



Фармацевтический рынок России

Январь 2022

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – январь 2022
- события фармацевтического рынка – февраль 2022



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



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



СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
I. Коммерческий рынок ЛП России в январе 2022 года	4
1. Объём коммерческого рынка ЛП России	4
2. Структура коммерческого рынка ЛП России	6
2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий	6
2.2. Соотношение импортных и локализованных препаратов	7
2.3. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска	8
2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам	9
2.5. Соотношение оригинальных и дженериковых лекарственных препаратов	12
3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов	14
4. Препараты-лидеры продаж	16
5. Биологически активные добавки	18
II. События фармацевтического рынка	24

Акционерное общество «Группа ДСМ»

Генеральный директор

Сергей Шуляк
+7 (495) 722-19-07

Директор по исследованиям

Юлия Нечаева
+7 (909) 992-31-33

Аналитик

Ирина Шарапова

Оформление и вёрстка

Ирина Шарапова

Аналитический обзор

Фармацевтический рынок России

Выпуск: январь 2022 года

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

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

www.dsm.ru

© DSM Group, 1999-2022. Все права сохраняются.

При полном или частичном использовании материалов документа ссылка

на DSM Group обязательна. Все торговые марки являются торговыми знаками их владельцев.



РЕЗЮМЕ

Объём коммерческого рынка ЛП в январе 2022 г. составил 116,4 млрд руб. (в розничных ценах). По сравнению с декабрем 2021 г. ёмкость рынка выросла на 4,4%. Относительно января 2021 г. в текущем году рынок показал увеличение объёма продаж на 19,3%. В натуральных единицах измерения объём реализации лекарственных препаратов в январе 2022 г. составил 425 млн упак., что на 3,5% больше, чем месяцем ранее, и на 9,2% больше, чем в январе прошлого года.

Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата на коммерческом рынке России в январе 2022 г. стала выше на 0,9% по сравнению с декабрем 2021 г., и составила 273,8 руб.

Структура коммерческого рынка ЛП в январе 2022 г. по ценовым сегментам изменилась в пользу дорогостоящих препаратов относительно января 2021 г. Удельный вес лекарств с ценой свыше 500 рублей вырос на 3,7%, и составил 51,5% в январе 2022 г. Доля ценового диапазона «от 150 до 500 руб.» за год уменьшилась на 2,8% до 36,4%. Доля сегмента лекарств со стоимостью упаковки 50-150 руб. сократилась с 10,2% до 9,6%. Удельный вес группы дешёвых лекарственных препаратов «до 50 руб.» уменьшился на 0,3% относительно января прошлого года, и составил 2,5%.

По итогам января 2022 г. 64,0% препаратов, реализованных на рынке, производились на территории России (локализованные препараты) в натуральных единицах измерения, однако в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств в стоимостном выражении они заняли 46,4%.

Коммерческий сегмент рынка в январе 2022 г. на 38,8% был представлен рецептурными препаратами и на 61,2% ОТС-средствами в упаковках; в стоимостном объёме рынок по типу отпуска приблизительно разделён пополам.

Рейтинг компаний по стоимостному объёму продаж в январе 2022 г. возглавила отечественная компания «Отисифарм», на втором месте — Bayer, на третьем — Novartis. ТОП-3 брендов ЛП по стоимостному объёму аптечных продаж в России по итогам января состоял из таких препаратов как «Арбидол» (2,5%); «Эликвис» (1,3%); на третьем месте — «Ксарелто» (1,3%).

Объём российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в январе 2022 г. вырос на 6,3% относительно декабря 2021 г., и составил 8,3 млрд руб. В натуральном выражении объём аптечного рынка БАД в первом месяце 2022 г. увеличился на 3,1% по сравнению с предыдущим месяцем, и составил 29,8 млн упак. Средневзвешенная цена упаковки БАД в январе 2022 г. по сравнению с декабрем 2021 г. стала выше на 3,1%, и составила 278,1 руб. ТОП-3 производителей БАД занял 29,7% рынка в январе 2022 г. в стоимостном выражении; рейтинг состоит из компаний «Эвалар» (16,7%), Solgar Vitamin and Herb (7,5%) и PharmaMed (5,6%).

I. Коммерческий рынок ЛП России в январе 2022 года

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

Коммерческий сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные продажи ЛП и парафармацевтики без учёта продаж по Программе ДЛО.

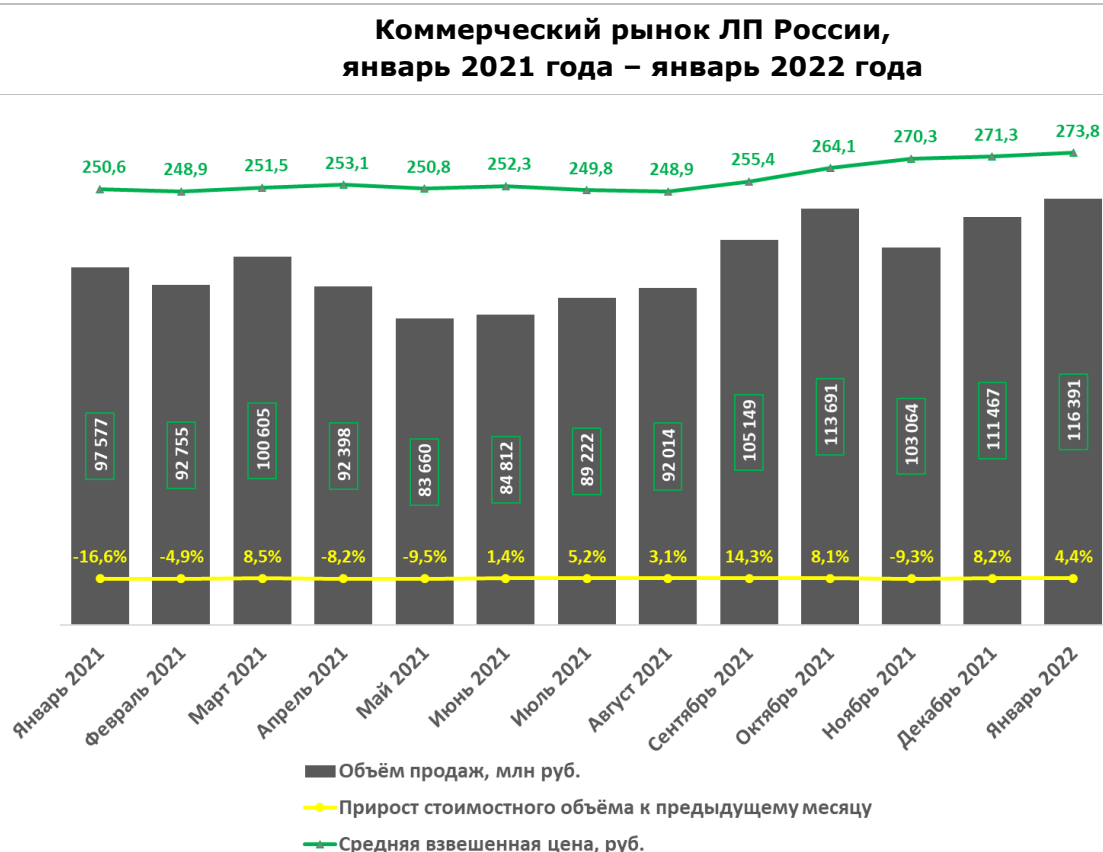
Государственный сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные продажи ЛП по Программе ДЛО, а также реализацию через ЛПУ.

