

Фармацевтический рынок РОССИИ

Выпуск: февраль 2012

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – февраль 2012
- события фармацевтического рынка – март 2012



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, 2012 г.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Резюме</i>	3
I. Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2012 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

Александра Захарова

Аналитический обзор

Фармацевтический рынок России. Выпуск февраль 2012

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 феврале 2012 г. увеличился на 9,5% по сравнению с январем и составил 32,1 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за второй месяц 2012 г. **коммерческий рынок лекарств в натуральном** выражении был равен 368,3 млн. упак., что на 3,5% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. **Средняя стоимость упаковки** лекарственного препарата на коммерческом рынке России в феврале 2012 г. по сравнению с январем выросла на 9,5% и составила 87,2 руб.

Согласно **индексу Ласпейреса**, в течение февраля 2012 года **цены в рублях выросли на 0,3%**. В долларовом выражении индекс цен увеличился на 4,9%.

Структура коммерческого рынка ГЛС в феврале 2012 г. по ценовым секторам немного изменилась по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. Сократилась доля лекарств с ценовым диапазоном 50-150 руб./упак. (с 26,9% в феврале 2011 г. до 24,8% в феврале 2012 г.), напротив увеличился удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (с 44,2% до 45,0%), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) ослабили свои позиции, уменьшив долю лекарств с 11,1% до 9,3%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку занимали по итогам последнего месяца зимы 2012 г. долю 20,9% коммерческого рынка, что на 3,1% больше, чем в феврале 2011 г.

По итогам февраля 2012 г. 59% 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 24%. В феврале 2011 г. удельный вес российских препаратов в натуральных единицах составлял 62%, а вот доля в стоимостном объеме была равна 27%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам февраля 2012 года представлен на 51% рецептурными препаратами и на 49% безрецептурными.

Рейтинг фирм по стоимостному объему продаж в феврале возглавила компания SANOFI-AVENTIS, на втором месте Фармстандарт, на третьем месте — NYCOMED.

ТОП брендов ЛС по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам февраля 2012 г. возглавил препарат Арбидол (1,35% от совокупных аптечных продаж); на втором месте Эссенциале (0,97%) и третьем месте Линекс (0,8%).

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении феврале 2012 г. увеличился на 10,8% относительно января и составил 1,8 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД во втором месяце 2012 г. увеличился на 0,1% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. и составил 26,6 млн. упаковок. **Средневзвешенная цена упаковки БАД** в феврале 2012 г. увеличилась на 20,3% по сравнению с февралем 2011 г. и составила 68,35 руб.

I. Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2012 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.

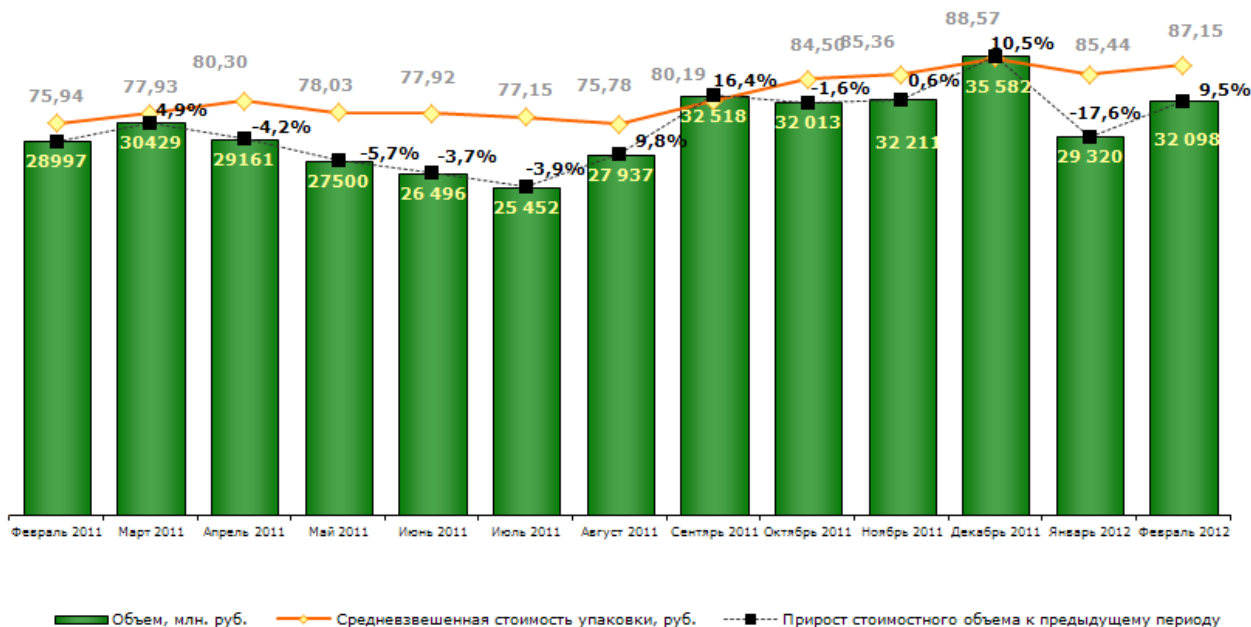
Далее рассматриваются продажи ГЛС на коммерческом сегменте фармрынка.

1. Объем коммерческого рынка ГЛС России

На *Графике 1* представлена динамика объема коммерческого рынка ГЛС России с февраля 2011 г. по февраль 2012 г.

График 1

Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2011 г. - феврале 2012 г.



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

Согласно данным розничного аудита DSM Group, **объем коммерческого рынка ГЛС в феврале 2012 г. составил 32,1 млрд. руб. (с НДС)**. По сравнению с январем емкость рынка увеличилась на 9,5%. Вполне логичное «оживление» спроса на лекарства во втором месяце года после затяжных новогодних каникул было обусловлено ростом простудных заболеваний. В феврале 2012 г. спрос на ГЛС вырос более внушительными темпами, нежели в прошлом году. Так, в феврале 2011 г. объем коммерческого рынка ГЛС по сравнению с январем 2010 г. увеличился на 3,0%. Одна из причин более внушительного, чем в прошлом году, роста коммерческого рынка в феврале – более позднее чем в прошлом году начало пика заболеваемости простудными заболеваниями.

Если сравнивать объем коммерческого рынка ГЛС в ценах закупки аптек в феврале 2012 г. с аналогичным периодом прошлого года, то следует отметить довольно приличный рост аптечных продаж лекарств – на 10,7%.

В натуральных единицах измерения емкость рынка в феврале текущего года составила 368,3 млн. упак., что на 7,3% больше, чем в январе и на 3,5% меньше, чем в феврале 2011 г.

Средняя стоимость упаковки ГЛС феврале 2012 г. увеличилась по сравнению с январем на 2,0% и составила 87,15 руб. За год (с февраля 2011 г.) средняя стоимость упаковки лекарств выросла на 14,8%.

За два месяца 2012 г. коммерческий рынок ГЛС вырос на 7,4%.

