

Фармацевтический рынок РОССИИ

Выпуск: март 2014

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – март 2014
- события фармацевтического рынка – апрель 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
I. Коммерческий рынок ГЛС России в марте 2014 года	5
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
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 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

© 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 марте 2014 г. увеличился на 9,0% по сравнению с февралем и составил 44,1 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за первый весенний месяц 2014 г. **коммерческий рынок лекарств в натуральном** выражении был равен 378 млн. упак., что на 2,6% меньше, чем за аналогичный период 2013 года. **Средняя стоимость упаковки** лекарственного препарата на коммерческом рынке России в марте 2014 г. по сравнению с февралем увеличилась на 1,9% и составила 116,4 руб.

Согласно **индексу Ласпейреса**, в течение марта 2014 года **цены в рублях выросли на 0,3%**. В долларовом выражении индекс цен снизился на 2,2%. Всего же с начала 2013 года инфляция цен на лекарства в аптеках страны составила +4,9% в рублевом выражении и -9,8% в долларах США.

Структура коммерческого рынка ГЛС в марте 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 марте 2013 г. до 20,4% в марте 2014 г.), на 1,4% увеличился удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (с 46,7% до 48,1%), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) ослабили свои позиции, уменьшив долю лекарств с 8,1% до 6,9%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку занимали по итогам первого месяца весны 2014 г. долю 24,7% коммерческого рынка, что на 2,0% больше, чем в марте 2013 г.

По итогам марта 2014 г. 55% 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 марте 2013 г. удельный вес российских препаратов в натуральных единицах составлял 58%, а доля в стоимостном объеме была равна 26%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам марта 2014 года на 51% представлен рецептурными препаратами, и на 49% - Rx-лекарствами.

Рейтинг компаний по стоимостному объему продаж в марте 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 марта 2014 г. возглавил препарат ЭССЕНЦИАЛЕ (1,03% от совокупных аптечных продаж); на втором месте КАГОЦЕЛ (0,98%) и третьем месте АРБИДОЛ (0,87%).

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в марте 2014 г. увеличился на 9,7% относительно января и составил 2,66 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД в первом весеннем месяце 2014 г.

сократился на 3,9% по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. и составил 27,8 млн. упаковок. **Средневзвешенная цена упаковки БАД** в марте 2014 г. по сравнению с февралем увеличилась на 5% и составила 95,61 руб.

I. Коммерческий рынок ГЛС России в марте 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.

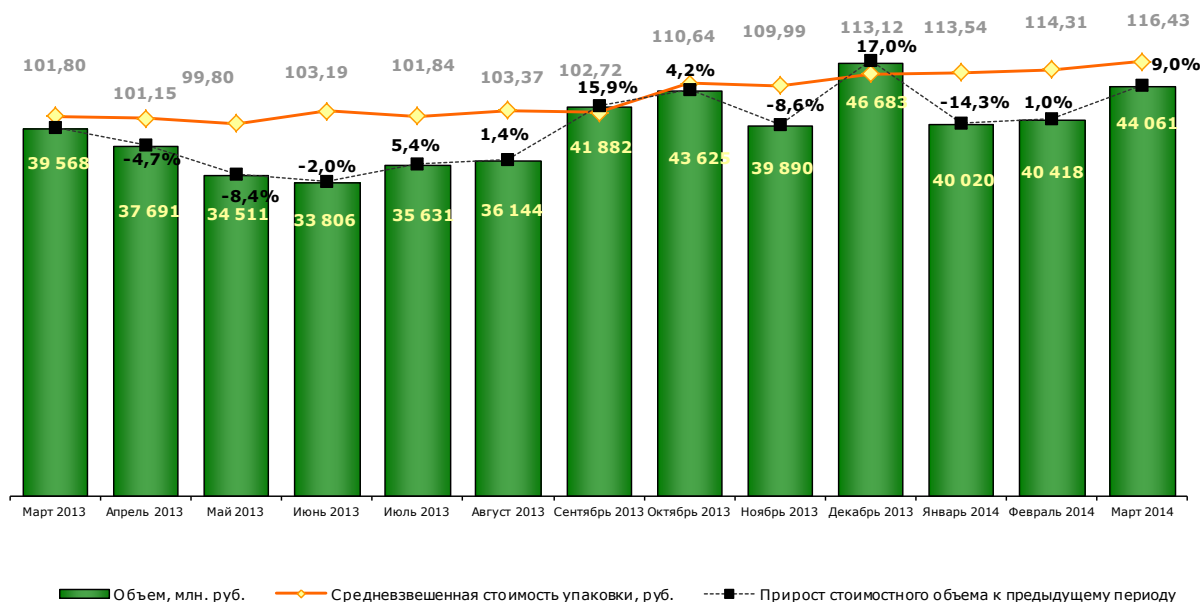
Далее рассматриваются продажи ГЛС на коммерческом сегменте фармрынка.

1. Объем коммерческого рынка ГЛС России

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

График 1

Коммерческий рынок ГЛС России в марте 2013 г. – марте 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 марте 2014 г. составил 44,1 млрд. руб. (с НДС)**. По сравнению с февралем емкость рынка увеличилась на 9,0%, что соответствует традиционной динамике первого весеннего месяца, спрос на лекарства в марте всегда превышает значения февраля. Стоит отметить, что в прошлом году в марте наблюдалось чуть менее заметное увеличение спроса на лекарства (на 7,0% по сравнению с февралем 2013 г.), это свидетельствует о том, что так и не наступившую зимой эпидемию простудных заболеваний рынок «компенсировал» заметным мартовским ростом.

Рост коммерческого рынка лекарств за три месяца 2014 г. относительно аналогичного периода 2013 г. составил 11,7%.

В натуральных единицах измерения емкость рынка в марте текущего года составила 378 млн. упак., что 7,0% больше, чем в феврале, и на 2,6% меньше, чем в марте 2013 г.

Средняя стоимость упаковки ГЛС в марте 2014 г. выросла по сравнению с февралем на 1,9% и составила 116,4 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в первом месяце весны 2014 года с мартом 2013 года, то следует отметить рост цены на 14,4%.