Далее рассматриваются продажи ЛП в коммерческом сегменте фармацевтического рынка.

1. Объём коммерческого рынка ЛП России

На графике 1 представлена динамика объёма коммерческого рынка ЛП России с января 2021 г. по январь 2022 г.

График 1



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

По данным Ежемесячного розничного аудита фармацевтического рынка России, проводимого компанией DSM Group, **объём коммерческого рынка ЛП в январе 2022 года составил 116,4 млрд руб. (в розничных ценах)**. Относительно декабря 2021 г. ёмкость выросла на 4,4%, а по отношению к январю 2021 г. рынок в первом месяце 2022 г. показал увеличение объёма продаж на 19,3%.



В натуральных единицах измерения объём реализации лекарственных препаратов в январе 2022 г. составил 425,0 млн упак., что на 3,5% больше, чем месяцем ранее, и на 9,2% больше, чем в январе прошлого года.

Средняя стоимость упаковки ЛП в январе 2022 г. стала выше на 0,9% по сравнению с декабрём 2021 г., и составила 273,8 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в текущем месяце с январём 2021 г., то следует отметить рост цены на 9,3%.

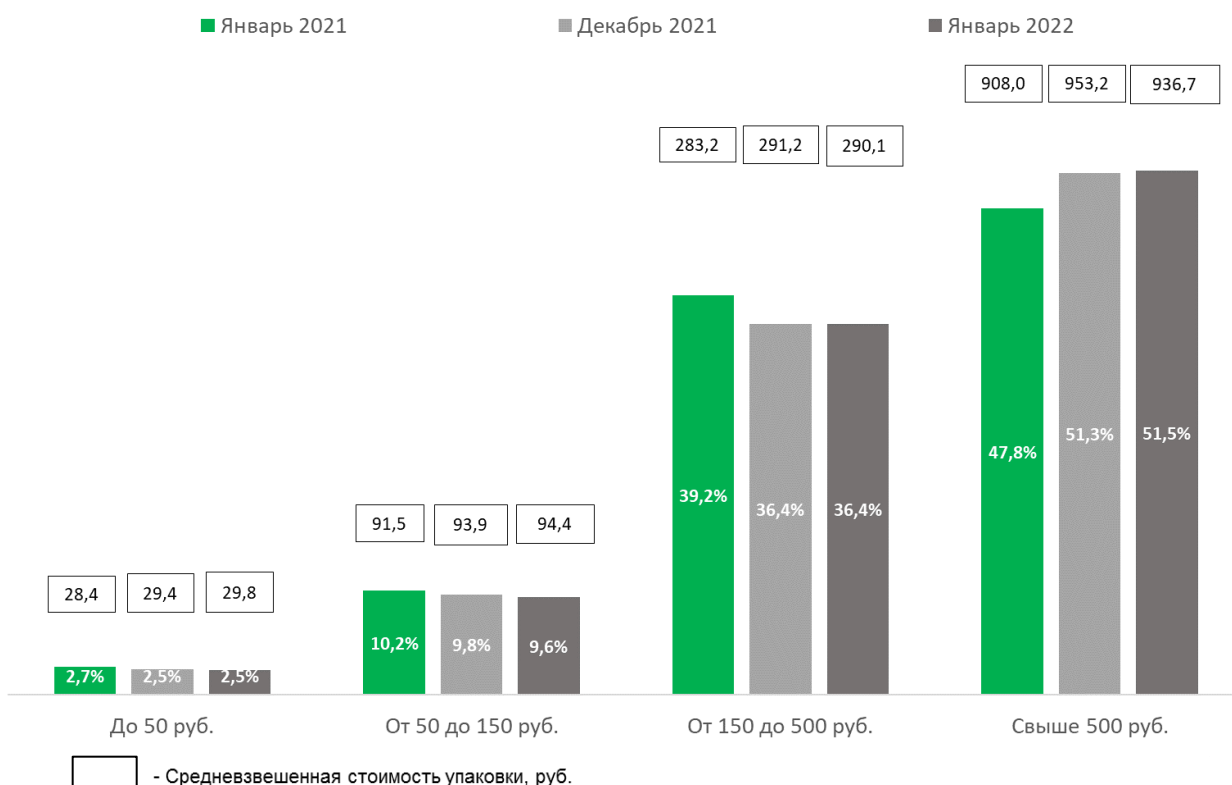
2. Структура коммерческого рынка России

2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий

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

График 2

Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке ЛП России в январе 2022 года



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

Данные графика 2 свидетельствуют о том, что структура коммерческого рынка ЛП по ценовым категориям изменилась в пользу дорогостоящих препаратов относительно января 2021 г. Доля сегмента «свыше 500 рублей» в январе 2022 г. заметно увеличилась – на 3,7%, составив 51,5%. Средневзвешенная стоимость лекарственных препаратов данной группы в январе 2022 г. стала выше на 3,2% относительно аналогичного периода 2021 г., и составила 936,7 руб./упак.

В январе 2022 г. препараты из ценового диапазона «от 150 до 500 руб.» заняли 36,4% рынка. Относительно аналогичного месяца 2021 г. доля данной категории уменьшилась на 2,8%. Средневзвешенная цена составила 290,1 руб. (+2,4% к январю 2021 г.).



Удельный вес сегмента лекарств со стоимостью упаковки 50-150 рублей уменьшился на 0,6% по сравнению с январём 2021 г., и составил 9,6%. Средневзвешенная цена упаковки при этом стала выше на 3,2% (94,4 руб.).

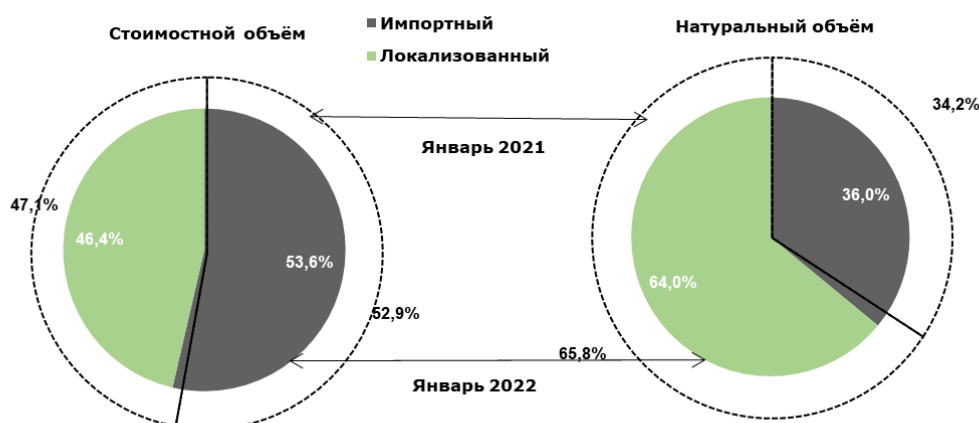
Доля дешёвых лекарственных средств с ценой до 50 рублей также уменьшилась на 0,3% по сравнению с январём 2021 г. до 2,5% в январе текущего года. Средневзвешенная цена составила 29,8 руб. (+4,9%).

2.2. Соотношение импортных и локализованных препаратов

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

График 3

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в январе 2022 года



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.

СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Примечание: локализованные ЛП – ЛП, произведённые на территории России

В январе 2022 г. было отмечено уменьшение доли препаратов, произведённых на территории России, по отношению к январю предыдущего года – на 0,8% в денежном выражении и на 1,7% в натуральном объёме. Локализованные лекарства преобладали в натуральном объёме рынка — 64,0% по итогам месяца, и составили 46,4% в стоимостном объёме аптечного рынка РФ.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить увеличение продаж в упаковках у импортных препаратов – на 14,7%, у локализованных лекарств количество реализованных пачек выросло на 6,3%. Обе категории препаратов в денежном эквиваленте демонстрируют положительную динамику: у препаратов, произведённых на территории России, объём продаж увеличился на 17,4%, у лекарственных средств импортного производства – на 21,0%.

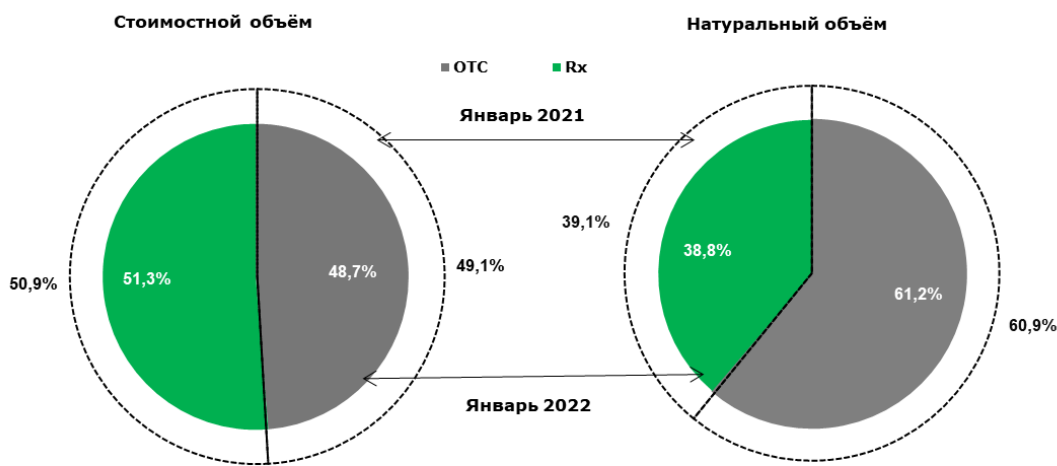
За год средневзвешенная стоимость упаковки локализованных лекарств стала выше на 10,4%, и составила в январе 2022 г. 198,3 руб. В то время как цена на импортные препараты выросла на 5,5% — до 408,3 руб./упак.

2.3. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

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

График 4

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в январе 2022 года



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

Традиционно зимой в сезон простудных заболеваний и гриппа доля безрецептурных препаратов возрастает, а продажи Rx-препаратов падают. Это связано с сезонностью продаж противовирусных и противомикробных препаратов, которые в основной своей массе отпускаются без рецепта.

В январе 2022 г. отсутствовала традиционная сезонность. Так, в отчетном периоде доля продаж Rx-препаратов оказалась выше, чем доля препаратов безрецептурного отпуска: 51,3% и 48,7% соответственно (в денежном эквиваленте). Доля, которую занимали безрецептурные средства в рублях, сократилась на 0,4%. Что касается натурального объема потребления, то распределение долей между лекарствами в зависимости от типа отпуска выросло, наоборот, в пользу OTC-препаратов – на 0,4%, в итоге они заняли 61,2% рынка, а Rx-лекарства – 38,8%.

Продажи рецептурных лекарств в январе 2022 г. выросли по отношению к аналогичному периоду 2021 г. на 20,2% в рублях (+10 млрд руб.) и на 8,1% в упаковках (+12 млн упак.). Что касается средней цены упаковки Rx-препарата, то она стала выше на 11,1% относительно января 2021 г., составив 362,5 руб.

Темп прироста продаж безрецептурных лекарственных средств в январе 2022 г. по отношению к январю 2021 г. составил 18,4% (+9 млрд руб.). Объем реализованных пачек вырос на 9,8% (+23 млн упак.). Средняя цена OTC-препаратов в 1,7 раза ниже цены лекарств, отпускаемых по рецепту врача: в январе 2022 г. она составила 217,7 руб./упак., что на 7,8% выше, чем в аналогичном месяце 2021 г.



2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в декабре 2021 г. – январе 2022 г. представлено в таблице 1.

Таблица 1

Соотношение долей АТС-групп I уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в декабре 2021 года – январе 2022 года

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объема продаж			Доля от натурального объема продаж		
	Декабрь	Январь	Изменение доли	Декабрь	Январь	Изменение доли
	2021	2022		2021	2022	
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,2%	18,1%	-0,04%	16,2%	16,0%	-0,2%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,0%	12,9%	-0,04%	17,1%	17,2%	0,1%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	13,0%	12,6%	-0,4%	13,2%	12,8%	-0,4%
J Противомикробные препараты для системного использования	10,4%	11,9%	1,4%	9,1%	10,0%	0,8%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,1%	11,0%	0,0%	14,9%	15,0%	0,2%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,6%	7,4%	-0,2%	7,5%	7,4%	-0,1%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,4%	6,1%	-0,3%	2,0%	1,9%	-0,1%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	6,1%	5,9%	-0,2%	3,5%	3,4%	-0,1%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	4,9%	4,9%	-0,1%	7,6%	7,5%	-0,1%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,4%	3,5%	0,1%	1,8%	1,9%	0,1%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,5%	2,3%	-0,2%	2,5%	2,4%	-0,1%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,8%	1,7%	0,0%	2,8%	2,7%	-0,1%
V Прочие препараты	0,8%	0,7%	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,6%	0,6%	0,0%	0,8%	0,7%	0,0%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%

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

За месяц расстановка АТС-групп в рейтинге несколько изменилась. По итогам января 2022 г. максимальная доля (18,1%) в стоимостном объеме коммерческого рынка



ЛП традиционно принадлежит препаратам АТС-группы [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». По сравнению с декабрем 2021 г. наблюдается снижение веса данной группы в общем объеме рынка (-0,04%) несмотря на прирост продаж на 4,2%. Лидерами группы [А] стали: гепатопротектор «Гептрал» (доля в группе 3,6% в руб.), эубиотик «Линекс» (2,3%), а также ещё один препарат для лечения заболеваний печени и желчевыводящих путей «Эссенциале» (2,2%).

На второй строчке в январе 2022 г. расположились препараты, относящиеся к группе [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», доля которых уменьшилась на 0,04%, и составила 12,9%. Объем реализации лекарств АТС-группы [R] увеличился на 4,1%. Лидерами среди препаратов для лечения заболеваний респираторной системы оказались муколитик «АЦЦ» (доля в группе 3,9% в руб.), антибиотик «Граммидин» (3,8%) и антисептический препарат для лечения заболевания горла «Стрепсилс» (3,3%).

Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (+1,0% относительно декабря 2021 г.) заняли третье место по объёму продаж в январе 2022 г., их доля сократилась на 0,4%, и составила 12,6%. Ведущими брендами группы [C] являются венозотоник «Детралекс» (доля в группе 4,4% в руб.), гипотензивные средства «Лориста» (3,9%) и «Конкор» (3,3%).