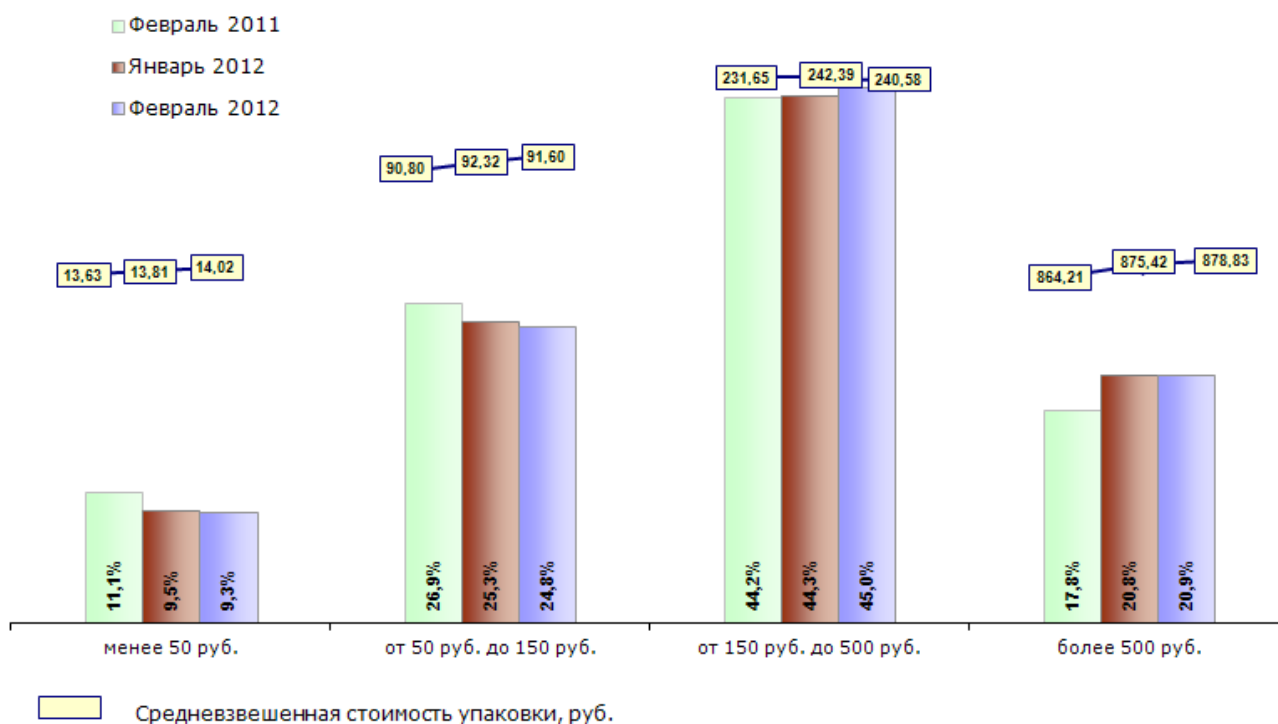
2. Структура коммерческого рынка России

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 феврале 2012 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 2012 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась по сравнению с январем, изменения же относительно февраля 2011 г. более существенны. За год на 2,1% уменьшилась доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. (за месяц сокращение доли составило 0,5%). Отметилась небольшим увеличением удельного веса группа лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. (с 44,2% в феврале 2011 г. до 45,0% в феврале 2012 г.) и группа дорогостоящих препаратов

(доля лекарств этого сектора за год выросла на 3,1%). Падение доли было зафиксировано в сегменте дешевых лекарств (на 1,8% относительно февраля 2011 г.).

Наиболее емким в стоимостном выражении является сегмент препаратов с ценовым диапазоном 150-500 руб./упак., на его долю в январе текущего года пришлось 45% всего коммерческого рынка ГЛС. Средняя стоимость упаковки уменьшилась по сравнению с предыдущим месяцем на 0,7% и составила 240,6 руб./упак.

Доля дорогостоящих препаратов в феврале 2012 г. составила 20,9%. Следует отметить, что в феврале 2012 г. продажи лекарств со средней ценой упаковки от 500 руб. выросли на 9,8% по сравнению с январем и выросли почти на 30 % по сравнению с февралем 2011 г. Средняя стоимость упаковки лекарств «верхнего» ценового сегмента выросла за месяц на 0,3% и составила 878,8 руб./упак.

Доля лекарств нижнего ценового сегмента в феврале уменьшилась на 02% по сравнению с январем, достигнув значения 9,3%. Средняя стоимость упаковки при этом выросла на 1,5% и составила 14 руб.

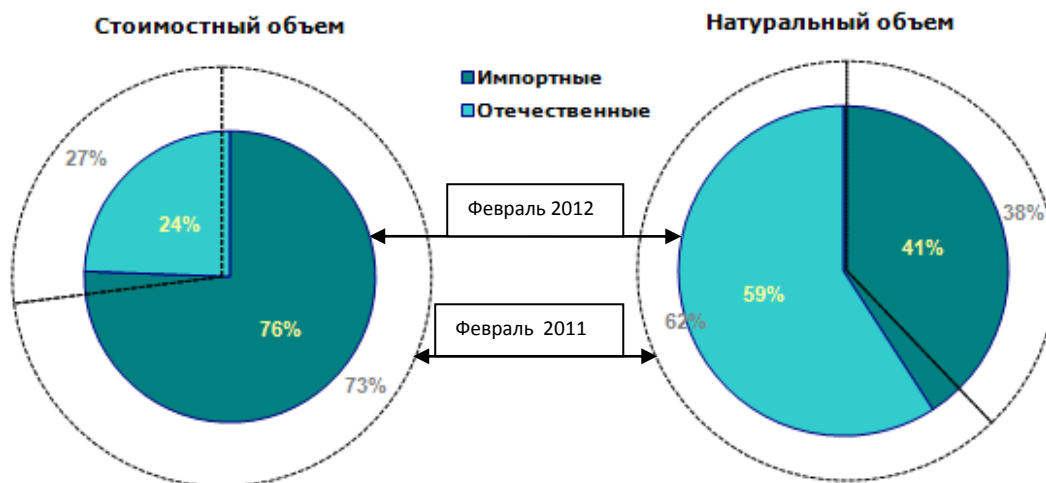
За месяц сократилось присутствие на коммерческом рынке ГЛС лекарств стоимостью 50-150 руб./упак. (их доля уменьшилась на 0,5%, составив 24,8%), что однако не препятствовало росту продаж – во втором месяце 2012 г. объем аптечных продаж ГЛС со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. увеличился на 7,3% по сравнению с январем 2012 г.. Средняя стоимость упаковки уменьшилась, хотя и не существенно – 92,3 руб. по итогам января 2012 г. (месяц назад лекарства данного сегмента были дороже на 0,8%).

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 феврале 2012 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 2012 г. составила 24% в стоимостном выражении и 59% в натуральном. Соответственно лекарства зарубежного производства преобладали в стоимостном объеме рынка – 76% по итогам месяца, и составляли 41% в натуральном объеме рынка.

