

Фармацевтический рынок РОССИИ

## Выпуск: февраль 2014

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – февраль 2014
- события фармацевтического рынка – март 2014



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, 2014 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Резюме</i>	3
<b>I. Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2014 года</b>	<b>5</b>
1. Объем коммерческого рынка ГЛС России	5
2. Структура коммерческого рынка ГЛС России	7
2.1. Структура потребления ГЛС 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
<b>II. События фармацевтического рынка</b>	<b>27</b>

### 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 февраль 2014

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](http://www.dsm.ru)

© DSM Group, 1999-2011. Все права сохраняются.

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

## РЕЗЮМЕ

**Объем коммерческого рынка ГЛС в ценах закупки аптек** в феврале 2014 г. увеличился на 1,0% по сравнению с январем и составил 40,4 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за третий зимний месяц 2014 г. **коммерческий рынок лекарств в натуральном** выражении был равен 353,6 млн. упак., что на 2,4% меньше, чем за аналогичный период 2013 года. **Средняя стоимость упаковки** лекарственного препарата на коммерческом рынке России в феврале 2014 г. по сравнению с январем увеличилась на 0,7% и составила 114,3 руб.

Согласно **индексу Ласпейреса**, в течение февраля 2014 года **цены в рублях выросли на 0,8%**. В долларовом выражении индекс цен снизился на 3,3%. Всего же с начала 2013 года инфляция цен на лекарства в аптеках страны составила +4,6% в рублевом выражении и -7,6% в долларах США.

**Структура коммерческого рынка ГЛС в феврале 2014 г. по ценовым секторам** кардинально не изменилась по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. Продолжилось сокращение доли лекарств с ценовым диапазоном 50-150 руб./упак. (с 22,5% в феврале 2013 г. до 20,4% в феврале 2014 г.), на 0,6% увеличился удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (с 47,4% до 48,0%), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) ослабили свои позиции, уменьшив долю лекарств с 8,2% до 7,0%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку занимали по итогам третьего месяца зимы 2014 г. долю 24,6% коммерческого рынка, что на 2,7% больше, чем в феврале 2013 г.

По итогам февраля 2014 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 занимают лишь 26%. В феврале 2013 г. удельный вес российских препаратов в натуральных единицах составлял 58%, а доля в стоимостном объеме была равна 27%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам февраля 2014 года в равной степени представлен нерецептурными и рецептурными препаратами.

Рейтинг компаний по стоимостному объему продаж в феврале 2014 г. возглавила компания NOVARTIS, на втором месте SANOFI-AVENTIS, на третьем месте – ФАРМСТАНДАРТ.

**ТОП брендов ЛС** по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам февраля 2014 г. возглавил препарат ЭССЕНЦИАЛЕ (1,05% от совокупных аптечных продаж); на втором месте КАГОЦЕЛ (1,02%) и третьем месте АРБИДОЛ (0,9%).

**Объем российского аптечного рынка БАД** в стоимостном выражении в феврале 2014 г. увеличился на 1,0% относительно января и составил 2,43 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД в третьем зимнем месяце 2014

г. вырос на 2,1% по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. и составил 26,65 млн. упаковок. **Средневзвешенная цена упаковки БАД** в феврале 2014 г. по сравнению с январем уменьшилась на 5,1% и составила 91,06 руб.

## I. Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2014 г.

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

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

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

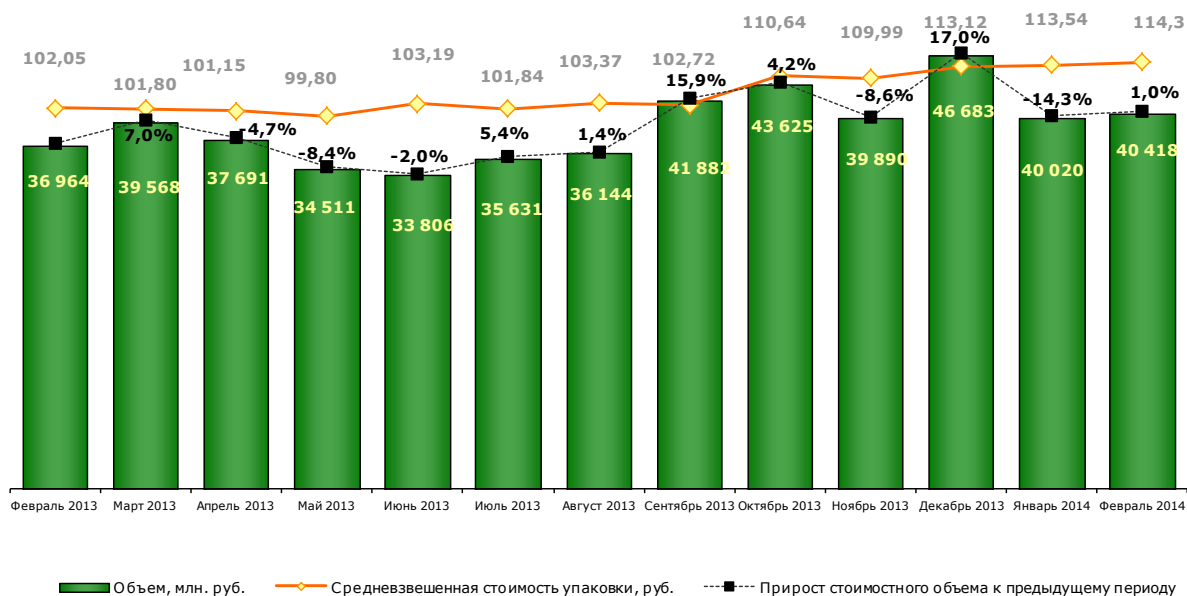
Далее рассматриваются продажи ГЛС на коммерческом сегменте фармрынка.

### 1. Объем коммерческого рынка ГЛС России

На *Графике 1* представлена динамика объема коммерческого рынка ГЛС России с февраля 2013 г. по февраль 2014 г.

График 1

Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2013 г. – феврале 2014 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 ГЛС в феврале 2014 г. составил 40,4 млрд. руб. (с НДС)**. По сравнению с январем емкость рынка увеличилась на 1,0%, что было заметно ниже ожидаемых значений в виду того, что эпидемия простудных заболеваний так и не была зафиксирована в последнем зимнем месяце. Стоит отметить, что в прошлом году в феврале более заметное увеличение спроса на лекарства (на 5,7% по сравнению с январем 2013 г.), это свидетельствует о том, что зима текущего года прошла под эгидой ожидания так и не наступившего роста заболеваемости респираторными заболеваниями.

**Рост коммерческого рынка лекарств за два месяца 2014 г. относительно аналогичного периода 2013 г. составил 11,8%.**

**В натуральных единицах измерения емкость рынка в феврале текущего года составила 353,6 млн. упак.**, что 0,3% больше, чем в январе, и на 2,4% меньше, чем в феврале 2013 г.

**Средняя стоимость упаковки ГЛС в феврале 2014 г. выросла по сравнению с январем на 0,7% и составила 114,3 руб.** Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств во втором месяце 2014 года с февралем 2013 года, то следует отметить рост цены на 12,0%.

