. В целом же с начала 2014 года общая инфляция цен на ЛП в России составила 22,7%.

В марте 2015 г. на 1,15% снизились цены на лекарства из списка ЖНВЛП. В результате с начала 2014 года общая инфляция цен на препараты ЖНВЛС составила 10,18%.

В первом месяце весны 2015 года цены на препараты, не относящиеся к ЖНВЛП уменьшились на 0,25% относительно предыдущего месяца. Всего с начала 2014 года инфляция цен на не-ЖНВЛП составила 29,05%.

Если сравнивать рост цен в марте 2015 г. на лекарства отечественного и импортного производства, то следует заметить, что цены на отечественные ЛП увеличились на 0,4%, а на импортные – сократились на 0,85%.

Индекс цен, выраженный в американской валюте, в марте 2015 г. вырос на 5,46%, что было обусловлено небольшим снижением валютного курса по отношению к российскому рублю. В период с декабря 2013 г. цены в долларах США на коммерческом рынке ЛП уменьшились в среднем на 33,9%.

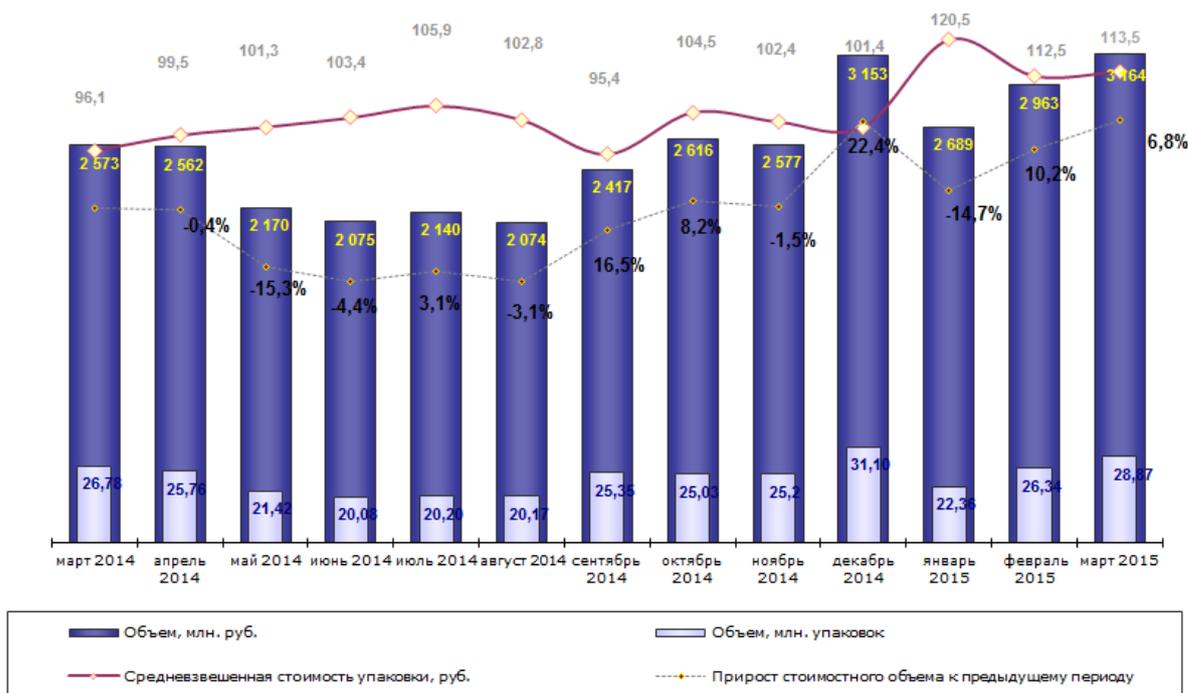
6. Биологически активные добавки

В марте 2015 года в аптечных учреждениях России продавалось 3 842 торговых наименования БАД, которые представляют 985 производителей.

На *графике 6* представлена динамика объема коммерческого рынка БАД России с марта 2014 г. по март 2015 г.