Следует заметить, что по отношению к февралю 2011 г. структура коммерческого рынка ГЛС относительно происхождения представленных препаратов кардинально не изменилась. На 3% увеличили свое присутствие в натуральном объеме рынка импортные лекарства, в стоимостном объеме доля ГЛС зарубежного производства выросла эквивалентно – на 3%.

В феврале текущего года по отношению к февралю года прошлого объем реализованных через аптеки страны упаковок лекарств сократился на 3,5%. При этом объем реализованных упаковок импортных лекарств увеличился на 3,9%, тогда как объем продаж российских ГЛС, выраженный в упаковках, за год сократился на 8,4%.

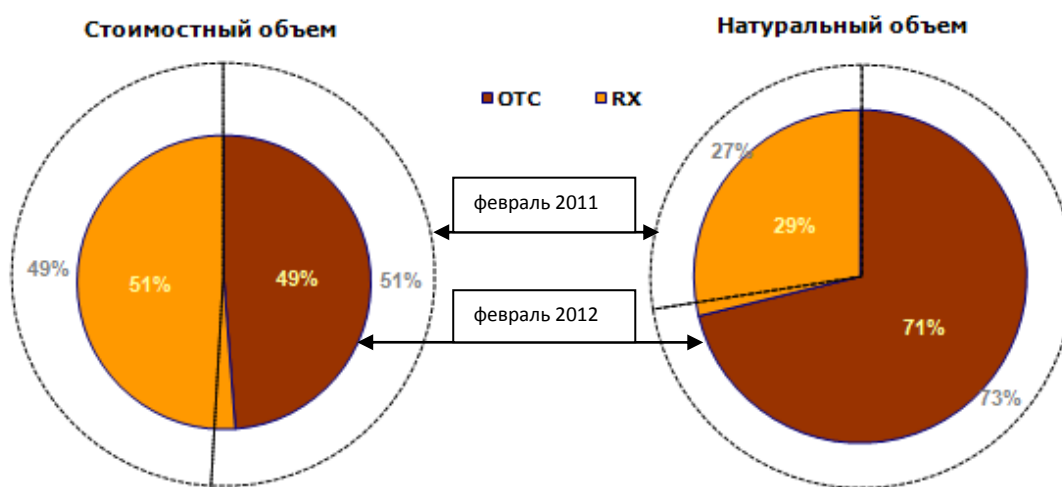
За год сильнее подорожали лекарства импортного производства (на 10,3% по сравнению с февралем 2011 г.), средняя стоимость упаковки которых во втором месяце 2012 г. была равна 161,2 руб. Увеличение цены отечественных препаратов составило 9,1% (средняя стоимость в феврале текущего года равна 36 руб./упак.).

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 2012 г., %



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

В феврале 2012 г. наибольшая доля в стоимостном объеме аптечных продаж принадлежала лекарствам рецептурного отпуска (51 %), OTC-препараты занимали 49%. В феврале 2011 г. ситуация была диаметрально противоположной – 51% коммерческого рынка ГЛС принадлежал OTC-препаратам, а 49% - Rx-лекарствам.

Продажи безрецептурных лекарств во втором месяце 2012 года увеличились по отношению к аналогичному периоду 2011 г. на 7,2% (+1 млрд. руб.). Объем реализованных упаковок сократился на 5,8%. Что же касается средней стоимости упаковки OTC-препаратов, то она также выросла за год на 14,01% и составила 60 руб.

Прирост продаж рецептурных лекарств в феврале 2012 г. по отношению к февралю 2011 г. составил 14% (+2,0 млрд.руб.). При этом объем реализованных упаковок вырос на 1,7% (1,,8 млн. упак.). Средняя цена Rx-препаратов почти в три раза превосходит цену лекарств, продаваемых без рецепта, - в феврале текущего года она составила 153,6 руб./упак., увеличившись к февралю 2011 г. на 12%.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в январе - феврале 2012 г. представлено в *таблице 1*.

Таблица 1

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в России в январе – феврале 2012 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Январь 2011	Февраль 2012	Изменение доли	Январь 2011	Февраль 2012	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	20,61%	20,05%	-0,56%	19,57%	19,11%	-0,46%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	12,43%	12,86%	0,43%	13,94%	14,61%	0,66%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	12,48%	12,51%	0,03%	20,08%	19,47%	-0,61%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	12,34%	12,04%	-0,30%	9,45%	9,50%	0,05%
J Противомикробные препараты системного использования	7,05%	7,61%	0,56%	5,79%	6,08%	0,28%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	7,03%	6,88%	-0,15%	5,63%	5,53%	-0,10%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,20%	6,67%	-0,53%	1,68%	1,61%	-0,07%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,46%	5,39%	-0,07%	9,54%	9,42%	-0,12%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	4,05%	5,04%	0,99%	1,40%	2,01%	0,62%
~ Препараты без указания АТС-группы	4,48%	3,98%	-0,51%	6,79%	6,35%	-0,44%
B Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	2,69%	2,87%	0,18%	2,32%	2,53%	0,21%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,65%	2,55%	-0,10%	2,39%	2,34%	-0,05%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,64%	0,66%	0,03%	0,41%	0,42%	0,01%
V Прочие препараты	0,52%	0,55%	0,03%	0,51%	0,52%	0,01%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,37%	0,34%	-0,02%	0,50%	0,51%	0,01%

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

По итогам февраля 2012 г. максимальная доля (20,05%) в стоимостном объеме коммерческого рынка ГЛС принадлежит препаратам АТС-группа [A] Пищеварительный тракт и обмен веществ. Во втором месяце 2012 года удельный вес этой группы лекарств снизился на 0,56%, причиной тому опережающий рост продаж лекарств других АТС-групп. Объем реализации лекарств для лечения заболеваний пищеварительного тракта через аптеки в феврале 2012 г. вырос по отношению январю 2012 г. на 6,5%.

В разрезе подгрупп АТС-группы [А] самый внушительный прирост объемов реализации продемонстрировали категории «Анаболические стероидные препараты для системного использования» (+158,2% к уровню продаж января) и категории «Витамины» (+18,4%). Спад аптечных продаж в феврале был характерен для Препаратов для лечения печени и желчевыводящих путей (-2,2% к уровню продаж января), Препаратов, способствующих пищеварению (-8,8%) и Стимуляторов аппетита (-13,5%).

Прирост аптечных продаж в категории «Витамины» был обеспечен во основном за счет увеличения объемов реализации Мильгаммы и Компливита (на 13,4% и 40,7% соответственно)

Наблюдаемый второй месяц подряд спад продаж Препаратов для лечения печени и желчевыводящих путей в феврале обусловлен снижением спроса на Эссенциале на 7,6% и Эссливера Форте на 12,4%.

Несмотря на то, что эпидемии простудных заболеваний в этом году не наблюдалось, в феврале 2012 г. по сравнению с январем 2012 г. на 13,3% увеличились аптечные продажи Препаратов для лечения заболеваний респираторной системы (АТС-группа [R]). Наиболее заметный прирост среди указанных ГЛС был отмечен у Лазолвана (+11,6% к уровню января) и Стрепсилса (+8,9%).