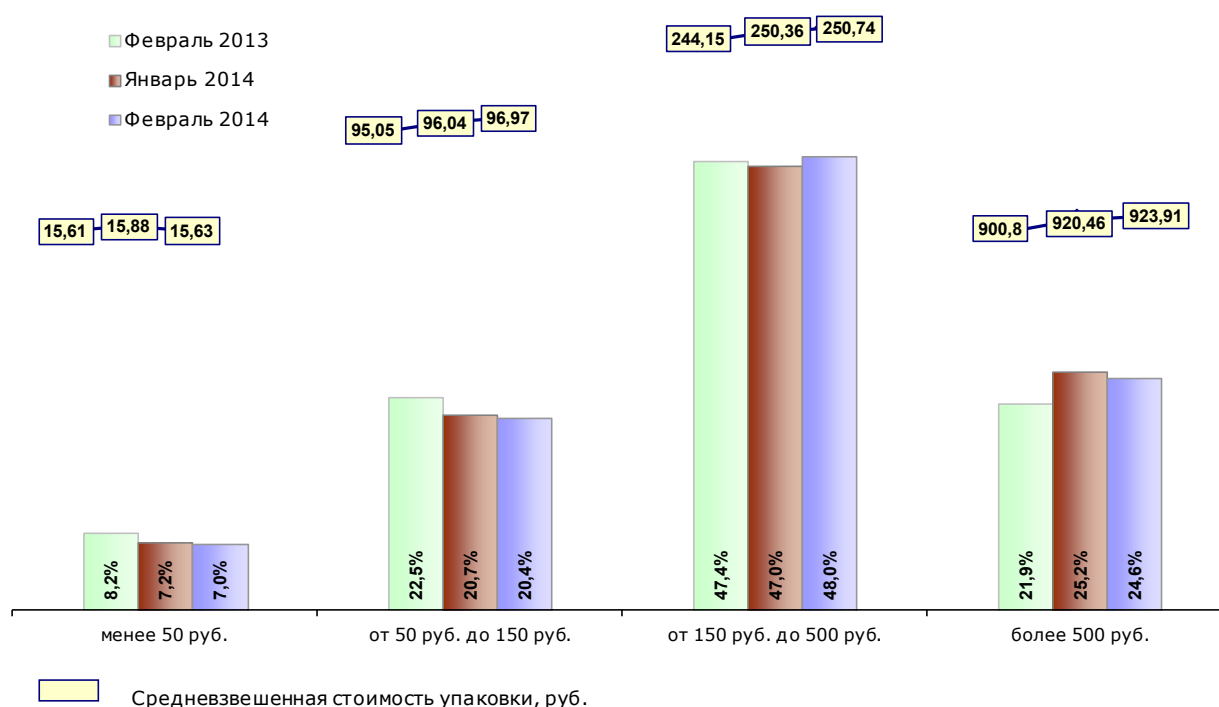
## 2. Структура коммерческого рынка России

### 2.1. Структура потребления ГЛС из разных ценовых категорий

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

График 2

#### Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке ГЛС России в феврале 2014 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 ГЛС в феврале 2014 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась относительно января, изменения же относительно февраля 2013 г. более очевидны. 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 за год сократилась на 3,3%.

Существеннее всего (на 2,1%) относительно февраля 2013 г., уменьшилась доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. (за месяц также было отмечено небольшое падение доли на 0,3%).

Отметилась увеличением удельного веса группа лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. (с 47,4% в феврале 2013 г. до 48,0% в феврале 2014 г.) Этот сегмент является наиболее емким в стоимостном выражении. За месяц доля рассматриваемого ценового сектора выросла на 1,0%, что сопровождалось небольшим (на 0,15%) ростом средней цены упаковки лекарств (в итоге средняя стоимость составила 250,74 руб./упак.).

Доля дорогостоящих препаратов в феврале 2014 г. составила 24,6%, что на 0,4% меньше удельного веса группы в предыдущем месяце. Следует отметить, что в феврале 2014 г. продажи лекарств со средней ценой упаковки от 500 руб. сократились относительно предыдущего месяца на 1,3%, что на фоне общего роста рынка привело к снижению доли. При этом средняя стоимость упаковки лекарств «верхнего» ценового сегмента за месяц увеличилась на 0,4% и составила 923,9 руб./упак.

Доля лекарств нижнего ценового сегмента в феврале 2014 г. уменьшилась на 0,2% по сравнению с январем (7,0%). Средняя стоимость упаковки при этом также немного снизилась на 1,6%, составив 15,6 руб./упак.

За месяц сократилось присутствие на коммерческом рынке ГЛС лекарств стоимостью 50-150 руб./упак. (их доля снизилась на 0,3%, составив 20,4%), что совпало с уменьшением продаж на 0,2% в последнем месяце зимы 2014 г. по сравнению с январем. Средняя стоимость упаковки при этом увеличилась на 1,0% и составила почти 97 руб.

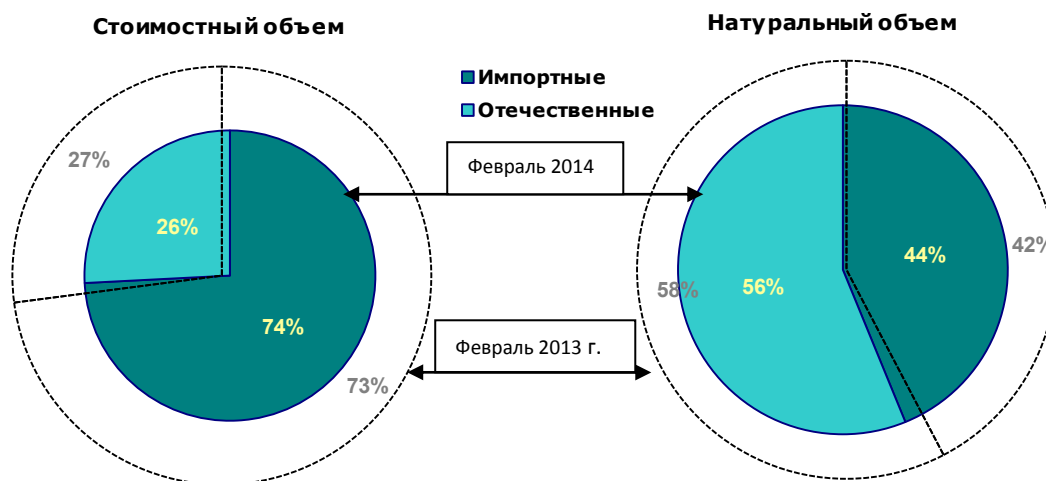
## 2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов

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



График 3

## Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2014 г., %



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

Доля ГЛС российского производства от общего объема коммерческого рынка по итогам февраля 2014 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 февралю 2013 г. структура коммерческого рынка ГЛС относительно происхождения представленных препаратов коренным образом не изменилась. На 1% увеличилось присутствие лекарств зарубежного производства на коммерческом рынке в стоимостном выражении, доля в натуральном объеме потребления ГЛС зарубежного производства также выросла на 2%.