График 6

Коммерческий рынок БАД России в марте 2014 г. – феврале 2015 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

В марте 2015 г. емкость российского рынка БАД увеличилась в стоимостном выражении по сравнению с февралем на 6,8% и составила 3,2 млрд. руб. В натуральных единицах измерения рынок также вырос на 9,6% и составил 28,9 млн. упак.

В марте 2015 г. средняя цена упаковки БАД была равна 113,5 руб. Это на 0,9% выше цены февраля, и на 18,1% дороже, чем в марте 2014 г.

За три месяце 2015 г. коммерческий рынок БАД увеличился в рублях 14,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в упаковках рынок за этот же период вырос на 2,5%.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объемом аптечных продаж в России в марте 2015 г.

Таблица 6

ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж

(в стоимостном выражении) в России в феврале - марте 2015 г.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб, %		Доля в натуральном объеме продаж, уп., %	
Февраль 2015 г.	Март 2015 г.		Февраль	Март	Февраль	Март
			2015 г.	2015 г.	2015 г.	2015 г.
1	1	ЭВАЛАР ЗАО	13,97%	15,35%	11,34%	12,60%
2	2	РИА ПАНДА	9,10%	8,99%	1,98%	1,90%
3	3	PHARMA-MED INC	6,22%	5,84%	1,51%	1,31%
5	4	SOLGAR VITAMIN AND HERB	3,22%	3,60%	0,32%	0,32%
4	5	RECORDATI S.P.A.	3,64%	3,59%	1,65%	1,64%
7	6	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	2,84%	3,22%	0,97%	1,07%
6	7	POLENS (M) SDN BHD	2,88%	2,75%	0,28%	0,27%
8	8	BAYER	2,46%	2,22%	0,79%	0,72%
10	9	MERK SELBSTMEDIKATION	1,98%	2,18%	0,35%	0,37%
11	10	FERROSAN AG	1,96%	2,06%	0,51%	0,53%
Итого:			48,28%	49,82%	19,70%	20,74%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

В марте 2015 г. состав рейтинга производителей на аптечном рынке БАД немного изменился по сравнению с февралем – покинула Топ-10 компания ОТИСИФАРМ, а «новичком» стал FERROSAN. Положение производителей в первой тройке рейтинга осталось неизменным, при этом при этом рост продаж наблюдался у всех трех компаний – спрос БАД лидера коммерческого рынка - компании ЭВАЛАР, в марте

увеличился на 17,4%, а объемы реализации РИА ПАНДА и PHARMA-MED вырос на 5,5% и 0,4% соответственно. Объем аптечных продаж PHARMA-MED INC, занимающего 3-ю строчку, в третьем зимнем месяце вырос на 10,9%. Самые существенные увеличения продаж среди компаний-участников ТОП-10 фирм-производителей БАД в марте 2015 г. был зафиксировано у компаний QUEISSER PHARMA и SOLGAR – оно составил 20,9% и 19,2% соответственно.

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

Таблица 7

ТОП-20 торговых наименований БАД по объему аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в феврале - марте 2015 г.