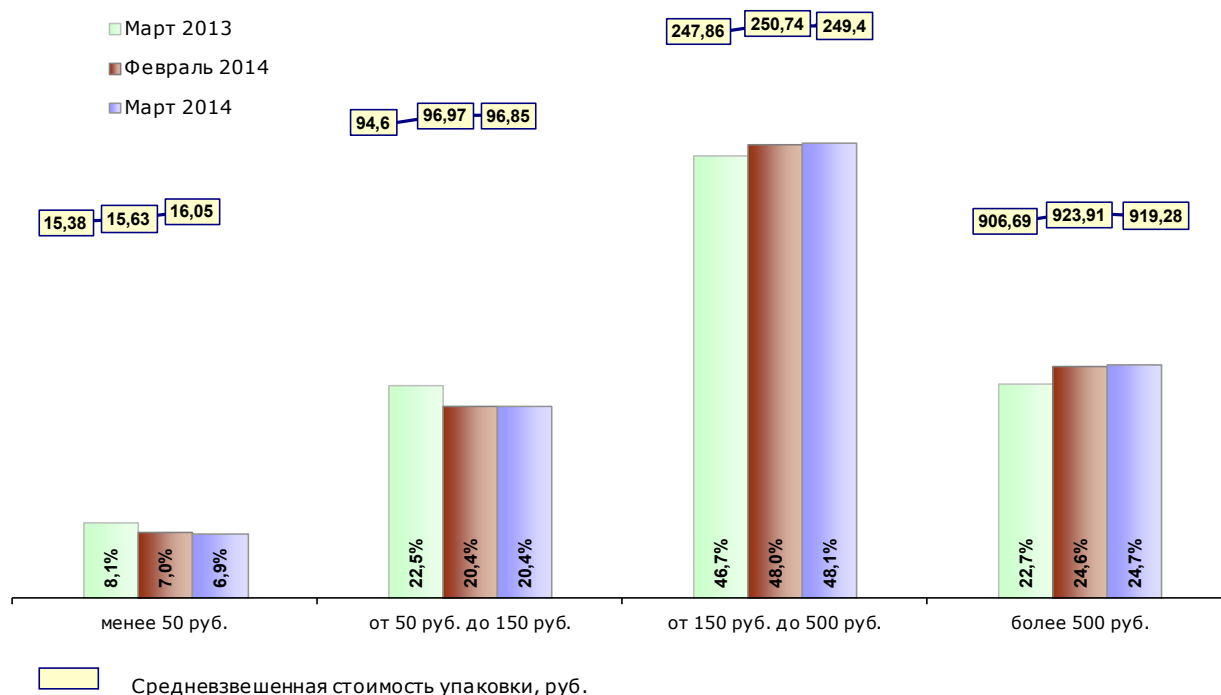
2. Структура коммерческого рынка России

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 марте 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 марте 2014 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась относительно февраля, изменения же относительно марта 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 марта 2013 г., уменьшилась доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. (за месяц доля не изменилась, оставшись на уровне 20,4%).

Отметилась увеличением удельного веса группа лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. (с 46,7% в марте 2013 г. до 48,1% в марте 2014 г.) Этот сегмент является наиболее емким в стоимостном выражении. За месяц доля рассматриваемого ценового сектора выросла на 0,1%, что сопровождалось небольшим (на 0,5%) снижением средней цены упаковки лекарств (в итоге средняя стоимость составила 249,4 руб./упак.).

Доля дорогостоящих препаратов в марте 2014 г. составила 24,7%, что на 0,1% больше удельного веса группы в предыдущем месяце. Следует отметить, что в марте 2014 г. продажи лекарств со средней ценой упаковки от 500 руб. выросли относительно предыдущего месяца на 9%, что эквивалентно росту рынка, отсюда и небольшое изменение доли. При этом средняя стоимость упаковки лекарств «верхнего» ценового сегмента за месяц уменьшилась на 0,5% и составила 919,3 руб./упак.

Доля лекарств нижнего ценового сегмента в марте 2014 г. уменьшилась на 0,1% по сравнению с февралем (6,9%). Средняя стоимость упаковки при этом увеличилась на 2,7%, составив 16,05 руб./упак.

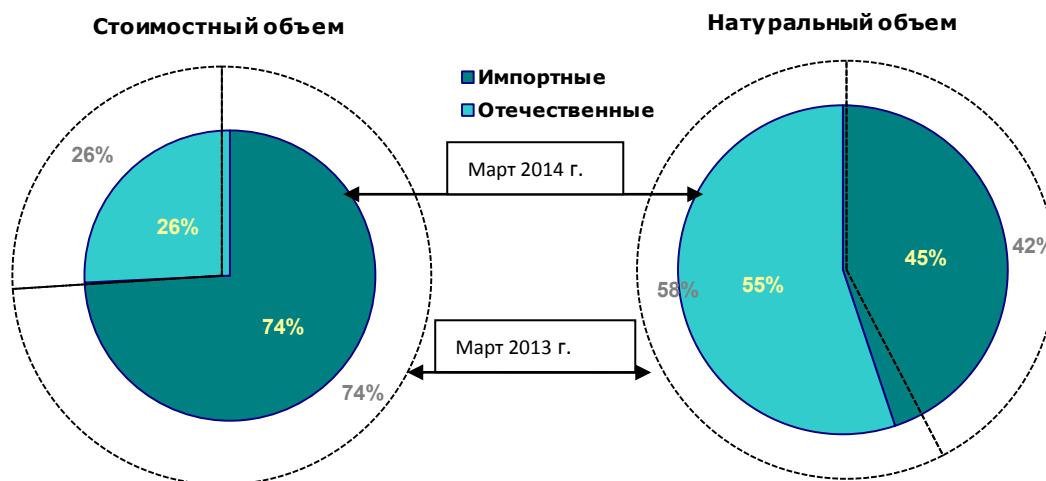
За месяц не изменилось присутствие на коммерческом рынке ГЛС лекарств стоимостью 50-150 руб./упак. (их доля осталась на уровне 20,4%), что совпало с ростом продаж на 0,9% в первом месяце весны 2014 г. по сравнению с февралем. Средняя стоимость упаковки при этом уменьшилась на 0,1% и составила почти 96,9 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 ГЛС на коммерческом аптечном рынке России в марте 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 марта 2014 г. составила 26% в стоимостном выражении и 55% в натуральном. Соответственно лекарства зарубежного производства преобладали в стоимостном объеме рынка – 74% по итогам месяца, и составляли 45% в натуральном объеме рынка.

Следует заметить, что по отношению к марту 2013 г. структура коммерческого рынка ГЛС относительно происхождения представленных препаратов коренным образом не изменилась. На 3% увеличилось присутствие лекарств зарубежного производства на коммерческом рынке в натуральном выражении, распределение долей в стоимостном объеме рынка осталось неизменным.

В марте 2014 года по отношению к марту 2013 года объем реализованных через аптеки страны упаковок лекарств сократился на 2,6%. Произошло это в первую очередь за счет снижения продаж упаковок лекарств отечественного производства - объем реализованных упаковок российских лекарств уменьшился за год на 6,8%, тогда как объем продаж импортных ГЛС, выраженный в упаковках, увеличился на 3,2%.