В феврале 2014 года по отношению к февралю 2013 года объем реализованных через аптеки страны упаковок лекарств сократился на 2,4%. Произошло это в первую очередь за счет снижения продаж упаковок лекарств отечественного производства - объем реализованных упаковок российских лекарств уменьшился за год на 5,1%, тогда как объем продаж импортных ГЛС, выраженный в упаковках, увеличился 0,8%.

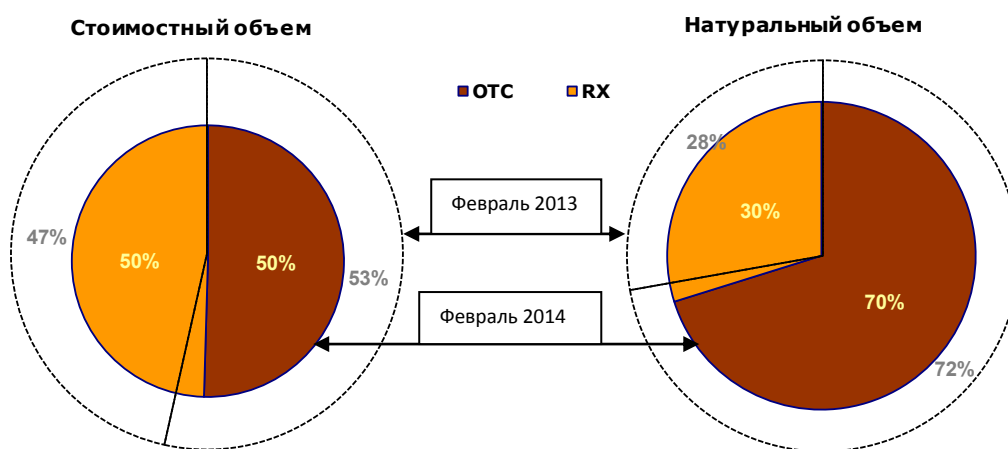
За год чуть сильнее подорожали лекарства зарубежного производства (на 10,0% по сравнению с февралем 2013 г.), средняя стоимость упаковки которых в последнем месяце зимы 2014 г. была равна 193,6 руб. Увеличение цены российских препаратов составило 9,6% (средняя стоимость в феврале 2014 года была равна 52,5 руб./упак).

## 2.3. Соотношение ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

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

График 4

**Соотношение объемов продаж ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2014 г., %**



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

В феврале 2014 г. доли лекарств нерепетурного отпуска и рецептурных препаратов в стоимостном объеме аптечных продаж были равными. В феврале 2013 г. на долю ОТС-препаратов приходилось 53% стоимостного объема коммерческого рынка лекарств, соответственно доля Rx-лекарств была равна 47%.

Продажи безрецептурных лекарств во втором месяце 2014 года увеличились по отношению к аналогичному периоду 2013 г. на 2,9% (+0,6 млрд. руб.). Объем реализованных упаковок напротив сократился на 5,3%. Что же касается средней стоимости упаковки ОТС-препаратов, то она увеличилась за год на 8,7% и составила 82,2 руб.

Прирост продаж рецептурных лекарств в феврале 2014 г. по отношению к февралю 2013 г. составил 16,1% (+2,8 млрд.руб.). При этом объем реализованных упаковок увеличился на 4,5% (4,5 млн. упак.). Средняя цена Rx-препаратов почти в три раза превосходит цену лекарств, продаваемых без рецепта, - в феврале 2014 г. она составила 189,9 руб./упак., увеличившись к февралю 2013 г. на 11,2%.

## 2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в январе-феврале 2014 г. представлено в таблице 1.

Таблица 1

### Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в России в январе - феврале 2014 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Январь 2014	Февраль 2014	Изменение доли	Январь 2014	Февраль 2014	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	20,43%	19,59%	-0,85%	18,92%	18,35%	-0,57%
Р Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	12,53%	13,25%	0,72%	14,57%	15,28%	0,71%
С Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	12,55%	12,14%	-0,41%	10,92%	10,45%	-0,47%
Н Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,94%	11,89%	-0,05%	18,04%	18,09%	0,05%
Ж Противомикробные препараты системного использования	7,35%	8,26%	0,90%	6,24%	6,68%	0,44%
М Препараты для лечения костно-мышечной системы	7,11%	7,13%	0,02%	6,55%	6,40%	-0,15%
Г Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,38%	6,71%	-0,67%	1,92%	1,77%	-0,16%
Д Препараты для лечения заболеваний кожи	5,93%	5,70%	-0,24%	9,03%	8,92%	-0,11%
Л Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,89%	4,44%	0,55%	1,66%	2,01%	0,35%
В Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	3,61%	3,53%	-0,09%	2,99%	2,86%	-0,12%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,30%	3,48%	0,18%	5,27%	5,39%	0,11%
С Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,51%	2,48%	-0,03%	2,34%	2,29%	-0,04%
Н Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,61%	0,63%	0,01%	0,61%	0,62%	0,01%
V Прочие препараты	0,56%	0,53%	-0,03%	0,49%	0,47%	-0,03%
Р Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,30%	0,28%	-0,02%	0,46%	0,44%	-0,02%

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

По итогам февраля 2014 г. максимальная доля (19,6%) в стоимостном объеме коммерческого рынка ГЛС принадлежит препаратам АТС-группа [А] Пищеварительный тракт и обмен веществ. Во втором месяце 2014 года удельный вес этой группы лекарств сократился на 0,85%, чему способствовало сокращение продаж лекарств группы за

месяц (на фоне небольшого роста потребления лекарств в целом это привело к уменьшению доли).

В разрезе подгрупп АТС-группы [А] рост объемов реализации продемонстрировали только категории «Стоматологические препараты» (+5% к уровню продаж января) и «Витамины» (+8%). В остальных подгруппах наблюдался спад спроса, так аптечные продажи «Стимуляторов аппетита» сократились за месяц на 30%, а «Препаратов, способствующих пищеварению» - на 15%.

Заметим, что многие АТС-группы лекарств в феврале 2014 г. отметились уменьшением продаж. Наиболее заметное снижение объемов аптечной реализации было зафиксировано по следующим АТС-группам: [G] Препараты для лечения заболеваний уrogenитальных органов и половые гормоны (-8,2%), [P] Противопаразитные препараты (-7,0%), [V] Прочие препараты (-4,7%).

Продажи ГЛС для лечения пищеварительной системы и обмена веществ в феврале 2014 г. сократились на 3,2% относительно предыдущего месяца. При этом падение объемов аптечной реализации наблюдалось почти по всем ключевым препаратам. Так, аптечные продажи Витрума упали на 5,2%, Мезим Форте на 20,8%, Но-Шпы на 3,7%, Эссенциале на 7,9%. Линекс отметился ростом продаж на 7,9%.

В третьем зимнем месяце продажи лекарств для лечения респираторных заболеваний (АТС-группа [R]) выросли на 6,8% по отношению к январю. Если подробно рассматривать факторы увеличения продаж препаратов группы, то следует отметить рост спроса на Лазолван (+11,1% к уровню продаж января) и Тизин (+3,7%).