Рейтинг		Торговое наименование	Производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб., %	
Февраль 2015 г.	Март 2015 г.			Февраль 2015 г.	Март 2015 г.
1	1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	4,37%	3,88%
2	2	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	2,83%	3,05%
3	3	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	2,56%	2,82%
4	4	ТОНКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ	POLENS (M) SDN BHD	1,92%	1,81%
8	5	ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	1,28%	1,44%
10	6	ФЕМИБИОН НАТАЛКЕР II	MERK SELBSTMEDIKATION	1,18%	1,30%
5	7	ВИТАМИШКИ IMMUNO+	PHARMA-MED INC	1,68%	1,26%
7	8	НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	1,31%	1,20%
9	9	СУПРАДИН КИДС ЮНИОР	BAYER	1,25%	1,13%
12	10	ИНДИНОЛ	ИЛЬМИКСГРУПП ЗАО	0,99%	1,00%
25	11	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС ООО	0,64%	0,93%
11	12	ЦИТРОСЕПТ ГРЕЙПФРУТ	CINTAMANI INTERNATIONAL	1,02%	0,92%
21	13	ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР"	ЭВАЛАР ЗАО	0,73%	0,91%
17	14	ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	LEK D.D.	0,76%	0,89%
14	15	ЛОВЕЛАС	POLENS (M) SDN BHD	0,91%	0,89%
18	16	ФЕМИБИОН НАТАЛКЕР I	MERK SELBSTMEDIKATION	0,76%	0,83%
15	17	ПУСТЫРНИК ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	0,84%	0,83%
36	18	РЕДУКСИН ЛАЙТ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА	ПОЛЯРИС ООО	0,51%	0,75%
22	19	ГЕПАТРИН	ЭВАЛАР ЗАО	0,69%	0,75%
24	20	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	0,66%	0,69%
Итого:				26,85%	27,28%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008

Перечень торговых наименований БАД, вошедших по итогам марта 2015 г. в Топ-20, изменился несущественно по сравнению с февралем. Покинули рейтинг БАД МАКСИЛАК, КОМПЛИВИТ СИЯНИЕ, ВИТАМИШКИ MULTI+, ФИТОМУЦИЛ НОРМ и БАКТИСТАТИН, «новичками» стали РЕДУКСИН ЛАЙТ, ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР", РЕДУКСИН ЛАЙТ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА, ГЕПАТРИН и ОВЕСОЛ.

Состав и расположение марок в первой пятерке торговых наименований БАД в марте немного изменился по сравнению с февралем – на 5-е место поднялся БАД ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3, чему способствовал рост продаж на 20,8%, а ВИТАМИШКИ IMMUNO+ напротив опустились на 8-ю строчку рейтинга в виду снижения продаж на 19,7%. Рыночная доля лидера рейтинга БАД торгового наименования СЕАЛЕКС ФОРТЕ уменьшилась относительно февраля 2015 г. почти на 0,5%, в виду того, продажи этого БАД сократились на 5,1% в то время как рынок в целом вырос на 6,8%. Что касается других участников первой пятерки рейтинга, то продажи АЛИ КАПС увеличились на 15,1%, ФИТОЛАКСА на 17,6%, а ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ на 0,8%.

Заметим, что продажи большинства БАД, вошедших по итогам марта 2015 г. в Топ-20 торговых наименований, выросли относительно февраля.