На 0,6% увеличилась в феврале доля АТС-группы [J] Противомикробные препараты для системного использования, чему способствовал рост продаж лекарств этой категории (за месяц он вырос на 18,2%). Росли и объемы аптечной реализации лидирующих препаратов этой группы – продажи Амоксиклава увеличились на 12,6% по отношению к уровню января, а Сумамеда – на 14,1%.

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 2011 и 2012 года.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в феврале 2011-2012 гг. представлено в *таблице 2*.

Таблица 2

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в России в феврале 2011-2012 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Февраль 2011	Февраль 2012	Изменение доли	Февраль 2011	Февраль 2012	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,54%	20,05%	1,51%	17,62%	19,11%	1,49%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,49%	12,86%	-0,63%	15,27%	14,61%	-0,67%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	12,45%	12,51%	0,06%	21,05%	19,47%	-1,58%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	10,83%	12,04%	1,21%	8,25%	9,50%	1,25%
J Противомикробные препараты системного использования	8,93%	7,61%	-1,32%	6,67%	6,08%	-0,59%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	6,41%	6,88%	0,46%	5,37%	5,53%	0,17%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,22%	6,67%	0,45%	1,48%	1,61%	0,13%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	4,81%	5,39%	0,57%	8,62%	9,42%	0,81%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	6,84%	5,04%	-1,81%	2,45%	2,01%	-0,43%
~ Препараты без указания АТС-группы	5,28%	3,98%	-1,30%	7,44%	6,35%	-1,09%
B Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	2,46%	2,87%	0,41%	2,26%	2,53%	0,26%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,37%	2,55%	0,18%	2,15%	2,34%	0,19%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,61%	0,66%	0,05%	0,37%	0,42%	0,05%
V Прочие препараты	0,46%	0,55%	0,09%	0,56%	0,52%	-0,04%
P Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,29%	0,34%	0,06%	0,45%	0,51%	0,06%

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

Наиболее заметный прирост доли был отмечен по следующим АТС-группам: [А] Пищеварительный тракт и обмен веществ (+1,51%), [С] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (+1,21%) и [D] Препараты для лечения заболеваний кожи (+0,6%). Стоит отметить, что прирост продаж лекарств для лечения заболеваний пищеварительной системы, был обеспечен в основном за счет увеличения реализации Линекса и Но-Шпы на 18,9% и 33,3% соответственно по сравнению с февралем 2011 г.

Что касается препаратов для лечения заболеваний кожи, заметным в феврале текущего года стало не только увеличение доли данной АТС-группы, но и прирост

продаж (+23,9% к уровню февраля 2011 г.). При этом среди ведущих брендов этой группы выросли продажи Бепантена (на 44,4% за год) и Мирамистина (на 44,8%).

Прирост доли Препаратов для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы также сопровождался увеличением продаж (на 23% по сравнению с февралем 2011 г.). По отношению к февралю 2011 г. увеличились аптечные продажи таких лекарств группы, как Детралекс (+34,7%), Конкор (+22,9%) и Лозап (+40,1%).

3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В феврале на аптечном рынке России присутствовало 879 фирм-производителей лекарственных препаратов.

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

Таблица 3

ТОП-10 фирм-производителей ГЛС по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в январе - феврале 2012 г.

Рейтинг		Фирмы-производители	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.		Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.	Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.
1	1	SANOFI-AVENTIS	5,57%	5,26%	2,17%	2,14%
2	2	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	4,25%	4,73%	9,47%	9,22%
4	3	NYCOMED	3,29%	3,38%	1,72%	1,83%
3	4	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	3,70%	3,35%	2,05%	1,88%
7	5	NOVARTIS	2,86%	3,00%	1,21%	1,33%
5	6	BAYER AG	2,97%	2,95%	0,97%	0,99%
6	7	GEDEON RICHTER	2,92%	2,91%	1,41%	1,44%
8	8	PFIZER	2,74%	2,51%	0,84%	0,84%
9	9	LEK D.D.	2,62%	2,49%	1,02%	0,97%
10	10	SERVIER	2,44%	2,45%	0,55%	0,55%
Общая доля ТОП-10			33,38%	33,02%	21,41%	21,20%

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

Состав Top-10 фирм-производителей, лидирующих по объемам продаж на коммерческом рынке ГЛС, в феврале не изменился. Изменялись только позиции отдельных компаний. В феврале 2012 г. увеличились продажи почти всех производителей-участников рейтинга, исключение составили BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/ и PFIZER, объемы аптечной реализации препаратов которых за месяц сократились на 1% и 0,03% соответственно. Для компании BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/ это означало потерю 3-его места в Top-10 производителей коммерческого рынка ГЛС.

На первом месте по объему аптечных продаж ГЛС в России находится компания SANOFI-AVENTIS. Доля коммерческого рынка ГЛС, контролируемая лидером, составила в феврале 2012 г. 5,26%, что на 0,31% ниже результатов предыдущего месяца. Продажи компании выросли во втором месяце 2012 г. на 3,4%. Этому способствовало

увеличение продаж таких лекарственных брендов SANOFI-AVENTIS, как Магне (на 26,2% к уровню продаж предыдущего месяца) и Но-шпа (на 6,9%).

Объемы реализации лекарственных средств компании Фармстандарт также выросли в феврале после январского спада, прирост продаж ГЛС данного производителя составил 21,6%. Спрос на ряд ключевых препаратов компании заметно увеличился в 2-ом месяце 2012 г.: на 35,2% выросли аптечные продажи Арбидола, на 40,4% увеличились продажи Компливита.

NYCOMED, чьи продажи а месяц выросли на 12,4%, поднялся на 3-ю строчку рейтинга. Также весьма существенно (на 14,6%) выросли продажи компании NOVARTIS, улучшившей свои позиции в Top-10 на 2 пункта. Такие препараты NOVARTIS, обеспечили подобный прирост Отривин и Терафлю, объемы аптечных продаж которых увеличились к январю на 26,2% и 26% соответственно.

У BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/ сократились продажи Мезима Форте (на 15,2%), Простамолла (на 3,9%) и Эспумизана (на 1,2%), что в результате привело потери позиций компании в рейтинге.

Изменение ТОП-а производителей в феврале 2012 г. по сравнению с аналогичным периодом 2011 года представлен в *таблице 4*.

Таблица 4

ТОП-10 фирм-производителей ГЛС по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в феврале 2011-2012 г.г.

Рейтинг		Фирмы-производители	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Февраль 2011 г.	Февраль 2012 г.		Февраль 2011 г.	Февраль 2012 г.	Февраль 2011 г.	Февраль 2012 г.
2	1	SANOFI-AVENTIS	5,09%	5,26%	1,92%	2,14%
1	2	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	6,98%	4,73%	10,25%	9,22%
4	3	NYCOMED	3,25%	3,38%	1,57%	1,83%
3	4	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	3,33%	3,35%	1,78%	1,88%
5	5	NOVARTIS	2,72%	3,00%	1,05%	1,33%
5	6	BAYER AG	2,81%	2,95%	0,93%	0,99%
6	7	GEDEON RICHTER	2,78%	2,91%	1,28%	1,44%
10	8	PFIZER	2,12%	2,51%	0,47%	0,84%
8	9	LEK D.D.	2,60%	2,49%	0,94%	0,97%
9	10	SERVIER	2,41%	2,45%	0,54%	0,55%
Общая доля ТОП-10			34,10%	33,02%	20,74%	21,20%

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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10 в феврале 2012 года составляет почти треть (33,02%) от стоимостного объема продаж ГЛС на всем коммерческом аптечном рынке ГЛС, при этом в натуральном выражении это всего 21,2%.