Объём реализации у 12 групп из 15 в январе 2022 г. вырос по отношению к декабрю 2021 г. Наибольшую положительную динамику показали следующие группы: [P] «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (+20,0%), [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (+18,7%) и [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (+7,5%). Относительно декабря прошлого года продажи заметнее всего снизились у препаратов для лечения заболеваний органов чувств (-3,0%).

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 2021 и 2022 гг.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в январе 2021-2022 гг. представлено в таблице 2.

В долевом отношении в январе 2022 г. по сравнению с первым месяцем прошлого года произошли заметные сдвиги: изменение долей стоимостного объёма было в пределах $\pm 2\%$. Если проанализировать динамику абсолютных показателей продаж, то можно отметить увеличение реализации у всех АТС-групп.

Максимальным увеличением продаж отметились следующие группы: [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (+38,9% относительно января 2021 г.), [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (+38,7%) и [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (+38,6%).

Что касается противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов, то на динамику данной группы в большей мере повлияли продажи иммуномодуляторов «Гриппферон» (+221,4% относительно января 2021 г.), «Галавит» (+113,0%) и «Цитовир-3» (+57,1%).

Среди ведущих препаратов, влияющих на кроветворение и кровь, в январе 2022 г. наибольший темп прироста объёма продаж наблюдался у антикоагулянтных средств

прямого действия «Клексан» (+165,2% относительно января 2021 г.), «Эликвис» (+106,6%) и «Ксарелто» (+50,3%).

Таблица 2

Соотношение долей АТС-групп I уровня в объёме аптечных продаж ЛП в России в январе 2021-2022 годов

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объёма продаж			Доля от натурального объёма продаж		
	Январь 2021	Январь 2022	Изменение доли	Январь 2021	Январь 2022	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,0%	18,1%	-0,9%	17,1%	16,0%	-1,1%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	11,7%	12,9%	1,2%	15,7%	17,2%	1,5%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	14,6%	12,6%	-2,0%	14,2%	12,8%	-1,4%
J Противомикробные препараты для системного использования	10,2%	11,9%	1,7%	8,3%	10,0%	1,7%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	10,9%	11,0%	0,1%	15,0%	15,0%	0,0%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,7%	7,4%	-0,3%	7,7%	7,4%	-0,2%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,7%	6,1%	-0,5%	2,1%	1,9%	-0,1%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	5,1%	5,9%	0,8%	3,1%	3,4%	0,2%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,5%	4,9%	-0,6%	8,4%	7,5%	-0,9%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,0%	3,5%	0,5%	1,4%	1,9%	0,5%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,5%	2,3%	-0,1%	2,5%	2,4%	-0,1%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,7%	1,7%	0,1%	2,9%	2,7%	-0,2%
V Прочие препараты	0,7%	0,7%	0,1%	0,5%	0,7%	0,2%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,6%	0,6%	0,0%	0,7%	0,7%	0,1%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%

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

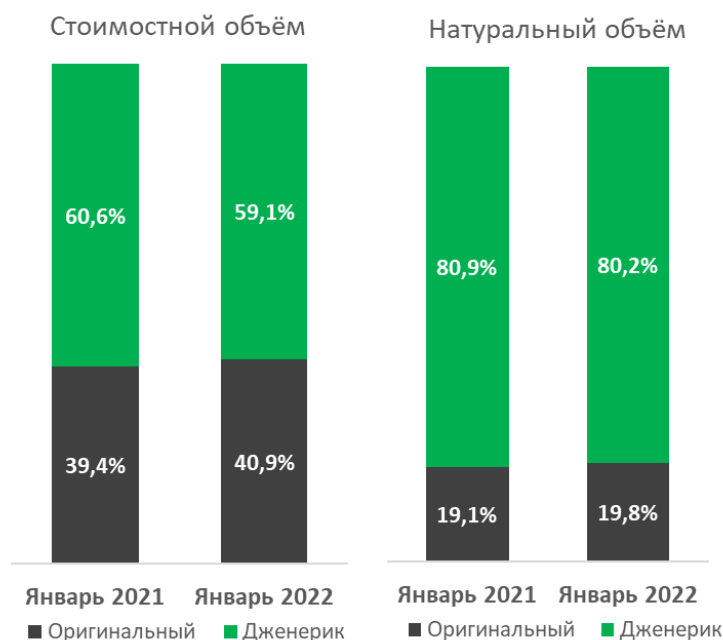
Ключевую роль в увеличении реализации противомикробных препаратов для системного использования сыграли противовирусные средства «Триазавирин» (+363,4% относительно января 2021 г.), «Арепливир» (+209,3%) и «Арбидол» (+99,2%).

2.5. Соотношение оригинальных и дженериковых лекарственных препаратов

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

График 5

Соотношение объёмов продаж оригинальных и дженериковых ЛП на аптечном рынке России в январе 2021-2022 гг.



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

В январе 2022 г. доля оригинальных препаратов выросла на 1,5% в рублях и на 0,7% в упаковках по сравнению с январём 2021 г. При этом преобладание группы дженериковых лекарственных средств значительно — 59,1% в стоимостном выражении и 80,2% — в натуральном эквиваленте.

Около половины от объёма продаж всех дженериков по итогам января 2022 г. распределена среди трёх АТС-групп – это «препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 19,2% в руб.), «препараты для лечения заболеваний нервной системы» (15,4%) и «препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (13,2%). В наименьшей степени дженериковые лекарственные средства представлены в группе «противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (0,3%).

Структура распределения оригинальных препаратов различна. В тройку наиболее популярных АТС-групп вошли «препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 16,6% в руб.), «противомикробные препараты для системного



использования» (13,5%) и «препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (12,5%).

Более заметное переключение с оригинальных на дженериковые препараты отмечено у АТС [Н] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» (+12,5%) и [V] «Прочие препараты» (+9,9%). А вот у противомикробных препаратов для системного использования (+6,2%) и препаратов, влияющих на кроветворение и кровь (+4,3%), наоборот, растёт доля оригинальных препаратов.

В разрезе АТС-классификатора есть группы с преобладанием дженериковых препаратов: так, например, наибольшую долю дженерики по сравнению с оригинальными препаратами занимают на рынке противопаразитарных препаратов, инсектицидов и репеллентов — 95,3%. Оригинальные средства преобладают среди препаратов, влияющих на кроветворение и кровь (73,0%), и препаратов без указания АТС-группы (63,9%).



3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В январе 2022 г. аптеки реализовали лекарственные препараты, которые произвели 828 фармацевтических компаний.

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

Таблица 3

ТОП-10 производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в России в январе 2022 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля	Прирост Январь 2022 / Декабрь 2021
Декабрь 2021	Январь 2022				
1	1	Отисифарм	6 177,7	5,3%	19,8%
2	2	Bayer	4 895,7	4,2%	4,8%
3	3	Novartis	3 969,6	3,4%	0,4%
4	4	Stada	3 862,1	3,3%	2,6%
5	5	Sanofi	3 619,8	3,1%	3,3%
8	6	GlaxoSmithKline	3 541,7	3,0%	14,9%
6	7	Teva	3 409,7	2,9%	2,8%
7	8	Abbott	3 296,9	2,8%	4,2%
9	9	A. Menarini	3 271,6	2,8%	6,3%
10	10	Servier	3 037,5	2,6%	1,8%
Итого:			39 082,3	33,6%	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.

СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Состав ТОП-10 компаний-производителей, лидирующих по объёмам продаж на коммерческом рынке ЛП в рублях, изменился относительно декабря 2021 г. только в плане расстановки компаний.

Российская компания «Отисифарм» (доля 5,3% в руб.) в январе 2022 г. заняла первую строчку. Увеличение продаж на 19,8% в большей мере произошло за счёт роста спроса на противовирусные средства «Амиксин» (+40,3% относительно декабря 2021 г.) и «Арбидол» (+31,9%), а также на линейку безрецептурных препаратов «Максиколд» (+25,8%), предназначенных для борьбы с симптомами простуды и гриппа. Падение из первой «десятки» показал только препарат «Тауфон» (-1,2%).

Корпорация Bayer (доля 4,2% в рублях) расположилась на 2-й позиции. Объём реализации по сравнению с декабрем 2021 г. вырос на 4,8%. Девять ведущих брендов фирмы из ТОП-10 показали положительную динамику, наибольший темп прироста был отмечен у антацидного средства «Ренни» (+12,0% относительно декабря 2021 г.), витаминно-минеральных комплексов «Супрадин» (+11,5%) и антикоагулянтного препарата «Ксарелто» (+6,7%). Среди ключевых брендов ассортиментного ряда немецкого производителя падение показал бренд «Терафлекс» (-4,0%).



Третье место рейтинга за собой сохранил производитель Novartis (доля 3,4% в руб.), который за месяц нарастил объём реализации лишь на 0,4%. «Хиты» фирмы (входят в ТОП-10), которые за месяц отметились максимальным приростом потребления: антибиотик «Амоксиклав» (+8,5% относительно декабря 2021 г.), противогрибковое средство «Экзодерил» (+5,4%) и МИБП «Бронхо-Мунал» (+5,1%). Снижение продемонстрировали: ЛП, влияющий на систему ренин-ангиотензин, «Юперо» (-8,0%), противодиарейный препарат «Линекс» (-3,3%), антибактериальный препарат для местного применения «Банеоцин» (-3,3%).

Изменение ТОПа производителей в январе 2022 г. по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. представлено в таблице 4.

Таблица 4

ТОП-10 фирм-производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в России в январе 2022 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля	Прирост Январь 2022 / Январь 2021
Январь 2021	Январь 2022				
1	1	Отисифарм	6 177,7	5,3%	25,3%
2	2	Bayer	4 895,7	4,2%	10,2%
3	3	Novartis	3 969,6	3,4%	7,8%
4	4	Stada	3 862,1	3,3%	13,7%
5	5	Sanofi	3 619,8	3,1%	9,6%
9	6	GlaxoSmithKline	3 541,7	3,0%	26,8%
6	7	Teva	3 409,7	2,9%	3,3%
8	8	Abbott	3 296,9	2,8%	15,0%
10	9	A. Menarini	3 271,6	2,8%	19,2%
7	10	Servier	3 037,5	2,6%	4,6%
Итого:			39 082,3	33,6%	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.

СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10, в январе 2022 г. составила 33,6% от стоимостного объёма продаж препаратов на всём коммерческом аптечном рынке ЛП, при этом в натуральном выражении эти производители занимают долю ниже — 24,3%.

Рейтинг возглавил отечественный производитель «Отисифарм», продажи которого за год увеличились на 25,3%. Доля компании на рынке за год выросла на 0,3%, и составила 5,3% по итогам января 2022 г. Немецкая корпорация Bayer расположилась на втором месте, объём реализации производителя вырос на 10,2%. Вес компании на рынке уменьшился на 0,3%. Третье место заняла фирма Novartis (доля уменьшилась на 0,4% до 3,4%), которая показала темп прироста +7,8% относительно января прошлого года.

Помимо лидера рейтинга самым заметным приростом продаж отметились производители: GlaxoSmithKline (+26,8% по сравнению с январём 2021 г.) и A. Menarini (+19,2%).

4. Препараты–лидеры продаж

ТОП-20 брендов ЛП по объёму аптечных продаж в РФ в январе 2022 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 брендов ЛП по стоимостному объёму продаж в России в январе 2022 года

Рейтинг		Бренд	Стоимостной объём, млн руб.	Доля	Прирост Январь 2022 / Декабрь 2021
Декабрь 2021	Январь 2022				
1	1	Арбидол	2 938,1	2,5%	31,9%
2	2	Эликвис	1 568,8	1,3%	1,8%
3	3	Ксарелто	1 527,7	1,3%	6,7%
4	4	Ингавирин	1 299,2	1,1%	33,7%
7	5	ТераФлю	1 028,5	0,9%	45,6%
6	6	Гриппферон	832,2	0,7%	15,3%
5	7	Нурофен	771,8	0,7%	-3,8%
8	8	Гептрал	751,1	0,6%	12,3%
9	9	Мирамистин	682,1	0,6%	5,6%
11	10	Детралекс	651,9	0,6%	6,2%
14	11	Пенталгин	604,5	0,5%	6,8%
16	12	Нимесил	598,4	0,5%	12,1%
10	13	Мексидол	590,3	0,5%	-4,8%
12	14	АЦЦ	585,3	0,5%	-1,5%
18	15	Граммидин	578,7	0,5%	13,1%
15	16	Лориста	578,6	0,5%	3,8%
13	17	Кардиомагнил	577,4	0,5%	-0,1%
17	18	Амоксиклав	572,2	0,5%	8,5%
27	19	Стрепсилс	502,1	0,4%	18,0%
20	20	Конкор	490,4	0,4%	-2,4%
Итого:			17 729,2	15,2%	

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составила 15,2% от всего коммерческого аптечного рынка ЛП, что на 1% больше, чем в декабре 2021 г. В январе 2022 г. рейтинг заметно изменился по отношению к предыдущему месяцу. Помимо перестановки игроков внутри ТОП-20, в рейтинг вошёл один новый бренд – препарат для лечения заболеваний горла «Стрепсилс» (+8 строчек). Рейтинг покинул эубиотик «Линекс» (21-я строчка по итогам января текущего года).



Тройку лидеров лекарственных препаратов коммерческого рынка перестановки не затронули. Позицию ведущего бренда занимает противовирусный препарат «Арбидол» (+31,9% относительно декабря 2021 г.) от российской компании «Отисифарм». Следующие две строчки – у антикоагулянтов. Бренд «Эликвис» (+1,8%) производства Pfizer расположился на второй строчке. Третье место – у марки «Ксарелто» (+6,7%) немецкой корпорации Bayer.

15 брендов ТОП-20 показали увеличение продаж, максимальный темп прироста был отмечен у препарата для лечения симптомов ОРВИ «ТераФлю» (+45,6%) и противовирусных средств «Ингавирин» (+33,7%) и «Арбидол» (+31,9%). Заметное снижение объема реализации за анализируемый период продемонстрировали антиоксидантное средство «Мексидол» (-4,8%) и анальгезирующий препарат «Нурофен» (-3,8%).