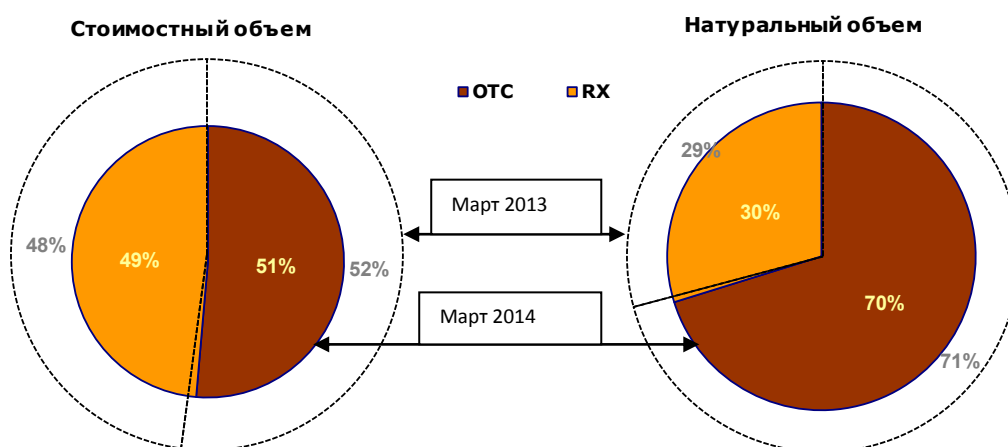
За год чуть сильнее подорожали лекарства российского производства (на 18,05% по сравнению с мартом 2013 г.), средняя стоимость упаковки которых в первом месяце весны 2014 г. была равна 54,4 руб. Увеличение цены импортных препаратов составило 8,1% (средняя стоимость в марте 2014 года была равна 54,4 руб./упак).

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 марте 2014 г., %



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

В марте 2014 г. доля лекарств нерепетурного отпуска в стоимостном объеме аптечных продаж была превалирующей – 51%, соответственно удельный вес рецептурных препаратов составил 49%. В марте 2013 г. на долю ОТС-препаратов приходилось 52% стоимостного объема коммерческого рынка лекарств, соответственно доля Rx-лекарств была равна 49%.

Продажи безрецептурных лекарств в первом весеннем месяце 2014 года увеличились по отношению к аналогичному периоду 2013 г. на 9,9% (+2 млрд. руб.). Объем реализованных упаковок напротив сократился на 3,5%. Что же касается средней стоимости упаковки ОТС-препаратов, то она увеличилась за год на 13,5% и составила 85,2 руб.

Прирост продаж рецептурных лекарств в марте 2014 г. по отношению к марту 2013 г. составил 12,8% (+2,4 млрд.руб.). При этом объем реализованных упаковок сократился на 0,4% (0,4 млн. упак.). Средняя цена Rx-препаратов почти в три раза превосходит цену лекарств, продаваемых без рецепта, - в марте 2014 г. она составила 189,9 руб./упак., увеличившись к марту 2013 г. на 13,3%.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

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

Таблица 1

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

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Февраль 2014	Март 2014	Изменение доли	Февраль 2014	Март 2014	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,59%	19,72%	0,13%	18,35%	17,51%	-0,83%
Р Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,25%	13,74%	0,50%	15,28%	15,99%	0,72%
С Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	12,14%	11,84%	-0,29%	10,45%	10,23%	-0,22%
Н Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,89%	11,66%	-0,23%	18,09%	17,50%	-0,58%
Ж Противомикробные препараты системного использования	8,26%	8,51%	0,26%	6,68%	6,97%	0,29%
М Препараты для лечения костно-мышечной системы	7,13%	7,35%	0,22%	6,40%	6,52%	0,12%
Г Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,71%	6,40%	-0,31%	1,77%	1,74%	-0,03%
Д Препараты для лечения заболеваний кожи	5,70%	5,82%	0,12%	8,92%	9,50%	0,58%
Л Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	4,44%	4,33%	-0,10%	2,01%	1,96%	-0,04%
В Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	3,53%	3,54%	0,01%	2,86%	2,96%	0,10%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,48%	3,26%	-0,22%	5,39%	5,30%	-0,08%
С Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,48%	2,45%	-0,03%	2,29%	2,29%	0,00%
У Прочие препараты	0,63%	0,60%	-0,03%	0,62%	0,64%	0,03%
Н Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,53%	0,53%	0,01%	0,47%	0,47%	0,00%
Р Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,28%	0,25%	-0,02%	0,44%	0,41%	-0,03%

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

По итогам марта 2014 г. максимальная доля (19,7%) в стоимостном объеме коммерческого рынка ГЛС принадлежит препаратам АТС-группа [А] Пищеварительный тракт и обмен веществ. В первом месяце весны 2014 года удельный вес этой группы лекарств увеличился на 0,13%, чему способствовал рост продаж лекарств группы за

месяц на 9,7% (на фоне чуть более скромного роста потребления лекарств в целом это привело к небольшому росту доли).

В разрезе подгрупп АТС-группы [А] рост объемов реализации продемонстрировали почти все категории, но особенно заметные приросты были зафиксированы в традиционно растущих именно весной подгруппах [А08] ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ОЖИРЕНИЯ (ИСКЛЮЧАЯ ДИЕТИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ) (+27% к уровню продаж предыдущего месяца) и [А11] ВИТАМИНЫ (+23%).

Заметим также, что почти все АТС-группы лекарств в марте 2014 г. отметились увеличением продаж, исключение составила АТС-группа [Р] Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты, продажи лекарств которой за месяц уменьшились на 0,3%. Наиболее заметный рост объемов аптечной реализации был зафиксирован по следующим АТС-группам: [R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы (+13,1%), [J] Противомикробные препараты системного использования (+12,4%), [M] Препараты для лечения костно-мышечной системы (+12,4%) и [D] Препараты для лечения заболеваний кожи (+11,3%).

Продажи ГЛС для лечения пищеварительной системы и обмена веществ в марте 2014 г. увеличились на 9,7% относительно предыдущего месяца. При этом рост объемов аптечной реализации наблюдался почти по всем ключевым препаратам. Так, аптечные продажи Витрума увеличились на 28,9%, Линекса на 25,4%, Мезим Форте на 7,8%, Эссенциале на 6,9%. Но-Шпа отметилась ростом продаж на 5,2%.

В первом весеннем месяце продажи лекарств для лечения респираторных заболеваний (АТС-группа [R]) выросли на 13,1% по отношению к февралю. Если подробно рассматривать факторы увеличения продаж препаратов группы, то следует отметить рост спроса на Лазолван (+25,7% к уровню продаж февраля) и АЦЦ (+26,0%).