Компании, входящие в Топ-10 лидеров коммерческого рынка ГЛС в РФ, остались прежними по отношению к февралю 2011 г. Произошла смена лидера, год назад эта позиция принадлежала компании Фармстандарт, однако падение продаж в феврале 2012 г., составившее 25,1% по отношению к февралю 2011 г., привело к тому что, 1-е место Фармстандарт уступил SANOFI-AVENTIS. Вообще следует заметить, что по всем компаниям, входящим в Топ-10 производителей коммерческого рынка ГЛС, кроме Фармстандарта, в феврале 2012 года были зафиксированы увеличения объемов продаж относительно аналогичного периода прошлого года.

Существеннее всего за год выросли аптечные продажи компании NOVARTIS (на 22%) и PFIZER (на 30,6%).

Совокупный объем продаж по десяти компаниям-производителям в феврале 2012 г. вырос на 7,2% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г.

4. Препараты – лидеры продаж

ТОП-20 торговых наименований ГЛС по объему аптечных продаж в России за февраль 2012 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 торговых наименований ГЛС по стоимостному объему продаж в России в феврале 2012 г.

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %	
Февраль 2011 г.	Февраль 2012 г.		Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.
2	1	АРБИДОЛ	1,09%	1,35%
1	2	ЭССЕНЦИАЛЕ	1,15%	0,97%
3	3	ЛИНЕКС	0,81%	0,80%
6	4	АКТОВЕГИН	0,76%	0,79%
4	5	КОНКОР	0,81%	0,79%
8	6	ТЕРАФЛЮ	0,63%	0,72%
16	7	КАГОЦЕЛ	0,50%	0,70%
5	8	ВИАГРА	0,80%	0,68%
10	9	ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ	0,67%	0,67%
7	10	НУРОФЕН	0,58%	0,61%
12	11	АЛФЛУТОП	0,53%	0,61%
13	12	АНАФЕРОН	0,52%	0,59%
11	13	НО-ШПА	0,55%	0,54%
19	14	МЕКСИДОЛ	0,49%	0,52%
14	15	ВИТРУМ	0,51%	0,51%
18	16	ДЕТРАЛЕКС	0,49%	0,49%
21	17	ГЕПТРАЛ	0,47%	0,49%
9	18	МЕЗИМ ФОРТЕ	0,63%	0,49%
23	19	ТИЗИН	0,46%	0,48%
22	20	ЛАЗОЛВАН	0,47%	0,48%
Общая доля ТОП-20			12,94%	13,28%

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составляет 13,3% от всего коммерческого аптечного рынка ГЛС, что чуть больше, чем в январе 2012 г.

Состав рейтинга в феврале 2012 г. изменился не существенно по сравнению с январем – рейтинг покинули Мовалис, АЦЦ и Найз, «новичками» стали Лазолван, Тизин и Гептрал.

В феврале лидирующую позицию в Top-20 брендов лекарственных препаратов вернул себе Арбидол, продажи которого во втором месяце 2012 г. увеличились на 35,3% по сравнению с предыдущим месяцем. Следует заметить, что объемы реализации всех «противопростудных» брендов через аптеки страны в феврале выросли по отношению к январю. Это касается Терафлю (прирост к продажам предыдущего месяца составил 26,2%), Кагоцела (+53,8%), Оциллококцинума (+25,2%) и Анаферона (+24,8%).

Спроса на Эссенциале, опустившегося на 2-ю строчку, в третьем зимнем месяце сократился на 7,6%.

Также падения продаж были зафиксированы у Виагры, потерявшей к уровню продаж января 7,6%, и Мезима Форте, объем аптечной реализации которого за месяц сократился на 15,2%. В результате Мезим потерял 9 строчек рейтинга, а Виагра – три.

«Новички» рейтинга, наравне с улучшением своих позиций в Top-20 брендов лекарств, также отметились ростом продаж. Так, аптечные продажи Гептрала выросли за месяц на 13,3%, спрос на Тизин увеличился на 14,6%, а объемы реализации Лазолвана – на 11,6%.

5. Индекс цен

Для того, чтобы проанализировать динамику изменения цен на ЛС с начала 2011 года, был использован **Индекс Ласпейреса**.

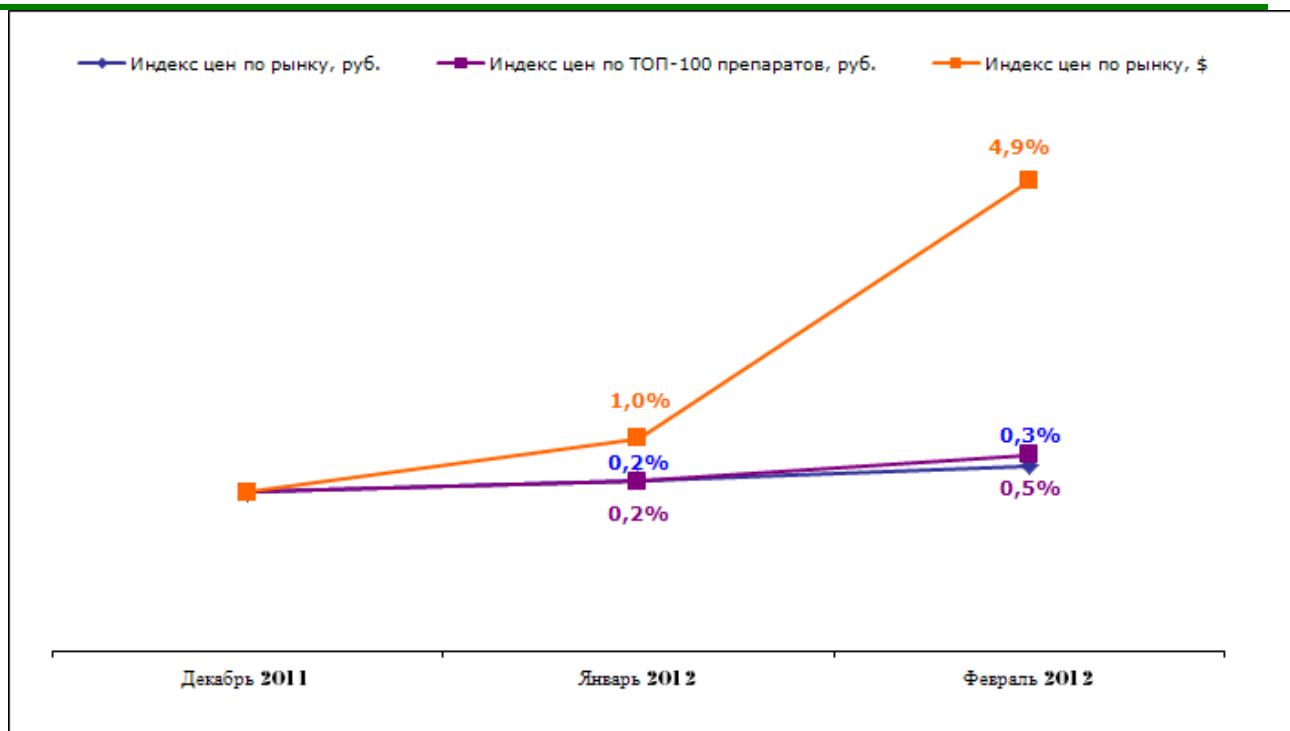
Индекс цен Ласпейреса представляет собой соотношение средневзвешенных цен отчетного и базисного периодов, в качестве весов для которых используются натуральные объемы базовой корзины потребления ЛС. В качестве корзины потребления было выбрано соотношения продаж препаратов в 2010 году. Благодаря применению этого подхода нивелируются сезонные влияния на потребление, и в результате получается ряд изменения цен в 2012 году по отношению к 2011 году.