Ключевые лекарственные бренды группы [[J] Противомикробные препараты демонстрировали увеличение продаж, что привело к росту удельного веса группы на 0,9%. Так, продажи Кагоцела в феврале 2014 г. увеличились на 37,8% по сравнению с январем, более чем на 17% выросли продажи Ингавирина. В совокупности прирост объемов аптечной реализации противомикробных лекарств вырос за месяц на 13,4%.

В феврале 2014 г. небольшое (на 2,3%) сокращение продаж было зафиксировано в АТС-группе [С] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы. Причиной тому уменьшение спроса на такие «видные» лекарства группы, как Конкор (-5% к уровню продаж января) и Детралекс (-1,3%).

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 2012 и 2013 года.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в феврале 2013-2014 гг. представлено в *таблице 2*.

Таблица 2

## Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в России в феврале 2013-2014 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Февраль 2013	Февраль 2014	Изменение доли	Февраль 2013	Февраль 2014	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,16%	19,59%	1,42%	18,24%	18,35%	0,10%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	14,17%	13,25%	-0,92%	15,60%	15,28%	-0,32%
С Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	10,51%	12,14%	1,63%	9,10%	10,45%	1,35%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	12,00%	11,89%	-0,12%	18,94%	18,09%	-0,85%
J Противомикробные препараты системного использования	10,34%	8,26%	-2,08%	7,93%	6,68%	-1,25%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	6,79%	7,13%	0,34%	6,09%	6,40%	0,31%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,43%	6,71%	0,28%	1,62%	1,77%	0,14%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,03%	5,70%	0,66%	8,05%	8,92%	0,87%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	6,07%	4,44%	-1,63%	2,75%	2,01%	-0,75%
B Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	3,24%	3,53%	0,29%	2,87%	2,86%	-0,01%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,57%	3,48%	-0,09%	5,28%	5,39%	0,10%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,25%	2,48%	0,23%	2,06%	2,29%	0,23%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,63%	0,63%	0,00%	0,64%	0,62%	-0,03%
V Прочие препараты	0,52%	0,53%	0,01%	0,41%	0,47%	0,06%
P Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,28%	0,28%	0,00%	0,40%	0,44%	0,04%

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

В феврале 2014 г. продажи лекарств почти всех АТС-групп увеличились по сравнению с февралем 2013 г. Исключение составили две группы - [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы и [J] Противомикробные препараты системного использования, сокращение продаж лекарств которых составило 20,2% и 13,0% соответственно.

При этом уменьшение спроса на Противоопухолевые лекарства и иммуномодуляторы в феврале 2014 г. по отношению к аналогичному периоду прошлого года было обусловлено падением объемов реализации по ряду ключевых

лекарственных брендов – Виферон (-14,05% к уровню продаж февраля 2013 г.), Анаферон (-34,6%), Арбидол (-41,9%).

Сокращение продаж Противомикробных препаратов в свою очередь было вызвано снижением объемов реализации Кагоцела (на 30,6% по отношению к февралю 2013 г.) и Сумамеда (-22,6%).

## 3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В феврале 2014 г. на аптечном рынке России присутствовало 963 фирмы-производителя лекарственных препаратов.

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

Таблица 3

### ТОП-10 корпораций-производителей ГЛС по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в январе - феврале 2014 г.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.		Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.	Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.
2	1	NOVARTIS	5,61%	5,45%	2,59%	2,47%
1	2	SANOFI-AVENTIS	5,63%	5,43%	2,40%	2,34%
3	3	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	3,93%	4,92%	9,72%	11,06%
4	4	BAYER	3,47%	3,67%	1,11%	1,16%
5	5	TAKEDA	3,41%	3,34%	2,23%	2,15%
6	6	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD	3,11%	3,02%	2,09%	2,06%
10	7	SERVIER	2,58%	2,81%	0,70%	0,76%
7	8	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	2,94%	2,79%	1,96%	1,85%
8	9	ABBOTT GMBH & CO.KG	2,74%	2,51%	0,68%	0,62%
9	10	GEDEON RICHTER	2,65%	2,44%	1,68%	1,55%
<b>Общая доля ТОП-10</b>			<b>36,07%</b>	<b>36,38%</b>	<b>25,15%</b>	<b>26,03%</b>

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

Состав Топ-10 компаний-производителей, лидирующих по объемам продаж на коммерческом рынке ГЛС, в феврале 2014 г. по сравнению с январем остался прежним. Некоторые изменения произошли в «расстановке сил» участников Топ-10 компаний-производителей коммерческого рынка ГЛС. Компания NOVARTIS вернула позицию лидера, чему способствовало менее существенное чем ближайшего преследователя снижение продаж компании за месяц – продажи NOVARTIS уменьшились за месяц почти на 2%, тогда как объем аптечной реализации препаратов компании SANOFI-AVENTIS, занявшей 2-е место, сократился за тот же период на 2,6%.

Как уже отмечалось, SANOFI-AVENTIS в третьем зимнем месяце опустилась на вторую строчку. Доля коммерческого рынка ГЛС, контролируемая лидером, составила в феврале 2014 г. 5,43%. По ряду ключевых лекарственных брендов компании отмечалось

уменьшение спроса – так, сокращение продаж Плавикса составило 18,6%, Но-шпы – 13,2%, а Эссенциале – 7,9%.

Почти по всем компаниям – участникам рейтинга производителей коммерческого рынка лекарств во втором месяце 2014 г. отмечалось сокращение продаж. Рост объемов реализации лекарств на коммерческом рынке наблюдался только у компаний ФАРМСТАНДАРТ, BAYER и SERVIER.

На 26,5% увеличились аптечные продажи ГЛС компании ФАРМСТАНДАРТ. При этом среди ведущих лекарственных брендов корпорации рост продаж был зафиксирован у таких известных брендов, как Арбидол (на 53%), Пенталгин (на 10,6%), кроме того вырос спрос на Афобазол (+9,3%).

В третьем месяце зимы позиция компании SERVIER в рейтинге производителей заметно улучшилась (на три позиции), чему способствовало увеличение продаж лекарств этого производителя на 9,8%. Если рассматривать месячную динамику продаж препаратов компании, то следует отметить рост объемов реализации Эреспала (+25,2%), Биопарокса (+13,3%) и Предуктала (+1,6%).

Изменение ТОП-а производителей в январе 2014 г. по сравнению с аналогичным периодом 2013 года представлен в *таблице 4*.