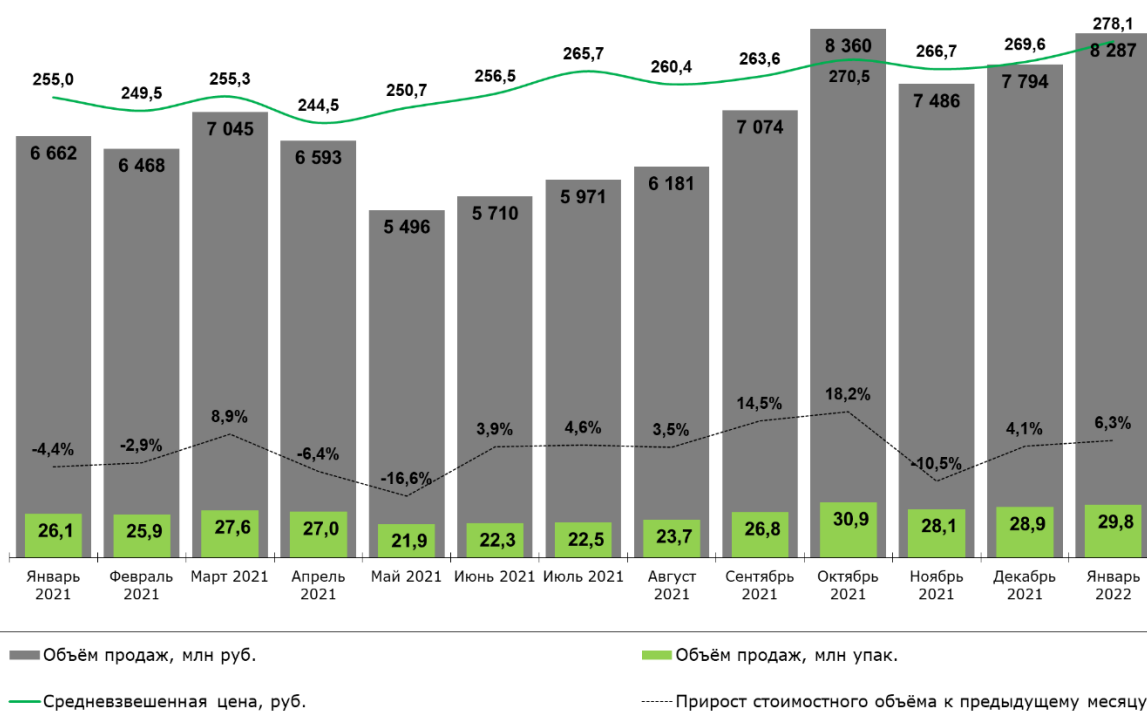
5. Биологически активные добавки

В январе 2022 г. аптечные учреждения России реализовали 2 238 брендов биологически активных добавок от 807 производителей.

На графике 6 отражена динамика объёма аптечного рынка БАД России с января 2021 г. по январь 2022 г.

График 6

Аптечный рынок БАД России январь 2021 года – январь 2022 года



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

При сравнении с декабрём 2021 г. объём реализации биодобавок вырос в стоимостном выражении на 6,3%, в натуральных единицах измерения – на 3,1%. Ёмкость российского рынка БАД в январе 2022 г. составила 29,8 млн упак. на сумму 8,3 млрд руб.

В январе 2022 г. средневзвешенная цена упаковки БАД была равна 278,1 руб., что на 3,1% выше, чем месяцем ранее.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объёмом аптечных продаж в России в январе 2022 г.

В январе 2022 г. рейтинг производителей на аптечном рынке БАД несколько изменился по сравнению с аналогичным периодом 2021 г., в ТОП-10 за счёт существенного прироста продаж вошла одна новая компания – «Квадрат-С». Девять из десяти ведущих производителей биодобавок продемонстрировали прирост объёма реализации.



Таблица 6

ТОП-10 производителей БАД по стоимостному объёму продаж в России в январе 2022 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля	Прирост Январь 2022 / Январь 2021
Январь 2021	Январь 2022				
1	1	Эвалар	1 380,5	16,7%	3,4%
2	2	Solgar Vitamin and Herb	617,7	7,5%	9,8%
3	3	PharmaMed	462,0	5,6%	31,6%
5	4	Unipharm	329,8	4,0%	45,7%
4	5	Stada	270,2	3,3%	12,1%
6	6	Queisser Pharma	247,9	3,0%	20,2%
7	7	Биннофарм Групп	196,0	2,4%	-0,2%
8	8	Dr.Reddy's	177,3	2,1%	7,4%
10	9	Bayer	162,4	2,0%	37,2%
11	10	Квадрат-С	155,8	1,9%	33,6%
Итого:			3 999,7	48,3%	

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.

СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Традиционно ведущим производителем БАД является «Эвалар» с долей 16,7% в рублях (объём продаж компании вырос на 3,4%). Увеличение продаж российской корпорации обеспечили: БАД – хондропротектор «Хонда» (+157,6% к январю 2021 г.), серия травяных чаёв «Эвалар Био» (+12,8%) и линейка с различными продуктами «Эвалар» (+8,1%). При этом у линейки средств для похудения «Турбослим» (-16,5%), добавки «Формула Спокойствия» (-15,3%), нормализующей процессы возбуждения и торможения в ЦНС, и БАД «Фитолак» (-11,2%), влияющего на моторно-эвакуаторную функцию кишечника, заметно снизилась реализация.

Второе место – у американского производителя Solgar Vitamin and Herb (доля на рынке 7,5% в руб.), в январе 2022 г. объём реализации компании увеличился на 9,8%. У компании всего один бренд – Solgar, который имеет целую серию биологически активных добавок с широким спектром действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС. В середине зимы продажи 7 из 10-и основных торговых наименований компании выросли, максимальным приростом отметились следующие позиции: «Solgar Цитрат Магния» (+56,5% к январю 2021 г.), «Solgar Витамин D3» (+31,3%) и «Solgar Кожа/Ногти/Волосы» (+18,6%). А вот объём продаж добавок «Solgar Пиколинат Цинка» (-32,5%) и «Solgar Комплекс Жирных Кислот Омега 3-6-9» (-11,1%), наоборот, сократился значительно больше прочих.

Третью позицию занимает канадский производитель PharmaMed (доля на рынке 5,6% в руб.), объём реализации компании вырос на 31,6%. Портфель фирмы включает в себя 9 брендов. На увеличение продаж в большей мере повлияла реализация добавок к пище для мужского здоровья «СпермАктин Форте» (+74,1%) и «Мен'с Формула» (+41,4%). Ключевая добавка производителя – мульти-пробиотик нового поколения для



взрослых и детей под маркой «Бак-Сет» – также выросла в продажах на 45,3%. Максимальное сокращение объема потребления принадлежит витаминам, минералам и экстрактам целебных растений для оптимальной коррекции веса «Диет Формула» (-55,7%) и специализированной линии биокомплексов с экстрактами лекарственных растений для женщин «Лайф Формула» (-48,5%).