Ключевые лекарственные бренды группы [[J] Противомикробные препараты демонстрировали увеличение продаж, что привело к росту удельного веса группы почти на 0,3%. Так, продажи Ингавирина в марте 2014 г. увеличились на 18,4% по сравнению с февралем, более чем на 20% выросли продажи Сумамеда. В совокупности прирост объемов аптечной реализации противомикробных лекарств вырос за месяц на 12,4%. Спрос на Кагоел также увеличился, но менее заметно (на 4,8%).

В марте 2014 г. довольно существенно (на 12,4%) увеличились продажи лекарств в АТС-группе [M] Препараты для лечения костно-мышечной системы. Причиной тому рост спроса на такие «видные» лекарства группы, как Найз (+19,5% к уровню продаж февраля), АЛФЛУТОП (+19,6%) и Нурофен (+16,7%).

Нельзя также обойти вниманием рост продаж препаратов АТС-группы [D] Препараты для лечения заболеваний кожи. Рост продаж на 11,3% в марте был

обусловлен увеличением объемов реализации таких препаратов, как БЕПАНТЕН, ЭКСОДЕРИЛ и ЛОЦЕРИЛ (увеличение продаж каждого из этих препаратов составил почти 30% к уровню продаж марта).

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 марте 2013-2014 гг. представлено в таблице 2.

Таблица 2

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

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Март 2013	Март 2014	Изменение доли	Март 2013	Март 2014	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,29%	19,72%	0,43%	17,97%	17,51%	-0,45%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,48%	13,74%	0,26%	14,97%	15,99%	1,03%
С Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	11,42%	11,84%	0,42%	9,80%	10,23%	0,43%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,86%	11,66%	-0,20%	18,76%	17,50%	-1,26%
J Противомикробные препараты системного использования	9,22%	8,51%	-0,71%	7,54%	6,97%	-0,56%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	7,22%	7,35%	0,13%	6,54%	6,52%	-0,02%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,67%	6,40%	-0,27%	1,68%	1,74%	0,06%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,44%	5,82%	0,37%	8,89%	9,50%	0,61%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	5,03%	4,33%	-0,70%	2,20%	1,96%	-0,24%
B Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	3,15%	3,54%	0,39%	2,81%	2,96%	0,14%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,45%	3,26%	-0,19%	5,21%	5,30%	0,09%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,34%	2,45%	0,11%	2,16%	2,29%	0,13%
V Прочие препараты	0,61%	0,60%	-0,01%	0,64%	0,64%	0,01%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,54%	0,53%	0,00%	0,43%	0,47%	0,04%
P Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,28%	0,25%	-0,02%	0,41%	0,41%	0,00%

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

В марте 2014 г. продажи лекарств почти всех АТС-групп увеличились по сравнению с мартом 2013 г. Исключение составила группа [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы, сокращение продаж лекарств которой составило 4,25%. Максимальные приросты продаж продемонстрировали АТС-группы [C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы и [D] Препараты для лечения заболеваний кожи (на 15,2% и 18,7% соответственно).

При этом увеличение спроса на Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы в марте 2014 г. по отношению к аналогичному периоду прошлого года было обусловлено ростом объемов реализации по ряду ключевых лекарственных брендов – Кардиомагил (+26% к уровню продаж марта 2013 г.), Актовегин (+20,7%), Плавикс (+8,1%).

Увеличение продаж Препаратов для лечения заболеваний кожи в свою очередь было вызвано всплеском объемов реализации ЭКЗОДЕРИЛ (на 110,8% по отношению к марту 2013 г.) и Бепантена (+64,3%).

3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В марте 2014 г. на аптечном рынке России присутствовало 967 фирм-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 феврале - марте 2014 г.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Февраль 2014 г.	Март 2014 г.		Февраль 2014 г.	Март 2014 г.	Февраль 2014 г.	Март 2014 г.
1	1	NOVARTIS	6,12%	6,30%	2,75%	2,92%
2	2	SANOFI-AVENTIS	5,43%	5,40%	2,34%	2,41%
3	3	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	4,92%	5,14%	11,06%	10,19%
4	4	BAYER	3,67%	4,06%	1,16%	1,39%
5	5	TAKEDA	3,34%	3,29%	2,15%	2,16%
6	6	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD	3,02%	3,08%	2,06%	2,11%
8	7	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	2,79%	2,75%	1,85%	1,91%
7	8	SERVIER	2,81%	2,73%	0,76%	0,75%
9	9	ABBOTT GMBH & CO.KG	2,51%	2,32%	0,62%	0,59%
10	10	GEDEON RICHTER	2,44%	2,31%	1,55%	1,49%
Общая доля ТОП-10			37,05%	37,38%	26,31%	25,94%

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 марте 2014 г. по сравнению с февралем остался прежним. Небольшие изменения произошли в «расстановке сил» участников Топ-10 компаний-производителей коммерческого рынка ГЛС. Компания BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/ поднялась на 17-ю строчку, чему способствовало более существенное чем ближайших конкурентов увеличение продаж компании за месяц – продажи BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/ выросли за месяц на 7,6%, тогда как объем аптечной реализации препаратов компании SERVIER, занявшей 8-е место, увеличился за тот же период на 6,1%.

Компания NOVARTIS в первом весеннем месяце закрепил за собой позицию лидера. Доля коммерческого рынка ГЛС, контролируемая лидером, составила в марте 2014 г.

6,3%. По ряду ключевых лекарственных брендов компании отмечалось заметное увеличение спроса – так, рост продаж Линекса составило 25,4%, Экзодерила + 27,6%, а Терафлю + 11,9%.

По всем компаниям – участникам рейтинга производителей коммерческого рынка лекарств в первом месяце весны 2014 г. отмечалось увеличение продаж.

Почти на 14% увеличились аптечные продажи ГЛС компании ФАРМСТАНДАРТ. При этом среди ведущих лекарственных брендов корпорации рост продаж был зафиксирован у таких известных брендов, как Компливит (на 26,8%), Пенталгин (на 20%) и Амиксин (+38%).

В первом месяце весны компания BAYER продемонстрировала самый внушительный среди участников рейтинга прирост продаж (на 20,5%). Если рассматривать месячную динамику продаж препаратов компании, то следует отметить существенный рост объемов реализации Терафлекса (+43,1%), Бепантена (+28%) и Релифа (+30,7%).