Таблица 4

## ТОП-10 фирм-производителей ГЛС по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в декабре 2013 г. – январе 2014 г.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Февраль 2013 г.	Февраль 2014 г.		Февраль 2013 г.	Февраль 2014 г.	Февраль 2013 г.	Февраль 2014 г.
1	1	NOVARTIS	5,77%	5,45%	2,55%	2,47%
3	2	SANOFI-AVENTIS	4,70%	5,43%	2,07%	2,34%
2	3	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	5,48%	4,92%	10,47%	11,06%
4	4	BAYER	3,35%	3,67%	1,11%	1,16%
5	5	TAKEDA	3,24%	3,34%	1,92%	2,15%
6	6	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD	3,20%	3,02%	1,91%	2,06%
9	7	SERVIER	2,45%	2,81%	0,65%	0,76%
7	8	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	2,83%	2,79%	1,82%	1,85%
8	9	ABBOTT GMBH & CO.KG	2,46%	2,51%	0,56%	0,62%
10	10	GEDEON RICHTER	2,45%	2,44%	0,65%	1,55%
<b>Общая доля ТОП-10</b>			<b>35,93%</b>	<b>36,38%</b>	<b>23,71%</b>	<b>26,03%</b>



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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10 в феврале 2014 года составляет немного больше трети (36,38%) от стоимостного объема продаж ГЛС на всем коммерческом аптечном рынке ГЛС, при этом в натуральном выражении это всего 26,03%.

Состав компаний, входящих в Top-10 лидеров коммерческого рынка ГЛС в РФ, не изменился по отношению к февралю 2013 г. Положение компаний в верхней части рейтинга за год немного поменялось – компания SANOFI-AVENTIS заняла 2-е место, тогда как еще год назад эту позицию удерживал ФАРМСТАНДАРТ. В остальном расстановка сил изменилась мало.

Следует также заметить, что почти всем компаниям, входящим в Top-10 производителей коммерческого рынка ГЛС, в феврале 2014 года были зафиксированы увеличения объемов продаж относительно аналогичного периода предыдущего года. Исключение составила компания ФАРМСТАНДАРТ, продажи которой в феврале 2014 г. снизились относительно аналогичного периода прошлого года на 2,03%.

## 4. Препараты – лидеры продаж

ТОП-20 брендов ГЛС по объему аптечных продаж в России за февраль 2014 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

### ТОП-20 лекарственных брендов ГЛС по стоимостному объему продаж в России в феврале 2014 г.

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %	
Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.		Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.
1	1	ЭССЕНЦИАЛЕ	1,15%	1,05%
3	2	КАГОЦЕЛ	0,74%	1,02%
7	3	АРБИДОЛ	0,59%	0,90%
4	4	АКТОВЕГИН	0,73%	0,79%
5	5	ИНГАВИРИН	0,67%	0,77%
2	6	КОНКОР	0,81%	0,76%
6	7	ТЕРАФЛЮ	0,60%	0,67%
16	8	АЛФЛУТОП	0,51%	0,62%
9	9	НУРОФЕН	0,56%	0,58%
13	10	ЛОЗАП	0,52%	0,57%
11	11	ЛИНЕКС	0,53%	0,57%
8	12	ЭКЗОДЕРИЛ	0,58%	0,55%
15	13	МЕКСИДОЛ	0,52%	0,55%
17	14	ЛАЗОЛВАН	0,49%	0,54%
26	15	ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ	0,41%	0,53%
20	16	ПЕНТАЛГИН	0,46%	0,50%
12	17	НАЙЗ	0,53%	0,49%
10	18	КАРДИОМАГНИЛ	0,54%	0,48%
23	19	ВИТРУМ	0,45%	0,47%
35	20	АНАФЕРОН	0,37%	0,47%
<b>Общая доля ТОП-20</b>			<b>11,78%</b>	<b>12,87%</b>

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составляет 12,87% от всего коммерческого аптечного рынка ГЛС, что чуть больше, чем в январе.

Состав рейтинга в феврале 2014 г. г. немного изменился по сравнению с январем – рейтинг покинули ВИАГРА, ГЕПТРАЛ и ДЕТРАЛЕКС. «Новичками» стали ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ, ВИТРУМ и АНАФЕРОН.

В феврале 2014 г. лидерство в ТОП-20 брендов лекарственных препаратов осталось за препаратом ЭССЕНЦИАЛЕ. Продажи данного бренда в третьем зимнем месяце уменьшились на 7,9% по сравнению с предыдущим месяцем, что на фоне общего роста рынка лекарств привело к некоторому уменьшению рыночной доли. На 2-й строчке рейтинга оказался КАГОЦЕЛ, увеличение продаж которого составило 38,8% по сравнению с январем. На 3-ей позиции ТОП-20 брендов в феврале 2014 г. находится АРБИДОЛ (доля 0,90%, рост продаж за месяц 53%).

Несмотря на то, что ощутимого роста заболеваемости простудными заболеваниями в феврале не произошло, ряд «противовирусных» брендов все же отметился ростом продаж относительно первого месяца года: помимо упомянутых Кагоцела и Арбидола, рост продаж был зафиксирован у Ингавирина (+17,2: к уровню продаж января), Терафлю (+13,6%), Лазолван (+11%), Оциллококцинум (+29,5%), Анаферон (+26,9%).

Почти по всем брендам в феврале 2014 г. наблюдалось увеличение продаж относительно января. Падения, помимо Эссенциале, продемонстрировали Конкор (-5%), Экзодерил (-5,1%), Найз (-6,2%) и Кардимомангил (-10,8%).

## 5. Индекс цен

Для того, чтобы проанализировать динамику изменения цен на ЛС с начала 2013 года, был использован **Индекс Ласпейреса**.

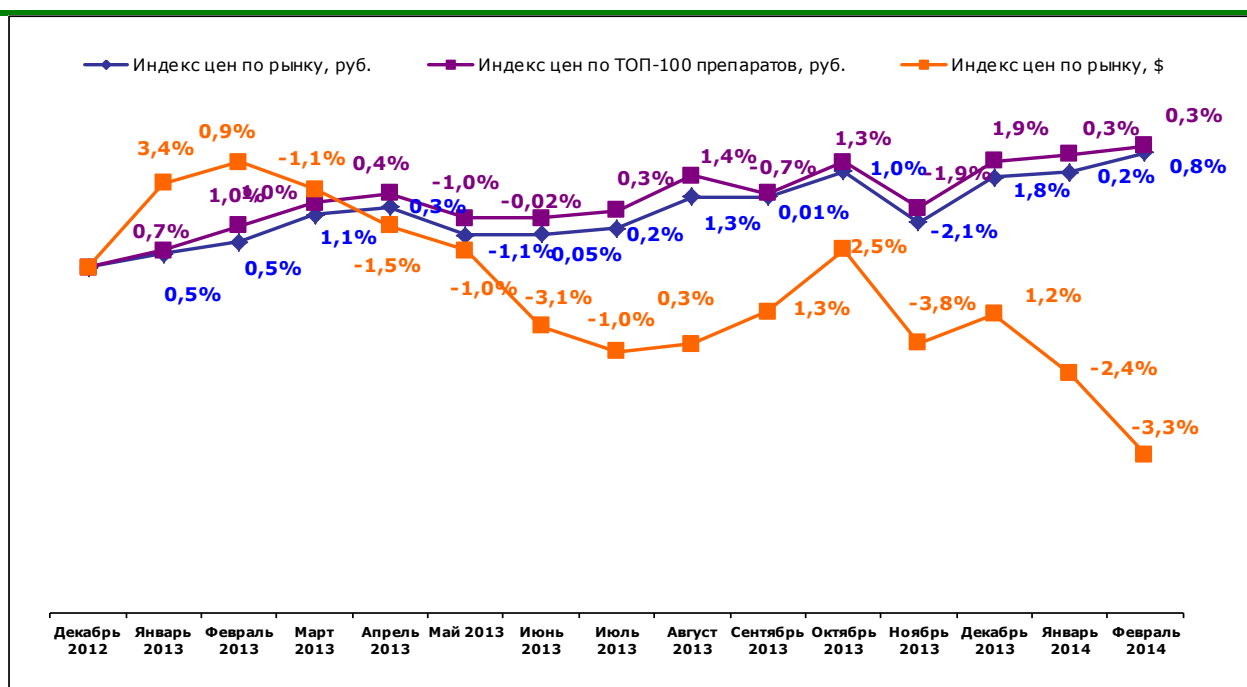
Индекс цен Ласпейреса представляет собой соотношение средневзвешенных цен отчетного и базисного периодов, в качестве весов для которых используются натуральные объемы базовой корзины потребления ЛС. В качестве корзины потребления было выбрано соотношения продаж препаратов в 2012 году. Благодаря применению этого подхода нивелируются сезонные влияния на потребление, и в результате получается ряд изменения цен в 2013 году по отношению к 2012 году.