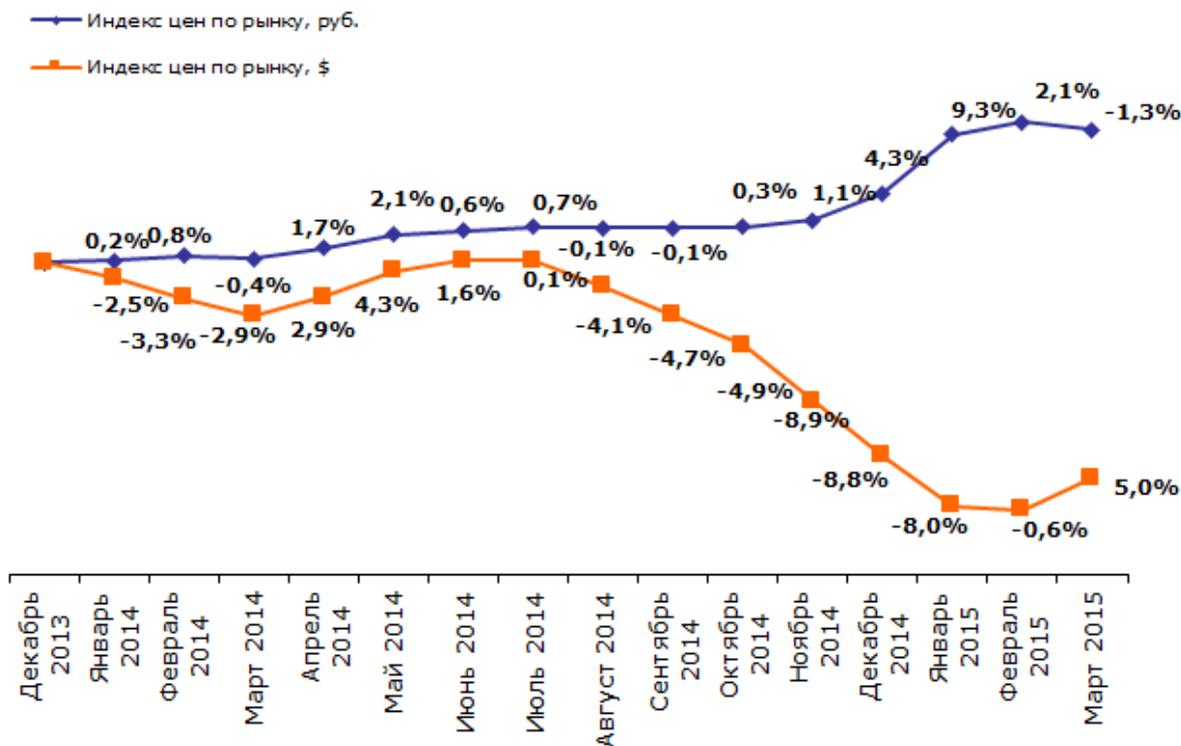
Значительный рост спроса был зафиксирован на БАД следующих наименований: РЕДУКСИН ЛАЙТ (+54,5% к уровню продаж февраля), ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР" (+34,1%), ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ (+25,6%), РЕДУКСИН ЛАЙТ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА (+58,8%) и др.

Представленность компании Эвалар в рейтинге в марте 2015 г. была максимальной – пять брендов в Топ-20 принадлежат этому производителю.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса.

График 7

Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2013 г. – март 2015 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

Согласно индексу Ласпейреса, в марте 2015 года по сравнению с февралем цены на БАД в рублях сократились на 1,3%. В долларах США, цены выросли на 5,0%.

С начала 2014 года биологически активные добавки в среднем подорожали на 21,3% в рублях, и подешевели на 34,7% долларах США.

II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящен событиям, произошедшим на фармрынке в апреле 2015 г. Во втором весеннем месяце новостей на фармрынке было не так много.

Например, стало известно, что в комитет Госдумы по экономической политике поступили поправки в законопроект о медкластерах. Они предполагают разрешение на организацию медицинских кластеров во всех регионах РФ, кроме того, предлагается разрешить размещаться в этих зонах только иностранным компаниям из государств, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

То, как это нововведение, в случае его принятия, скажется на развитии отечественного фармрынка покажет время, а пока представляем новости, актуальные на апрель 2015 г.

1. Новости производителей

1. РИА «Панда» запустила производство в Ленинградской области

В Гатчине состоялось открытие нового фармацевтического производства – ООО «Завод им. академика В.П. Филатова». Инвестором строительства выступила фармацевтическая компания РИА «Панда».

Планируется, что завод будет ориентирован на выпуск импортозамещающей продукции.

Строительство завода РИА «Панда» в Ленинградской области было одобрено в 2004 году, однако запуск производства состоялся спустя 11 лет. ООО «Завод им. академика В.П. Филатова» занимает территорию в четыре гектара в Гатчинском районе Ленинградской области. Инвестиционный проект предполагает строительство двух очередей завода. Первая очередь – участок по выпуску твердых форм (таблетки, капсулы) мощностью 960 млн штук – находится на этапе лицензирования. В перспективе компании запуск второй очереди предприятия – участка мазевых форм выпуска (кремы, гели, мази для медицинского применения).

Источник: vademec.ru

2. ФМБА передаст «Ростеху» недостроенный завод по переработке препаратов крови

По данным ФМБА (Федерального медико-биологического агентства), решение о строительстве завода «Росплазма» в Кирове было принято российским Советом безопасности еще в 2001 году. Непосредственно строительство было начато в 2006 году, но в 2009 году прекращено в силу судебных разбирательств между сторонами строительного контракта из-за потери финансовых ресурсов, направленных на объект.