Изменение ТОП-а производителей в марте 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 марте 2013 - 2014 г.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Март 2013 г.	Март 2014 г.		Март 2013 г.	Март 2014 г.	Март 2013 г.	Март 2014 г.
1	1	NOVARTIS	6,33%	6,30%	2,75%	2,92%
3	2	SANOFI-AVENTIS	5,13%	5,40%	2,17%	2,41%
2	3	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	5,16%	5,14%	10,23%	10,19%
4	4	BAYER	3,77%	4,06%	1,25%	1,39%
5	5	TAKEDA	3,16%	3,29%	1,85%	2,16%
6	6	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD	3,16%	3,08%	1,89%	2,11%
7	7	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	2,89%	2,75%	1,85%	1,91%
9	8	SERVIER	2,47%	2,73%	0,62%	0,75%
8	9	ABBOTT GMBH & CO.KG	2,48%	2,32%	0,57%	0,59%
10	10	GEDEON RICHTER	2,34%	2,31%	1,40%	1,49%
Общая доля ТОП-10			36,90%	37,38%	24,59%	25,94%

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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10 в марте 2014 года составляет немного больше трети (37,4%) от стоимостного объема продаж ГЛС на всем коммерческом аптечном рынке ГЛС, при этом в натуральном выражении это всего 25,9%.

Состав компаний, входящих в Топ-10 лидеров коммерческого рынка ГЛС в РФ, не изменился по отношению к марту 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 по всем без исключения компаниям, входящим в Топ-10 производителей коммерческого рынка ГЛС, в марте 2014 года были зафиксированы увеличения объемов продаж относительно аналогичного периода предыдущего года. При этом максимальные приросты отмечались у компаний SANOFI-AVENTIS (+17% к уровню продаж марта 2013 г.), BAYER (+19,6%) и SERVIER (+23%).

4. Препараты – лидеры продаж

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

Таблица 5

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

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %	
Февраль 2014 г.	Март 2014 г.		Март 2014 г.	Февраль 2014 г.
1	1	ЭССЕНЦИАЛЕ	1,05%	1,03%
2	2	КАГОЦЕЛ	1,02%	0,98%
3	3	АРБИДОЛ	0,90%	0,87%
5	4	ИНГАВИРИН	0,77%	0,84%
4	5	АКТОВЕГИН	0,79%	0,79%
6	6	КОНКОР	0,76%	0,73%
7	7	ТЕРАФЛЮ	0,67%	0,68%
8	8	АЛФЛУТОП	0,62%	0,68%
11	9	ЛИНЕКС	0,57%	0,65%
12	10	ЭКЗОДЕРИЛ	0,55%	0,64%
14	11	ЛАЗОЛВАН	0,54%	0,63%
9	12	НУРОФЕН	0,58%	0,62%
13	13	МЕКСИДОЛ	0,55%	0,58%
19	14	ВИТРУМ	0,47%	0,56%
16	15	ПЕНТАЛГИН	0,50%	0,55%
17	16	НАЙЗ	0,49%	0,54%
28	17	АМИКСИН	0,41%	0,51%
21	18	ТИЗИН	0,47%	0,51%
24	19	АЦЦ	0,44%	0,51%
10	20	ЛОЗАП	0,57%	0,51%
Общая доля ТОП-20			12,70%	13,39%

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составляет 13,4% от всего коммерческого аптечного рынка ГЛС, что чуть больше, чем в феврале.

Состав рейтинга в марте 2014 г. г. немного изменился по сравнению с февралем – рейтинг покинули АНАФЕРОН, КАРДИОМАГНИЛ и ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ. «Новичками» стали АМИКСИН, ТИЗИН и АЦЦ.

В марте 2014 г. лидерство в ТОП-20 брендов лекарственных препаратов осталось за препаратом ЭССЕНЦИАЛЕ. Продажи данного бренда в первом весеннем месяце увеличились на 6,9% по сравнению с предыдущим месяцем, что на фоне более заметного общего роста рынка лекарств привело к некоторому уменьшению рыночной доли. На 2-й строчке рейтинга обосновался КАГОЦЕЛ, увеличение продаж которого составило 4,8% по сравнению с февралем. На 3-ей позиции ТОП-20 брендов в марте 2014 г. находится АРБИДОЛ (доля 0,87%, рост продаж за месяц 5,1%).

Почти по всем брендам в марте 2014 г. наблюдалось увеличение продаж относительно февраля. Исключение составил лишь ЛОЗАП, объем аптечной реализации которого за месяц сократился на 2,7%.

Наиболее существенные приросты спрос были зафиксированы по следующим лекарственным брендам: ЛИНЕКС (+25,5%к уровню продаж февраля), ЭКЗОДЕРИЛ (+27,6%), ЛАЗОЛВАН (+25,7%), ВИТРУМ (+28,6%), ПЕНТАЛГИН (+20%), АМИКСИН (+37,7%) и АЦЦ (+26%).

5. Индекс цен

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

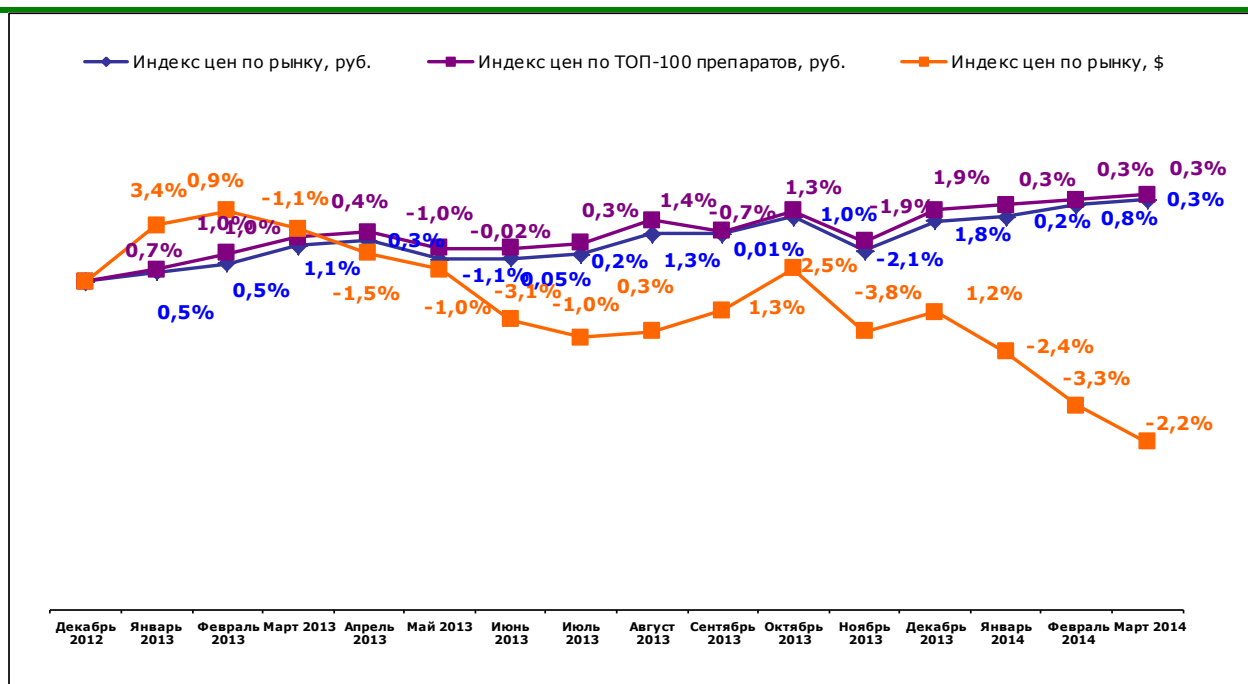
Индекс цен Ласпейреса представляет собой соотношение средневзвешенных цен отчетного и базисного периодов, в качестве весов для которых используются натуральные объемы базовой корзины потребления ЛС. В качестве корзины потребления было выбрано соотношения продаж препаратов в 2012 году. Благодаря применению 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 март 2014 г.