За основу при расчете индекса цен был взят список **всех полных наименований всех производителей из базы данных DSM Group за 2011 г.** В качестве базисного периода был взят декабрь 2011 г.

На *графике 5* отражена динамика цен на ГЛС по индексу Ласпейреса за период с декабря 2011 г. по февраль 2012 г.

График 5

Изменение цен ГЛС на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2011 г. – февраль 2012 г.



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

Согласно индексу Ласпейреса, цены на лекарства в феврале 2012 г. по сравнению с февралем 2011 г. в рублях выросли на 0,3%. В целом же с начала 2012 года общая инфляция цен на ГЛС в России составила 0,5%.

Лекарства из списка ЖНВЛС в феврале подорожали на 0,23% по сравнению с январем 2012 г.

Выросли в феврале 2012 г. цены на лекарства, не входящие в список ЖНВЛС – на 0,3%.

Если сравнивать рост цен в феврале 2012 г. на лекарства отечественного и импортного производства, то следует заметить, что в феврале цены на отечественные ГЛС выросли чуть более существенно, чем на импортные: рост цен на российские лекарства составил 0,9%, увеличение цен на лекарства зарубежного производства было равно 0,09%.

Индекс цен, выраженный в американской валюте растет второй месяц подряд, что обусловлено в первую очередь снижением курса доллара по отношению к рублю, наблюдаемым с декабря 2011 г. В период с декабря 2011 г. цены в долларах США на коммерческом рынке ГЛС выросли на 5,9%.

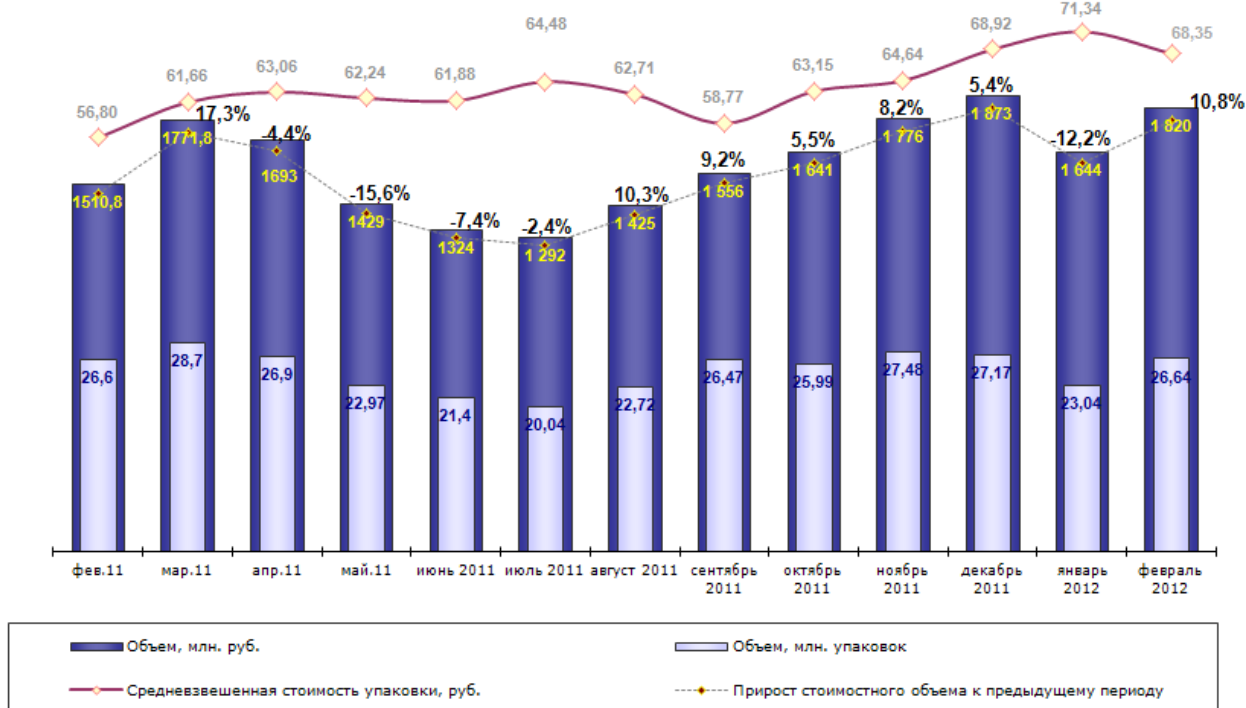
6. Биологически активные добавки

В феврале 2012 года в аптечных учреждениях России продавалось 3218 торговых наименования БАД, которые представляют 589 производителей.

На *графике 6* представлена динамика объема коммерческого рынка БАД России с февраля 2011 г. по февраль 2012 г.

График 6

Коммерческий рынок БАД России в феврале 2011 г. - феврале 2012 г.



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

В феврале 2012 г. емкость российского рынка БАД увеличилась в стоимостном выражении по сравнению с январем на 10,8% и составила 1,82 млрд. руб. В натуральных единицах измерения рынок вырос еще более существенными темпами на 15,6% и составил 26,64 млн. упак.

За два месяца 2012 г. коммерческий рынок БАД вырос на 15,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Столь внушительная динамика свидетельствует о росте спроса на БАД на отечественном коммерческом рынке.

В феврале 2012 г. средняя цена упаковки БАД была равна 68,35 руб. Это на 4,2% дешевле, чем в январе и на 20,3% дороже, чем в феврале 2011 г.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объемом аптечных продаж в России в феврале 2012 г.