Основные изменения в рейтинге коснулись следующих производителей:

- В январе 2022 г. объем реализации компании Unipharm вырос на 45,7% (максимальный прирост в ТОП-10), в итоге производитель БАД переместился вверх по рейтингу с 5-й на 4-ю строчку. В ассортименте фирмы 10 брендов. Наиболее ярко себя проявили следующие марки: добавка «Необиотик Лактобаланс» (+247,5%), способствующая восстановлению микробиоты, нормализации работы кишечника, БАД, влияющий на нервную систему, «Нейроуридин» (+144,3%) и комплекс растительных экстрактов, витамина В6 и магния «Стрессовит» (+75,6%), обладающий мягким успокоительным действием.
- В результате увеличения объема продаж на 37,2% немецкой корпорации Bayer удалось улучшить свою позицию на рынке на одну строчку. У компании товарная линейка биодобавок представлена 5 брендами. Из них в первую очередь стоит выделить марку «Элевит» (+50,9%) – это витаминно-минеральный комплекс для беременных и кормящих женщин. В портфель фирмы вошли две новинки: торговые наименования «Релибаланс» и «Виталити».
- Новичок рейтинга – отечественный производитель «Квадрат-С» показал один из самых заметных приростов продаж – на 33,6%. Компания попала в рейтинг на 10-ю строчку (в январе 2021 г. – 11-е место). В ассортименте фирмы 43 бренда. Положительную динамику производителю обеспечили: добавка «Ферментозим» (+231,6%), влияющая на пищеварение, БАД «Бронхоактив» (+186,0%), улучшающий состояние дыхательной системы в целом, и добавка «Урефрон» (+184,7%) для поддержания нормального функционального состояния почек и мочевыводящих путей.

В таблице 7 представлен ТОП-20 брендов БАД по объёму аптечных продаж в России в январе 2022 г.

Перечень брендов БАД, вошедших по итогам января 2022 г. в ТОП-20, сильно изменился относительно января 2021 г. (+3 новые позиции), также как заметно поменялось и расположение брендов.

Тройка лидеров осталась без изменений. Рейтинг по-прежнему возглавляет линейка Solgar от Solgar Vitamin and Herb, показав увеличение объема реализации на 9,8%. На второй строчке – добавки под маркой «Эвалар» (+8,1%) одноимённого производителя, которые включают в себя широкий перечень продукции. Замыкают тройку лидеров в этом месяце витаминно-минеральные комплексы «Доппельгерц» (+20,2%) компании Queisser Pharma.

В рейтинг вошли три «новинки». Продукты под маркой «Нормобакт» (+68,6% относительно января 2021 г.) для нормализации баланса микрофлоры показали максимальную динамику среди ТОП-20 торговых наименований. Как результат бренд поднялся в рейтинге на 11 строчек вверх. На 8 позиций выше поднялся бренд «Гематоген» (+61,9%), который производят 10 компаний. Марка «ВТФ» от производителя «Внешторг

Фарма» расположились на 20-й строчке в январе 2022 г. (+1 место благодаря приросту на 21,8% к январю прошлого года).

Таблица 7

ТОП-20 брендов БАД по стоимостному объёму продаж в России в январе 2022 года

Рейтинг		Бренд	Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля	Прирост Январь 2022 / Январь 2021
Январь 2021	Январь 2022					
1	1	Solgar	Solgar Vitamin and Herb	617,7	7,5%	9,8%
2	2	Эвалар	Эвалар	395,4	4,8%	8,1%
3	3	Доппельгерц	Queisser Pharma	247,8	3,0%	20,2%
6	4	Детримакс	Unipharm	241,8	2,9%	37,6%
8	5	Бак-Сет	PharmaMed	215,7	2,6%	45,3%
4	6	Максилак	Биннофарм Групп	198,3	2,4%	1,4%
5	7	Фитолакс	Эвалар	164,5	2,0%	-11,2%
7	8	Фемибион	Dr.Reddy's	159,3	1,9%	5,6%
10	9	Витрум	Stada	144,8	1,7%	18,1%
9	10	Anti-Age	Эвалар	138,3	1,7%	7,1%
13	11	Витамишки	PharmaMed	98,5	1,2%	16,4%
15	12	Супрадин	Bayer	90,2	1,1%	17,7%
24	13	Нормобакт	Polpharma	75,5	0,9%	68,6%
17	14	Овесол	Эвалар	74,6	0,9%	1,7%
14	15	Эвалар Глицин	Эвалар	73,3	0,9%	-10,6%
12	16	Формула Спокойствия	Эвалар	72,1	0,9%	-15,3%
11	17	Nature's Bounty	Nature's Bounty	69,3	0,8%	-25,2%
19	18	Витамир	Квадрат-С	69,0	0,8%	19,2%
27	19	Гематоген	Разные	67,5	0,8%	61,9%
21	20	ВТФ	Внешторг Фарма	67,5	0,8%	21,8%
Итого:				3 281,0	39,6%	

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

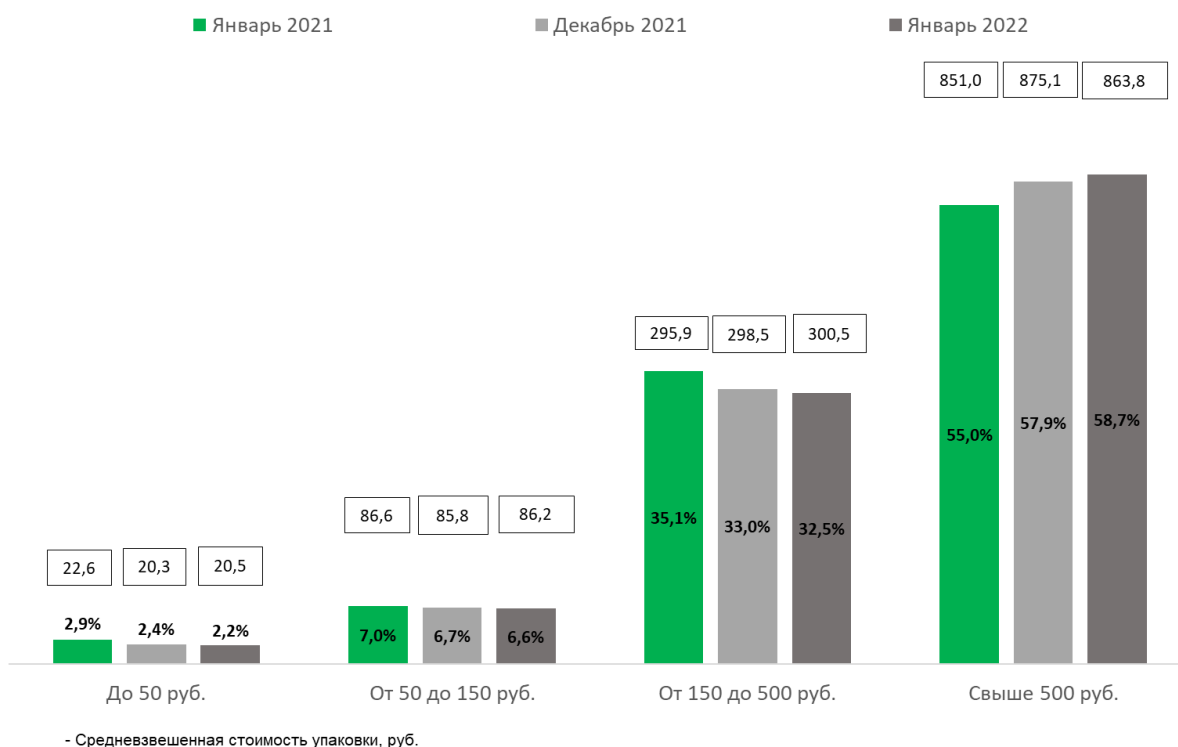
16 БАД, вошедших по итогам января 2022 г. в ТОП-20 брендов, показали увеличение продаж относительно аналогичного месяца прошлого года.

Компания «Эвалар» остаётся самой представленной в рейтинге брендов – 6 позиций из 20-и принадлежат ей. Суммарно доля марок, принадлежащих производителю «Эвалар», в ТОП-20 составила 11,1% (-2,7% относительно января 2021 г.).