График 5

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



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

Согласно индексу Ласпейреса, цены на лекарства в марте 2014 г. по сравнению с февралем 2014 г. в рублях увеличились на 0,3%. В целом же с начала 2013 года общая инфляция цен на ГЛС в России составила 4,9%.

В марте 2014 г. на 0,2% сократились цены на лекарства из списка ЖНВЛС. В результате с начала 2013 года общая инфляция цен на препараты ЖНВЛС составила 1,3%.

В первом месяце весны 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 6,51%.

Если сравнивать рост цен в марте 2014 г. на лекарства отечественного и импортного производства, то следует заметить, что цены на отечественные ГЛС увеличились существенно (на 0,7%), а на импортные – выросли на 0,2%.

Индекс цен, выраженный в американской валюте, в марте 2014 г. снизился на 2,2%. В период с декабря 2012 г. цены в долларах США на коммерческом рынке ГЛС снизились в среднем на 9,8%.

6. Биологически активные добавки

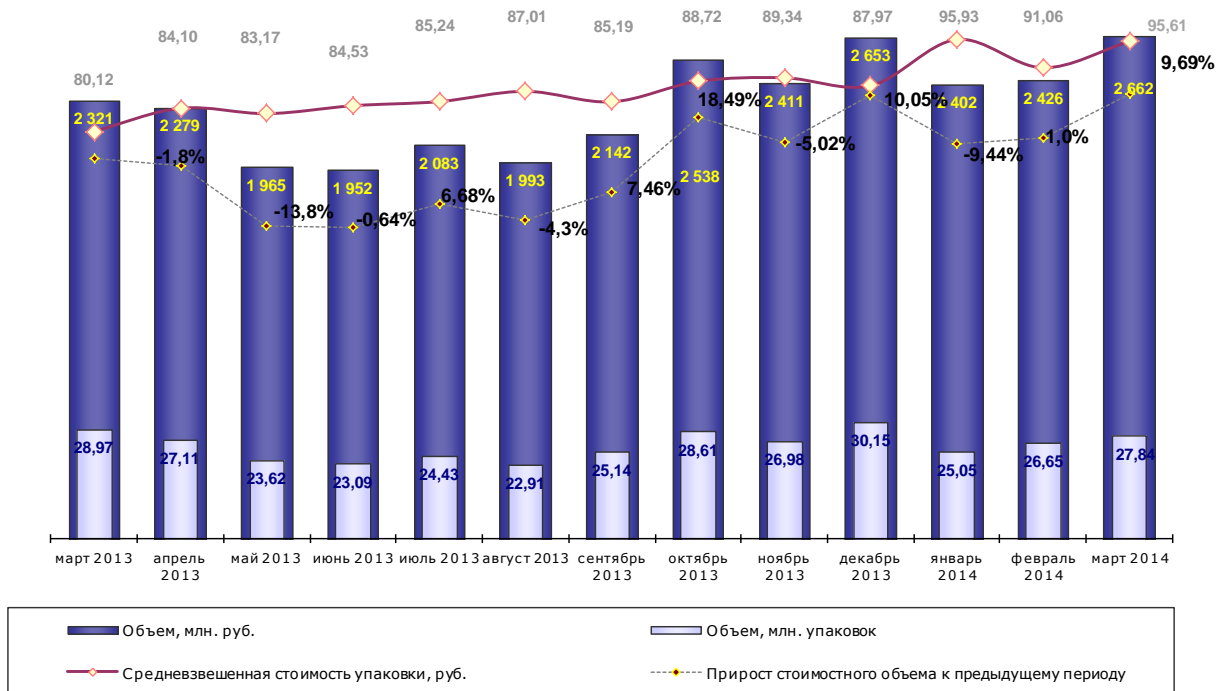
В марте 2014 года в аптечных учреждениях России продавалось 3 616 торговых наименований БАД, которые представляют 685 производителей.

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

График 6

Коммерческий рынок БАД России

в марте 2013 г. – марте 2014 г.



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

В марте 2014 г. емкость российского рынка БАД увеличилась в стоимостном выражении по сравнению с февралем на 9,7% и составила 2,66 млрд. руб. В натуральных единицах измерения рынок также вырос на 4,5% и составил 27,8 млн. упак.

В марте 2014 г. средняя цена упаковки БАД была равна 95,61 руб. Это на 5,0% дороже, чем в феврале, и на 19,3% дороже, чем в марте 2013 г.

За три месяца 2014 г. коммерческий рынок БАД увеличился в рублях 17,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в упаковках увеличение рынка за январь-март составило 1,7%.

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

Таблица 6

ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж

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

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб, %		Доля в натуральном объеме продаж, уп., %	
Февраль 2014 г.	Март 2014 г.		Февраль 2014 г.	Март 2014 г.	Февраль 2014 г.	Март 2014 г.
1	1		ЭВАЛАР ЗАО	18,50%	18,06%	12,40%
2	2	РИА ПАНДА	10,10%	9,47%	1,98%	1,91%
3	3	PHARMA-MED INC	3,80%	3,83%	0,90%	0,98%
7	4	ПОЛЯРИС ООО	2,30%	3,23%	0,15%	0,45%
4	5	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	3,11%	3,04%	1,13%	1,16%
8	6	NATUR PRODUKT	2,19%	2,50%	5,34%	5,80%
15	7	BAYER AG	1,38%	2,48%	0,47%	0,89%
5	8	ДИОД ОАО	2,42%	2,31%	1,45%	1,41%
6	9	POLENS (M) SDN BHD	2,34%	2,21%	0,22%	0,22%
11	10	RECORDATI S.P.A.	1,98%	2,14%	0,98%	1,10%
Итого:			48,12%	49,26%	25,02%	26,20%

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

В марте 2014 г. состав рейтинга производителей на аптечном рынке БАД немного изменился по сравнению с февралем – покинули рейтинг компании SOLGAR VITAMIN AND HERB и FERROSAN AG, новичками стали компании RECORDATI S.P.A. и BAYER AG. Позиции компаний в верхней части рейтинга не изменились. ПОЛЯРИС вошел в пятерку лидеров, этому способствовало увеличение продаж БАД этого производителя почти на 54%.