За основу при расчете индекса цен был взят список **всех полных наименований всех производителей из базы данных DSM Group за 2012 г.** В качестве базисного периода был взят декабрь 2012 г.

На *графике 5* отражена динамика цен на ГЛС по индексу Ласпейреса за период с декабря 2012 г. по февраль 2014 г.

График 5

**Изменение цен ГЛС на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2012 г. – февраль 2014 г.**



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

Согласно индексу Ласпейреса, цены на лекарства в феврале 2014 г. по сравнению с январем 2014 г. в рублях увеличились на 0,8%. В целом же с начала 2013 года общая инфляция цен на ГЛС в России составила 4,6%.

В феврале 2014 г. на 0,8% выросли цены на лекарства из списка ЖНВЛС. В результате с начала 2013 года общая инфляция цен на препараты ЖНВЛС составила 1,55%.

В третьем месяце зимы 2014 г. цены на препараты, не относящиеся к ЖНВЛС выросли на 0,7% относительно предыдущего месяца. Всего с начала 2013 года инфляция цен на неЖНВЛС-лекарства составила 6,0%.

Если сравнивать рост цен в феврале 2014 г. на лекарства отечественного и импортного производства, то следует заметить, что цены на отечественные ГЛС увеличились существенно (на 1,3%), а на импортные – выросли на 0,6%.

Индекс цен, выраженный в американской валюте, в феврале 2014 г. снизился на 3,3%. В период с декабря 2012 г. цены в долларах США на коммерческом рынке ГЛС снизились в среднем на 7,6%.

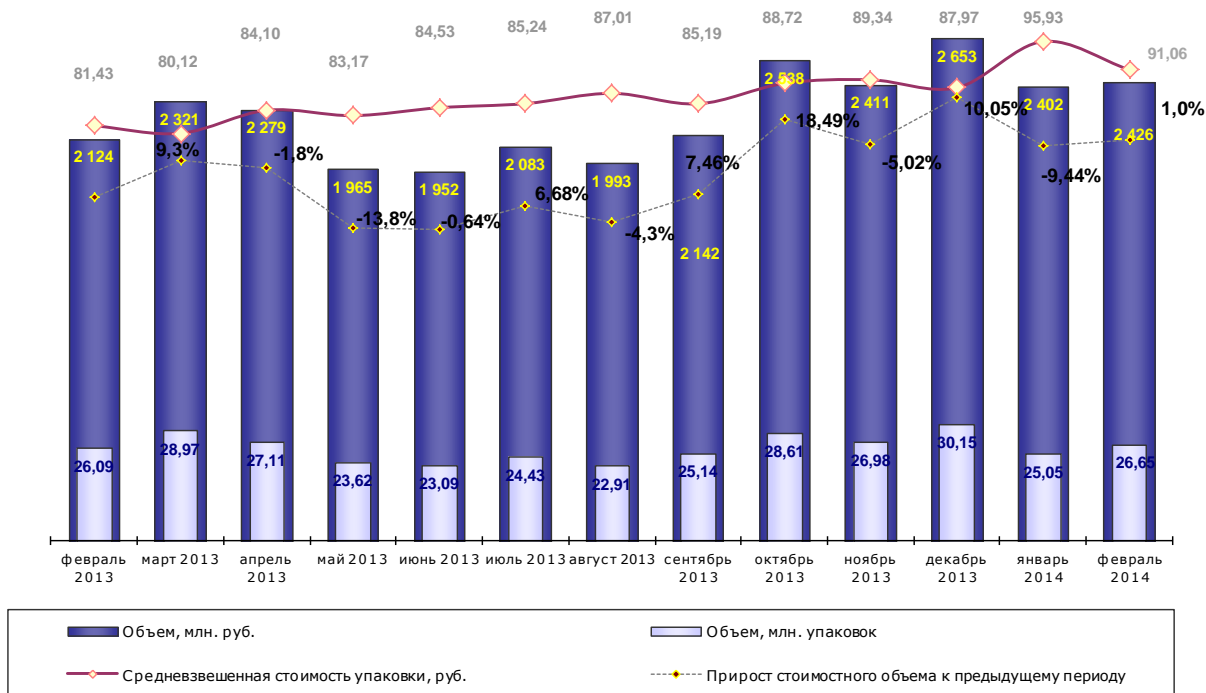
## 6. Биологически активные добавки

В феврале 2014 года в аптечных учреждениях России продавалось 3 556 торговых наименований БАД, которые представляют 667 производителей.

На *графике 6* представлена динамика объема коммерческого рынка БАД России с февраля 2013 г. по февраль 2014 г.

График 6

### Коммерческий рынок БАД России в феврале 2013 г. – феврале 2014 г.



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

В феврале 2014 г. емкость российского рынка БАД увеличилась в стоимостном выражении по сравнению с январем на 1,0% и составила 2,43 млрд. руб. В натуральных единицах измерения рынок также вырос на 6,4% и составил 26,65 млн. упак.

В феврале 2014 г. средняя цена упаковки БАД была равна 91,06 руб. Это на 5,1% дешевле, чем в январе, и на 11,8% дороже, чем в феврале 2013 г.

За два месяца 2014 г. коммерческий рынок БАД увеличился в рублях 19,6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в упаковках увеличение рынка за январь-февраль составило почти 5%.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объемом аптечных продаж в России в феврале 2014 г.