Таблица 6

ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж

(в стоимостном выражении) в России в январе – феврале 2012 г.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб, %		Доля в натуральном объеме продаж, уп., %	
Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.		Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.	Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.
1	1		ЭВАЛАР ЗАО	24,35%	22,96%	18,32%
2	2	РИА ПАНДА	7,73%	8,18%	1,48%	1,47%
3	3	АКВИОН ЗАО	4,61%	4,85%	1,83%	1,88%
4	4	ДИОД ОАО	3,73%	3,82%	1,96%	1,90%
5	5	FERROSAN AG	3,41%	3,26%	0,79%	0,75%
6	6	PHARMA-MED INC	2,40%	2,55%	0,38%	0,39%
8	7	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	2,10%	2,21%	0,78%	0,77%
7	8	ЭКОМИР ЗАО	2,14%	2,14%	0,70%	0,68%
9	9	NATUR PRODUKT	2,04%	1,98%	5,04%	5,13%
11	10	ФАРМ-ПРО ТД ООО	1,58%	1,82%	10,78%	11,92%
Итого:			52,95%	54,56%	30,50%	32,80%

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

В феврале 2012 г. состав рейтинга производителей на аптечном рынке БАД кардинально не изменился по сравнению с январем. Отметим возвращение в рейтинг компании ФАРМ-ПРО ТД ООО, которая по итогам февраля обосновалась на 10-й строчке рейтинга, компания Леовит Нутрио покинула рейтинг. Неизменным осталось положение

компаний в верхней части рейтинга. Следует заметить, что на фоне общего роста емкости потребления БАД, все компании из производителей Тор-10 отметились увеличением продаж.

Так, аптечные продажи БАД безусловного лидера рынка компании Эвалар за месяц выросли на 4,4%, у РИА Панды, ЗАО Аквион и ДИОД ОАО рост продаж был более существенным – на 17,3%, 16,6% и 13,4% соответственно.

Продажи БАД компании QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG увеличились в феврале 2012 г. по сравнению с январем на 17,0% (+1 строчка в рейтинге), спрос на БАД ЭКОМИР ЗАО вырос на 10,9% (-1 строчка в рейтинге). Максимальный прирост продаж среди компаний-участниц Тор-10 производителей БАД был зафиксирован у ФАРМ-ПРО ТД ООО – 27,1%.

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 январе – феврале 2012 г.

Рейтинг		Торговое наименование	Производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб., %	
Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.			Январь 2012 г.	Февраль 2012 г.
1	1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	4,24%	4,86%
2	2	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	3,45%	3,16%
3	3	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	2,37%	2,28%
4	4	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	1,85%	1,84%
6	5	ЦИ-КЛИМ	ЭВАЛАР ЗАО	1,65%	1,42%
9	6	ИНДИНОЛ ЭКСТРАКТ КРЕСТОЦВЕТНЫХ	МИРАКСБИОФАРМА ЗАО	1,30%	1,36%
8	7	ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ	POLENS (M) SDN BHD	1,31%	1,24%
7	8	ПУСТЫРНИК ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	1,48%	1,23%
11	9	ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР"	ЭВАЛАР ЗАО	1,22%	1,17%
10	10	ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ	ЭВАЛАР ЗАО	1,24%	1,15%
12	11	КАПИЛАР	ДИОД ОАО	1,07%	1,12%
5	12	ГЕПАТРИН	ЭВАЛАР ЗАО	1,78%	1,12%
15	13	АЛФАВИТ	АКВИОН ЗАО	0,86%	0,96%
13	14	ЧЕРНИКА-ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	0,94%	0,91%
14	15	ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	0,88%	0,89%
17	16	ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС	ЭКОМИР ЗАО	0,81%	0,85%
18	17	БИОН 3	MERK SELBSTMEDIKATION (ПРОДВИЖ-Е DR.REDDY'S)	0,80%	0,83%
26	18	АТЕРОКЛЕФИТ	ЭВАЛАР ЗАО	0,64%	0,81%

42	19	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС ОАО	0,50%	0,78%
19	20	ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	DR. MANN PHARMA	0,74%	0,74%
Итого:				29,13%	28,73%

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

Перечень торговых наименований БАД, вошедших по итогам февраля 2012 г. в Топ-20, существенно не изменился по сравнению с февралем 2011 г. Покинул рейтинг Нормобакт и «Худеем за неделю» (кофе для похудения жиросжигающий комплекс капучино), новичками стали Редуксин Лайт и Атероклефит.

Расположение марок в первой четверке торговых наименований БАД в феврале 2012 г. остается неизменным на протяжении всей зимы, причем по всем наименованиям наблюдался рост продаж – наиболее существенными темпами вырос спрос на Селекс Форте, продажи которого увеличились относительно января на 26,9%, что способствовало еще большему укреплению позиций БАД данного наименования. Объемы реализации Фитолакса и Али Капса через аптеки страны увеличились на 1,4% и 6,4% соответственно. Что касается Овесола, то его продажи также выросли за месяц на 10,4%.

В целом по большинству торговых наименований БАД, вошедшим по итогам месяца в Топ-20, наблюдался в феврале 2012 г. рост продаж. Исключение составили Ци-Клим (Эвалар), спрос на который снизился на 5,2%, Пустырник Форте (Эвалар), продажи которого к уровню января упали на 7,7%, Гепатрин (Эвалар), продажи которого за месяц сократились на 30,6%, и Черника Форте (Эвалар), уменьшение спроса на которую составило 16,7%.

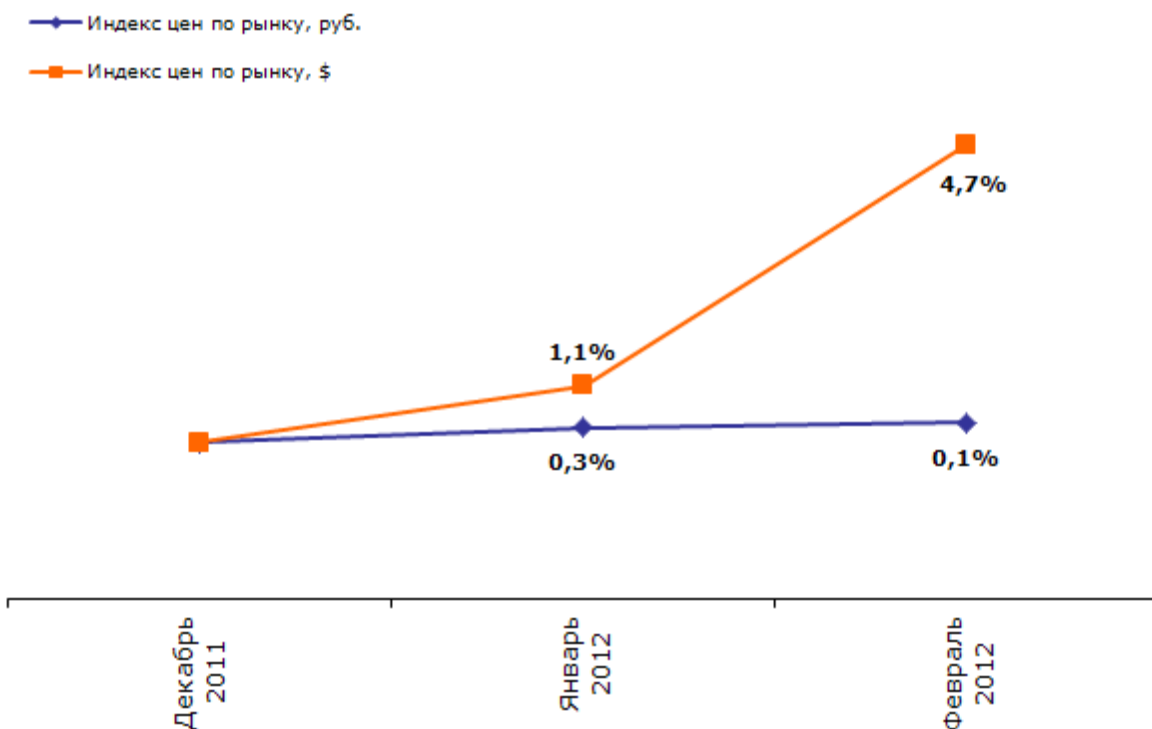
Отдельно следует упомянуть Гепатрин компании Эвалар. Настоящий всплеск продаж на этот БАД наблюдается в январе 2012 г., после чего в феврале спрос на этот препарат заметно сократился. Подобная ситуация наблюдалась и в прошлом году, хотя падение спроса в феврале 2011 г. было менее заметным – на 11,7% по отношению к январю 2011 г.