Самое заметное увеличение аптечных продаж было зафиксировано у компании BAYER AG – в марте 2014 г. спрос на БАД этого производителя вырос почти в два раза. Благодаря всплеску продажи БАД Супрадин.

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 2014 г.

Рейтинг		Торговое наименование	Производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб., %	
Февраль	Март			Февраль	Март
2014 г.	2014 г.			2014 г.	2014 г.
1	1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	4,76%	4,44%
2	2	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	3,54%	3,44%
4	3	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС ООО	2,08%	2,54%
3	4	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	2,42%	2,19%
5	5	ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ	POLENS (M) SDN BHD	1,90%	1,69%
15	6	СУПРАДИН КИДС ЮНИОР	BAYER AG	0,76%	1,43%
9	7	СУПРАДИН КИДС	АМАРНАРМ	1,29%	1,43%
8	8	НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	1,31%	1,25%
7	9	ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	1,32%	1,18%
6	10	ТРОПИКАНА СЛИМ	ЭВАЛАР ЗАО	1,45%	1,04%
10	11	ИНДИНОЛ	ЭКОФАРМИНВЕСТ ООО	1,18%	0,99%
11	12	ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ	ЭВАЛАР ЗАО	0,86%	0,94%
17	13	ТУРБОСЛИМ-НОЧЬ	ЭВАЛАР ЗАО	0,74%	0,93%
13	14	ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	LEK D.D.	0,79%	0,79%
16	15	ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	DR. MANN PHARMA	0,76%	0,75%
31	16	ТУРБОСЛИМ-ДЕНЬ	ЭВАЛАР ЗАО	0,50%	0,73%
21	17	ГЕПАТРИН	ЭВАЛАР ЗАО	0,70%	0,72%
12	18	ПУСТЫРНИК ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	0,81%	0,71%
18	19	КАПИЛАР	ДИОД ОАО	0,73%	0,71%
22	20	ВИТАМИШКИ IMMUNO+	PHARMA-MED INC	0,63%	0,69%
Итого:				28,54%	28,59%

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

Перечень торговых наименований БАД, вошедших по итогам марта 2014 г. в Топ-20, не сильно изменился по сравнению с февралем. Покинули рейтинг БАД следующих наименований МАКСИЛАК, ФЕМИБИОН НАТАЛКЕР II и ОБЕСОЛ, «новичками» стали ТУРБОСЛИМ-ДЕНЬ, ГЕПАТРИН и ВИТАМИШКИ IMMUNO+.

Состав и расположение марок в первой пятерке торговых наименований БАД в марте 2014 г. немного изменился по отношению к февралю – на третье место вышел РЕДУКСИН ЛАЙТ (прибавивший за месяц 34,5% к уровню продаж февраля), ФИТОЛАКС отметился 1%-ным снижением продаж, поэтому занял по итогам месяца лишь 4-е место в рейтинге. Из тройки лидеров снижение продаж также наблюдалось у ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ (-2,5%).

Сокращения продаж в марте 2014 г. были зафиксированы у уже упомянутых ФИТОЛАКСа (-1% к уровню продаж февраля), ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ (-2,5%), ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3 (-1,6%), ТРОПИКАНА СЛИМ (-21,6%), ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ (-12,7%), ПУСТЫРНИК ФОРТЕ (-14,6%).

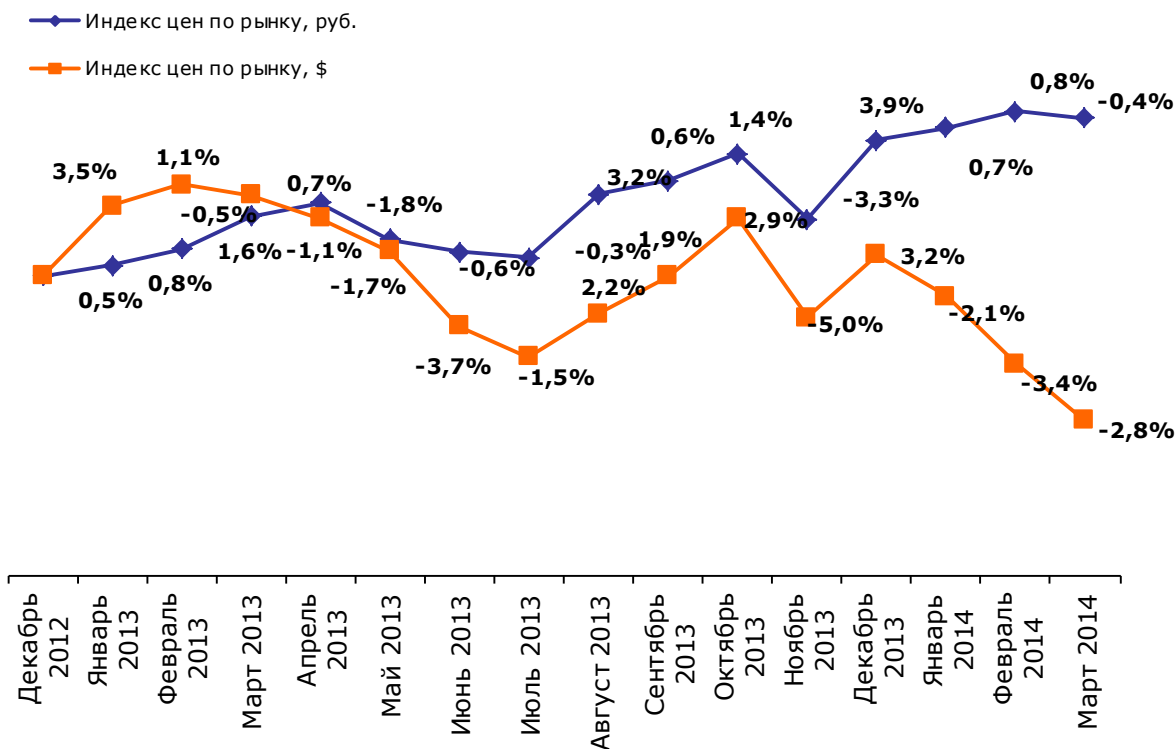
Заметим, что в первом месяце весны 2014 г. большинство БАД – участников рейтинга отметились ростом продаж. Максимальные приросты наблюдались по БАД следующих наименований: СУПРАДИН КИДС ЮНИОР (+105,8%), ИНДИНОЛ (+26,3%), ТУРБОСЛИМ-ДЕНЬ (+59,3%), РЕДУКСИН ЛАЙТ (+34,5%) и др.