В 2010 году завод был передан ФМБА. В 2014 году, находясь с визитом в Кирове, министр здравоохранения заявила, что завод будет достроен.

Ожидается, что завод мощностью 600 тонн плазмы в год будет единственным в России и самым мощным в Европе. По оценке главы ФМБА, технологические сроки пуска такого завода – не менее трех лет.

Источник: medvestnik.ru

3. Novo Nordisk запускает в Калуге завод по производству инсулина

Компания Novo Nordisk объявила об открытии в Калуге завода по выпуску препаратов инсулина. Завод разместился в технопарке Грабцево и соответствует принятой Надлежащей производственной практике (GMP).

Производство будет включать изготовление раствора инсулина, заполнение, упаковку картриджей и шприц-ручек для введения инсулина. Строительство нового завода позволило создать более 150 новых рабочих мест.

Источник: remedium

2. Новости законодательства

1. Минздрав подготовил приказ об утверждении правил рационального выбора наименований ЛС

Министерство здравоохранения представило на общественное обсуждение правила рационального выбора наименований лекарственных препаратов для медицинского применения. Документ размещен на едином портале раскрытия информации.

Как отмечается в проекте приказа, новые правила содержат основные принципы, позволяющие определить приемлемость предложенного варианта наименования ЛС. В Минздраве подчеркивают, что данные принципы разрабатывались с учетом международных требований.

Согласно новым принципам не допускается государственная регистрация под одним торговым наименованием двух лекарственных препаратов, отличающихся качественным составом. Также запрещена регистрация одного ЛС, выпускаемого

производителем под различными торговыми наименованиями и представленного на государственную регистрацию в виде двух и более лекарственных препаратов.

Контроль за исполнением приказа о внедрении правил рационального выбора наименований ЛС возложен на первого заместителя министра здравоохранения.

Источник: [remedium](#)

2. Минздрав готов разрешить отпуск поштучных лекарств

Министерство здравоохранения разработало поправки к приказу «О порядке отпуска лекарственных средств», разрешающие нарушать потребительскую упаковку ЛС при розничном отпуске безрецептурных препаратов.

В случае принятия разработанных поправок сотрудник аптеки получит право открыть пачку и продать несколько блистеров или ампул. В этом случае покупателю будет предоставляться инструкция по применению отпускаемого лекарства или ее копия.

О том, что Минздрав рассматривает возможность разрешить аптекам отпускать лекарственные препараты не целыми упаковками, а в расчете на курс лечения, стало известно еще в середине марта этого года.

В настоящее время нарушить вторичную заводскую упаковку аптека может только в исключительных случаях. Например, если у покупателя есть рецепт врача, в котором указано необходимого препарата, а в аптеке, имеется только укрупненная упаковка.

Источник: [remedium](#)

DSM Group

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

Маркетинговое агентство DSM Group создано в 1999 году. Два ключевых направления деятельности фирмы – маркетинговые исследования фармацевтического рынка России и рекламная поддержка компаний этой отрасли.

Штат компании насчитывает около 60 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 9001:2008)
- ❖ Госпитальный аудит
- ❖ База данных по ДЛО
- ❖ База данных по импорту ЛП и субстанций в РФ
- ❖ Многофакторный анализ конкурентной среды
- ❖ Мониторинг и анализ продаж препарата
- ❖ через дистрибьюторскую сеть
- ❖ Ежемесячный анализ емкости рынка, тенденции и прогнозы
- ❖ Ad-hoc исследования
- ❖ Специализированные фармацевтические СМИ – оценка работников аптек

РЕКЛАМА

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

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

Мы будем рады видеть Вас в гостях по адресу:

Москва, 5-ая ул. Ямского поля, д.7, стр.2

Телефон: (495) 780-72-63

780-72-64

Факс: (495) 780-72-65

<http://www.dsm.ru>