Таблица 6

## ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж

(в стоимостном выражении) в России в январе - феврале 2014 г.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб, %		Доля в натуральном объеме продаж, уп., %	
Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.		Январь	Февраль	Январь	Январь
			2014 г.	2014 г.	2014 г.	2014 г.
1	1	ЭВАЛАР ЗАО	19,91%	18,50%	14,11%	12,40%
2	2	РИА ПАНДА	10,45%	10,10%	2,22%	1,98%
3	3	PHARMA-MED INC	3,54%	3,80%	0,85%	0,90%
4	4	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	2,96%	3,11%	1,20%	1,13%
8	5	ДИОД ОАО	2,22%	2,42%	1,43%	1,45%
6	6	POLENS (M) SDN BHD	2,76%	2,34%	0,26%	0,22%
13	7	ПОЛЯРИС ООО	1,49%	2,30%	0,11%	0,15%
5	8	NATUR PRODUKT	2,88%	2,19%	6,86%	5,34%
7	9	SOLGAR VITAMIN AND HERB	2,23%	2,14%	0,25%	0,22%
10	10	FERROSAN AG	1,92%	2,05%	0,62%	0,62%
<b>Итого:</b>			<b>50,36%</b>	<b>48,95%</b>	<b>27,91%</b>	<b>24,41%</b>

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

В феврале 2014 г. состав рейтинга производителей на аптечном рынке БАД немного изменился по сравнению с январем – покинула рейтинг ЭКОМИР, новичком стала компания ПОЛЯРИС. Позиции компаний в верхней части рейтинга не изменились. ДИОД вошел в пятерку лидеров, этому способствовало увеличение продаж БАД этого производителя почти на 10%.

Самое заметное увеличение аптечных продаж было зафиксировано у компании ПОЛЯРИС – в феврале 2014 г. спрос на БАД этого производителя вырос на 56,2%. Благодаря всплеску продажи БАД Редуксин Лайт.

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 декабре 2013 г. – январе 2014 г.

Рейтинг		Торговое наименование	Производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб., %	
Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.			Январь 2014 г.	Февраль 2014 г.
1	1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	4,99%	4,76%
2	2	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	3,44%	3,54%
3	3	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	2,74%	2,42%
5	4	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС ООО	1,43%	2,08%
4	5	ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ	POLENS (M) SDN BHD	2,22%	1,90%
6	6	ТРОПИКАНА СЛИМ	ЭВАЛАР ЗАО	1,30%	1,45%
8	7	ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	1,19%	1,32%
10	8	НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	1,00%	1,31%
11	9	СУПРАДИН КИДС	АМАРНАРМ	0,95%	1,29%
7	10	ИНДИНОЛ	ЭКОФАРМИНВЕСТ ООО	1,23%	1,18%
13	11	ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ	ЭВАЛАР ЗАО	0,91%	0,86%
17	12	ПУСТЫРНИК ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	0,73%	0,81%
28	13	ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	LEK D.D.	0,54%	0,79%
18	14	МАКСИЛАК	GENEXO SP. Z.O.O	0,70%	0,76%
26	15	СУПРАДИН КИДС ЮНИОР	BAYER AG	0,57%	0,76%
15	16	ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	DR. MANN PHARMA	0,76%	0,76%
20	17	ТУРБОСЛИМ-НОЧЬ	ЭВАЛАР ЗАО	0,68%	0,74%
22	18	КАПИЛАР	ДИОД ОАО	0,66%	0,73%
21	19	ФЕМИБИОН НАТАЛКЕР II	MERK SELBSTMEDIKATION	0,67%	0,72%
12	20	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	0,94%	0,72%
<b>Итого:</b>				<b>27,64%</b>	<b>28,92%</b>

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



Перечень торговых наименований БАД, вошедших по итогам февраля 2014 г. в Топ-20, не сильно изменился по сравнению с январем. Покинули рейтинг БАД следующих наименований ЭСТРОВЭЛ, ФОРМУЛА СНА, РОМАШКА ЦВЕТКИ и ГЕПАТРИН, «новичками» стали ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ, СУПРАДИН КИДС ЮНИОР, КАПИЛАР и ФЕМИБИОН НАТАЛКЕР II.

Состав и расположение марок в первой пятерке торговых наименований БАД в феврале 2014 г. немного изменился по отношению к январю – на четвертое место вышел РЕДУКСИН ЛАЙТ (прибавивший за месяц 46,9% к уровню продаж января), ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ отметился более чем 13%-ным снижением продаж, поэтому занял по итогам месяца лишь 5-е место в рейтинге. Из тройки лидеров рост продаж наблюдался только у АЛИ КАПС (+3,9%), а у СЕАЛЕКС ФОРТЕ и ФИТОЛАКСа были зафиксированы сокращения продаж на 3,8% и 10,8% соответственно.

Максимальные сокращения продаж в феврале 2014 г. были зафиксированы у уже упомянутого ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ (-13,4% к уровню продаж января), и ОВЕСОЛ (-22,6%).

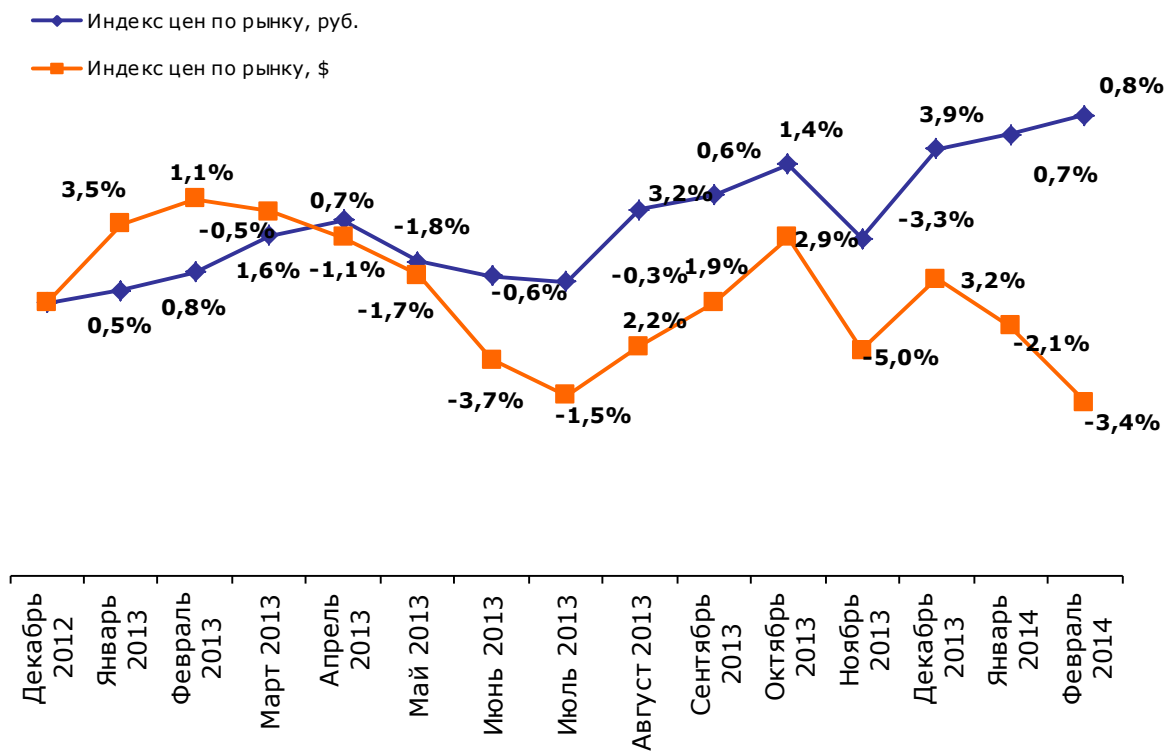
Заметим, что в третьем месяце зимы 2014 г. большинство БАД – участников рейтинга отметились ростом продаж. Максимальные приросты наблюдались по БАД следующих наименований: НОРМОБАКТ (+32,9%), СУПРАДИН КИДС (+36,6%), ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ (+47,2%), СУПРАДИН КИДС ЮНИОР (+34,4%) и др.