Представленность компании Эвалар в рейтинге в марте 2014 г. традиционно максимальная – 7 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. – март 2014 г.



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

Согласно индексу Ласпейреса, в марте 2014 года по сравнению с февралем цены на БАД в рублях сократились на 0,4%. В долларах США, цены упали на 2,8%.

С начала 2013 года биологически активные добавки в среднем подорожали на 7,9% в рублях, и подешевели на 7,2% долларах США.

II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящен событиям, произошедшим на фармрынке в апреле 2014 г. Середина весны прошла под эгидой новостей со стороны производителей фарм.продукции – в прессе появлялись новости об открытии новых заводов, объединении крупных компаний или намерениях приобрести новые активы.

Кроме того, в апреле была утверждена государственную программу развития здравоохранения. Госпрограмма определяет развитие здравоохранения в России до 2020 года и реализуется в два этапа: первый этап (2013–2015 годы) – структурные преобразования; второй этап (2016–2020 годы) – развитие инновационного потенциала в здравоохранении.

На реализацию программы планируется выделить из бюджетов всех уровней 26 620,8 млрд рублей, в том числе из федеральных средств 2451,2 млрд рублей, бюджетов регионов – 11 079,4 млрд рублей, средств фонда ОМС – 13 090,2 млрд рублей. Однако финансирование госпрограммы будет уточняться при составлении проектов бюджетов на соответствующий год и плановый период.

1. Новости производителей

1. Sun Pharmaceutical покупает Ranbaxy за 3,2 млрд долл.

Индийская фармацевтическая компания Sun Pharmaceutical Industries Ltd. приобретает у японской Daiichi Sankyo Co. ее индийское подразделение Ranbaxy Laboratories Ltd. за 3,2 млрд долл. акциями (0,8 акций Sun за каждую акцию Ranbaxy).

Ranbaxy в последнее время находится под действием санкций FDA, запретившего экспорт в США продукции четырех индийских предприятий компании из-за проблем с качеством.

До запрета на долю США приходилось около 40% общего объема продаж индийской компании. В общем показателе продаж Daiichi Sankyo доля Ranbaxy составляет 20%.

Daiichi Sankyo приобрела контрольный пакет акций Ranbaxy в 2008 г. за 4,6 млрд долл.

По прогнозам, объем продаж объединенной компании составит 4,2 млрд долл. Daiichi Sankyo станет владельцем 9% акций Sun и получит право номинировать одного члена Совета директоров.

Сделку планируется завершить к концу декабря 2014 г. после ее одобрения акционерами Sun Pharma и Ranbaxy, а также соответствующих регуляторных органов.

Источник: Фармвестник

2. Pfizer подтвердила намерение приобрести AstraZeneca

Американская фармацевтическая компания Pfizer официально подтвердила намерение приобрести фармпроизводителя AstraZeneca.

В сообщении Pfizer отмечается, что предложение о присоединении AstraZeneca было сделано еще в январе этого года, однако после непродолжительного периода переговоров, обсуждение возможной сделки было прекращено. Тогда американская корпорация была готова заплатить по 46,61 фунтов (76,62 доллара) за каждую акцию AstraZeneca, что на 30% больше, чем реальная стоимость акций на тот момент.

В этом месяце, 26 апреля, представители Pfizer снова связались с AstraZeneca и возобновили переговоры о покупке компании. Однако последняя по-прежнему не готова обсуждать слияние. Pfizer в настоящий момент рассматривает возможные варианты действий.

Источник: remedium

3. Фармацевтическая группа Sanofi подумывает организовать производство в Ленобласти

Компания Sanofi рассматривает возможность расширения производства в России, для одной из площадок рассматривается участок в Ленинградской области

Сейчас рассматривается возможность покупки или готовых производств, или молекулярных.

Источник: dp.ru

4. GSK и Novartis создают совместное предприятие по производству безрецептурных ЛС

GlaxoSmithKline и Novartis объявили о намерении создать совместное предприятие по выпуску безрецептурных препаратов и обменяться рядом активов, сообщает CNBC. Совместное предприятие по продаже безрецептурных ЛС, по прогнозам экономистов GSK, будет приносить компаниям ежегодно около 10,9 млрд долларов.

Помимо этого, по словам представителей Novartis, компания приобретет у GlaxoSmithKline подразделение по производству противораковых препаратов за 14,5 млрд долларов, а GSK заплатит 7,1 млрд долларов (плюс роялти) за вакцинный бизнес Novartis за исключением вакцины против гриппа, которая будет продана третьей стороне.

Одновременно с объявлением о трансформации бизнесов GlaxoSmithKline и Novartis стало известно о приобретении американской фармкомпанией Eli Lilly ветеринарного подразделения Novartis за 9,06 млрд долларов наличными. Как ожидает Eli Lilly, ее приобретение будет приносить прибыль уже с 2016 года.

Источник: [remedium](#)

5. Abbott может выкупить 81,1% акций фармпроизводителя «Верофарм»

До конца лета американская компания Abbott может купить контрольный пакет акций российского фармпроизводителя «Верофарм». Как сообщает издание «Коммерсантъ», основной владелец Московского кредитного банка (МКБ) Роман Авдеев продает свои 81,1% акций компании «Верофарм».

По мнению финансовых аналитиков, приобретение российской фармкомпания важно для Abbott, так как позволяет получить собственное производство в стране. Локализация производства укрепит позиции Abbott на российском фармрынке в преддверии возможного введения новых ограничений на участие иностранных производителей в госзакупках ЛС.

Компании «Верофарм», основанной в 1997 году, принадлежат на территории РФ три завода по выпуску рецептурных дженериков.

Источник: [remedium](#)

6. В Рязанской области запущен инновационный фармзавод.

В Рязанской области состоялось открытие первой очереди биотехнологического инновационного комплекса по разработке, внедрению и выпуску лекарственных средств. Производственный центр отвечает стандартам GMP и является крупнейшим в Восточной Европе.

Предприятие стоимостью 4,8 млрд рублей рассчитано на полный цикл производства лекарственных препаратов. В рамках проекта планируется выпуск четырнадцати видов продукции, в том числе вакцин, пробиотиков, бактериофагов, препаратов для лечения рассеянного склероза, почечной недостаточности, заболеваний предстательной железы и суставов, лейкозов, гепатитов В и С. Часть медикаментов станет отечественными аналогами соответствующих импортных лекарств.

Ввод второй очереди производственного комплекса запланирован на 2015 год. Инвестором выступила компания «Форт».

Источник: [recipe.ru](#)

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>