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

График 7

Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке БАД России (в стоимостном выражении) в январе 2022 года



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

Структура продаж по ценовым сегментам БАД изменилась в пользу БАД из ценовой категории «свыше 500 руб.». Вес группы дорогостоящих биодобавок в январе 2022 г. вырос на 3,7% по сравнению с январём 2021 г., и составил 58,7%. Средневзвешенная цена биологически активной добавки из высокого ценового сегмента составила 863,8 руб./упак. (+1,5% относительно января 2021 г.).

Доля биодобавок из ценового диапазона от 150 до 500 рублей в январе 2022 г. сократилась до уровня 32,5%, что на 2,6% меньше удельного веса группы в январе 2021 г. Средняя стоимость упаковки в январе по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. стала выше на 1,6%, и составила 300,5 руб./упак.

Уменьшилась на 0,3% относительно января 2021 г. доля сегмента БАД со средней стоимостью упаковки 50-150 рублей (6,6%). Средняя стоимость упаковки при этом стала ниже на 0,5% относительно января прошлого года (86,2 руб.).

Доля БАД нижнего ценового сегмента в январе относительно первого месяца 2021 г. сократилась на 0,7%, составив 2,2%. Средняя стоимость упаковки стала ниже относительно января прошлого года на 9,2% до 20,5 руб./упак.

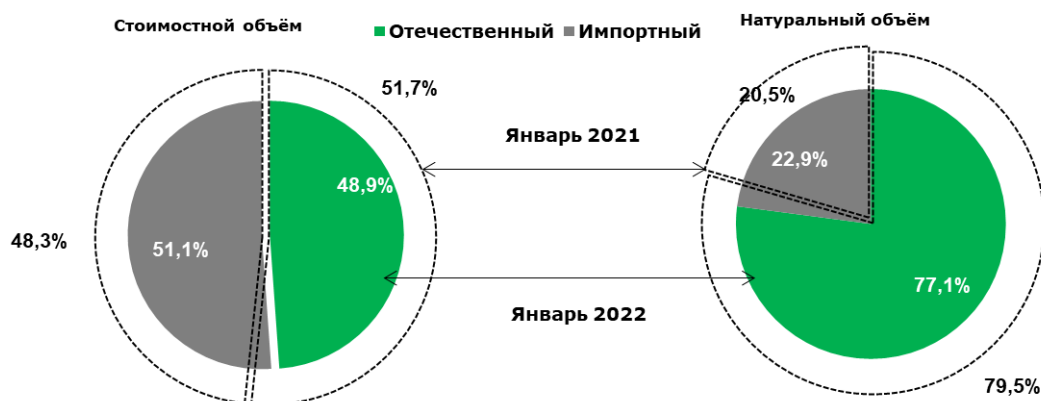
Соотношение объёмов аптечных продаж отечественных и импортных БАД в России отражено на графике 8.

Структура продаж биодобавок по происхождению за год изменилась в пользу импортных производителей, доля которых увеличилась на 2,8% в рублях и на 2,4% в упаковках. Если в стоимостном выражении рынок по происхождению разделён пополам

между отечественными и импортными биодобавками, то в упаковках неоспоримое преимущество сохраняется за российскими БАД, их доля по итогам первого месяца 2022 г. составила 77,1%.

График 8

Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных БАД на коммерческом аптечном рынке России в январе 2022 года



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

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить увеличение продаж у обеих категорий в стоимостном объёме: реализация импортных добавок в январе 2022 г. к аналогичному месяцу 2021 г. выросла на 31,7%, отечественных БАД – на 17,6%. Объём потребления в упаковках у зарубежных биодобавок вырос на 27,5%, у отечественных БАД – на 10,6%. Чем и обосновано изменение структуры рынка в пользу зарубежных производителей.

Если в среднем одна упаковка российской добавки к пище отпускалась в аптеках по 176,3 руб. (+6,3%), то упаковка импортной добавки стоила 620,6 руб. (+3,2%).



II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящён значимым событиям, произошедшим на российском фармацевтическом рынке в феврале 2022 года.

1. Законодательные новости

1. Президент поддержал законопроект об онлайн-торговле рецептурными препаратами

Президент России поддержал идею о повышении приоритетности инициативы и ускорении принятия законопроекта о дистанционной торговле рецептурными препаратами. В новой редакции документа расширили список запрещённых для онлайн-покупки препаратов, а также добавили положение о создании единого реестра назначений лекарственных средств. Реестр будут вести, используя ЕГИСЗ.

Источник: «GxP News».

2. Новости аптечных сетей

1. Маркетплейс iHerb приостановил доставку в Россию

Американский онлайн-магазин iHerb на неопределённое время перестал принимать заказы из России, Украины и ряда соседних стран. Уже оплаченные товары компания берёт на себя обязательство доставить, однако с задержкой до 30 дней.

Источник: «РБК».

2. «Ригла» запустила сеть магазинов косметики

Аптечная сеть «Ригла» (входит в ГК «Протек») запустила сеть магазинов косметики «Ригла beauty». Первая розничная точка нового формата открылась в ТЦ «Глобус» в городе Пушкино Московской области. А во 2 квартале 2022 года появится интернет-магазин, где пользователи смогут получить консультацию по подбору косметики и оформить заказ. В ассортименте магазинов косметические средства, лечебная косметика и БАДы – всего более 3 тысяч наименований продукции.

Источник: «ТАСС».

3. «Фармаимпекс» покупает часть аптек ГК «Аптечные традиции»

ГК «Аптечные традиции» завершила сделку по продаже своих 64 аптечных точек, работающих в городах Центральной России, группе «Фармаимпекс». Сумма сделки не раскрывается, однако владелец ГК «Аптечные традиции» Дмитрий Руцкой подчеркнул, что вырученные средства пойдут на пополнение оборотных средств и развитие сети в Ульяновской области, где планируется открыть порядка 100 аптек под брендом «Социалочка».

Источник: «Vademecum».



3. Новости производителей

1. Компания «Биннофарм Групп» приобрела права на два антибактериальных препарата у компании Dr.Reddy's

«Биннофарм Групп» через дочернее предприятие АО «Алиум» подписало соглашение о приобретении двух антибактериальных препаратов под марками «Ципролет» и «Леволет» у международной фармацевтической корпорации у Dr. Reddy's в России, Узбекистане и Беларуси. Портфель включает различные лекарственные формы препаратов, такие как таблетки, инфузионные растворы и глазные капли.

Источник: «Биннофарм Групп».

2. «Фармасинтез» инвестирует в строительство цеха по производству парентерального питания

Производитель «Фармасинтез» намерен инвестировать свыше 500 млн рублей в строительство завода по производству внутривенного питания в Уссурийске на базе компании «Ист-Фарм». Предполагаемый объем выпуска может составлять 800 млн доз в год.

Источник: «GxP News».

3. «Герофарм» и «Активный Компонент» готовят совместный проект по производству препаратов

Биотехнологическая компания «Герофарм» и производитель фармингредиентов «Активный компонент» в феврале 2022 года зарегистрировали ООО «Согласие». Компании намерены осуществить совместный проект по производству оригинальных препаратов по полному циклу.

Источник: «Vademecum».



DSM Group

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

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

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

ИССЛЕДОВАНИЯ

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

РЕКЛАМА

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

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

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

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