Представленность компании Эвалар в рейтинге в феврале 2014 г. традиционно максимальная – 6 из Топ-20 торговых наименований БАД коммерческого рынка страны принадлежат именно 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 2012 г. – февраль 2014 г.



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

Согласно индексу Ласпейреса, в феврале 2014 года по сравнению с январем цены на БАД в рублях выросли на 0,8%. В долларах США, цены упали на 3,4%.

С начала 2013 года биологически активные добавки в среднем подорожали на 8,3% в рублях, и подешевели на 4,4% долларах США.

## II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящен событиям, произошедшим на фармрынке в марте 2014 г. Начало весны ознаменовалось целым рядом событий на фарм.рынку – аптечные сети анонсировали свои планы по работе в текущем году, международные фармацевтические компании вели активные переговоры о приобретении новых активов.

Представители компаний Novartis и Roche выступили с опровержением появившихся недавно в прессе слухов о слиянии.

Кроме того, стало известно, что Минздрав планирует завершить переход на электронные медицинские карты к 2020 году. Как отмечают чиновники, внедрение в здравоохранение новейших электронных технологий благоприятно скажется на улучшении качества оказываемой медпомощи

### 1. Аптечные сети

#### 1. «А5» планирует открыть в 2014 году 250 новых аптек

Группа «А5» намерена в 2014 году практически удвоить темпы открытия объектов

Ранее «А5» сообщала о намерении запустить в 2014 году 200 новых торговых точек, однако планы компании по органическому росту (без учета приобретений) были пересмотрены в большую сторону. В 2013 году А5 Group открыла 132 новые аптеки.

В настоящее время компания не ведет переговоров по слиянию с другими аптечными сетями, т.е. намерена развиваться за счет собственных ресурсов.

120 из 200 новых торговых точек будут открыты под вывеской «Норма», остальные в равных долях — под брендом «А5» и «Фармадар». Открываться новые точки будут в регионах присутствия группы, при этом аптеки-дискаунтеры «Фармадар» в основном будут расположены в магазинах X5 Retail Group, «Дикси» и «Магнолия»

Источник: Фармвестник

#### 2. «Ригла» планирует в 2014 году нарастить темпы открытия новых точек

Компания намерена в текущем году открыть 300 аптек

Как сообщалось ранее, общее число розничных точек «Риглы» на 31 декабря 2013 года составило 992. В течение отчетного года было органически открыто 223 аптеки, закрыто — 36. Таким образом, за прошедший год сеть приросла на 187

аптечных точек. Выручка «Риглы» по итогам 2013 года выросла на 21,3% по сравнению с 2012 годом до 19,9 млрд рублей.

Источник: Фармвестник

## 2. Новости производителей

### 1. Sanofi вошла в число претендентов на безрецептурный бизнес Merck&Co.

Как сообщает Bloomberg со ссылкой на информированные источники, французская фармацевтическая компания Sanofi включилась в борьбу за приобретение безрецептурного подразделения у американской Merck&Co.

Окончательные предложения по приобретению бизнеса ожидаются на ближайшей неделе. По мнению аналитиков, объем сделки может составить 10–12 млрд долл. Источники полагают, что самым вероятным претендентом является британская Reckitt Benckiser Group Plc.

Объем продаж безрецептурного подразделения Merck&Co. в 2013 г. сократился на 3% и составил 1,9 млрд долл. из общего показателя 44 млрд долл.

По словам источников, кроме Sanofi и Reckitt Benckiser на приобретение подразделения претендуют Bayer и Novartis. В январе Novartis вел переговоры с Merck об обмене своего ветеринарного подразделения на безрецептурный бизнес Merck.

Источник: Фармвестник

### 2. Novartis ведет переговоры о приобретении израильской Gamida Cell

Швейцарская фармацевтическая компания Novartis ведет переговоры о приобретении израильской биотехнологической компании Gamida Cell за 600 млн долл. Переговоры находятся на завершающей стадии.

Gamida специализируется на разработке лекарственных препаратов на основе стволовых клеток.

Источник: Фармвестник

## 3. Новости законодательства

### 1. Минздрав и ФАС определились с критериями взаимозаменяемости лекарств

Минздрав и Федеральная антимонопольная служба выработали единую точку зрения на то, какие лекарственные средства можно считать взаимозаменяемыми.

Теперь лекарства будут считаться взаимозаменяемыми, если эквивалентны качественные и количественные характеристики фармацевтических субстанций, из

которых они произведены, лекарственные формы, состав вспомогательных веществ и пути их введения. С 1 января 2019 года в госреестре будет раскрываться информация о взаимозаменяемости лекарственных препаратов.

Аналогов не будет у инновационных ЛС, растительных и гомеопатических препаратов, а также лекарств, разрешенных для применения на территории РФ более 20 лет и в отношении которых невозможно проведение исследования биоэквивалентности.

Сложнее всего Минздраву и ФАС оказалось договориться о сроке защиты результатов исследований оригинальных ЛС. В проекте предлагалось установить срок в 6 лет, ФАС настаивала на сокращении его до четырех лет. В итоге было решено, что использование таких данных в коммерческих целях невозможно в течении 6 лет с даты госрегистрации препарата, но по истечению 4 лет, разработчики обязаны предоставить на возмездной основе образцы ЛС заявителям для целей госрегистрации аналога лекарственного средства.

Теперь для вступления в силу законопроект должен быть утвержден правительством, Госдумой и Советом Федерации.

Источник: [remedium](#)

## **2. Правительство РФ утвердило выделение субсидий на реализацию программ здравоохранения**

Правительство РФ утвердило постановление о выделении регионам субсидий на реализацию отдельных программ по развитию здравоохранения. Объем бюджетных средств, выделенных на данные цели в 2014 году, достигает 2,5 млрд рублей.

Из бюджета будут финансироваться мероприятия, направленные на профилактику, выявление и лечение туберкулеза, ВИЧ-инфекции и гепатитов В и С, а также снижение заболеваемости и смертности от этих инфекций.

Постановление также утверждает новые правила предоставления и распределения субсидий и отменяет старые правила, установленные 28 декабря 2011 года. Документ был подготовлен Министерством здравоохранения.

Ранее в этом месяце премьер-министр Дмитрий Медведев утвердил распределение субсидий регионам на осуществление высокотехнологичной медицинской помощи населению. Размер субсидий из федерального бюджета составил 3 млрд рублей.

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 ГЛС 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>