Компания ЭВАЛАР остается самой представительной в рейтинге торговых наименований БАД – 8 позиций из 20 занято этим производителем.

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

График 7

Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2011 г. – февраль 2012 г.



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

Согласно индексу Ласпейреса, в феврале 2012 года по сравнению с январем цены на БАД в рублях выросли на 0,1%. В долларах США, цены увеличились - на 4,7%.

Всего же с начала 2012 года биологически активные добавки в среднем подорожали на 0,4% в рублях и на 5,8% в долларах США.

II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящен событиям, произошедшим на фармрынке в марте 2012 г. В марте на рынке отмечалась заметная активность со стороны аптечных сетей (открывались новые точки, а том числе в формате популярных сейчас дискаунтеров, появлялись сообщения о сделках по продаже аптечных сетей) и компаний-участников фармкластеров.

1. Аптечные сети

1. Аптечная сеть «36,6» придумала себе еще одно имя — ЛЕКО.

Как стало известно РБК daily, аптечная сеть «36,6» вслед за конкурентами запускает формат аптек низких цен. Недорогие аптеки носят имя ЛЕКО, и уже сотня точек в Москве и регионах сменила вывески. В представлении покупателей в аптеках «36,6» все слишком дорого, а сети необходимо наращивать трафик и продажи, считают эксперты.

Как удалось выяснить РБК daily, в «36,6» работают над этим проектом с конца прошлого года, и в настоящий момент компания уже определилась с названием. Сеть аптек эконом-класса будет развиваться под брендом ЛЕКО. Под этой вывеской на сегодняшний момент открыто около ста точек в Москве и регионах. В их ассортименте лекарства по сниженным ценам, а также товары под собственной торговой маркой в категориях «лекарственные средства» и «товары массового спроса».

Практически все крупные аптечные сети поняли, что работать в моноформатном режиме стало сложно, и пробуют себя в формате дискаунтеров, напоминает руководитель департамента аналитических исследований и консалтинга «Фармэксперта» Николай Беспалов. «Ригла» развивает сеть «Будь здоров», А5 — «Норма», «Фармакор» — «Экономь!».

Источник: РБК daily

2. «Ригла» к концу года вдвое расширит ассортимент собственных товаров

Аптечная сеть «Ригла», один из ведущих фармритейлеров в России, до конца 2012 года планирует расширить линейку товаров под собственными торговыми марками (СТМ) в два раза - до 700 наименований, сообщил агентству «Прайм» руководитель департамента по СТМ компании Сергей Запорожец

На сегодняшний день компания выпускает 350 продуктов под собственной торговой маркой при доле в выручке 3%.

Запорожец отметил, что продукция «Риглы» востребована, и 25% СТМ продается в других аптеках, не входящих в сеть.

Кроме того, стало известно о планах «Ринглы» по открытию новых точек в 2012 г. Сеть откроет не менее 100 новых точек, 50 из которых будут под вывеской «Ригла», 50 – в формате дискаунтера «Будь здоров!».

Как отметил представитель компании, инвестиции в одну аптеку, в зависимости от формата и места расположения составляют от 1 миллиона до 2 миллионов рублей.

Источник: Прайм

3. «Доктор Столетов» может быть продан до конца первого квартала

Как стало известно РБК daily, аптечная сеть «Доктор Столетов», принадлежащая грузинскому бизнесмену Бидзине Иванишвили, должна быть продана до конца первого квартала 2012 года, хотя изначально дедлайн был назначен на 1 марта. Самыми серьезными претендентами на сделку являются совладелец сети «36,6» Hi Capital и петербургский фармдистрибьютор «Империя-Фарма». Они предлагают за «Доктора Столетова» 90 млн и 80 млн долл. соответственно. Хотя сам продавец хочет получить за 400 аптек более 100 млн долл.

Источнк: РБК Daily

2. Производители

1. «Роснано» верит в Америку

«Роснано» и Domain Associates (управляющая компания венчурных фондов, специализируется на медицинских проектах; управляет активами на \$2,5 млрд) объявили о намерении инвестировать по \$380 млн. в разработку, производство и продвижение лекарств и медицинских устройств. По \$95 млн. стороны вложат в производство в России, а остальное - в два десятка американских биотехнологических компаний, занимающихся разработкой препаратов для лечения сердечно-сосудистых, онкологических, инфекционных и других заболеваний, а также диагностического оборудования.

Планируемая мощность завода - более 20 млн. упаковок и более 5 млн. ампул в год. Также на заводе запланирован участок для производства оборудования.

Также в марте стало известно, что «Роснано» приобрела около 34% долей в ООО «Ниармедик фарма». «Ниармедик фарма» - проектная компания, которая строит завод по производству лекарств в Обнинске Калужской области, и будет заниматься производством препаратов против гриппа.

Источник: Ведомости

3. Фармкластеры

1. Завершен нулевой цикл работ по созданию производства компании «АстраЗенека» в рамках Калужского фармкластера.

Завод компании «АстраЗенека» будет специализироваться на производстве инновационных препаратов для лечения кардиологических, онкологических, психиатрических, гастроэнтерологических и респираторных заболеваний. Реализация проекта по строительству разделена на три фазы. В I-й фазе планируется наладить производство объемом до 25 млн.

упаковок в год. Завершение этой фазы и выпуск первой продукции намечен на второй квартал 2013 года.

Во II-й фазе запланировано строительство еще одного корпуса завода, что позволит обеспечить полный цикл производства лекарственных средств, а также расширить упаковочные мощности. Также планируется, что к моменту завершения II фазы на предприятии будет работать около 145 человек. В рамках же реализации III-й фазы к 2019 году планируется вывести завод на полную мощность и выпускать порядка 500 млн. таблеток в год. Количество работающих сотрудников планируется увеличить до 165 человек.

Общий объем инвестиций компании «АстраЗенека» в локализацию производства в России составляет около 170 млн. долларов. На сегодняшний день успешно завершен нулевой цикл и начат монтаж основных зданий и сооружений. Помимо этого «АстраЗенека» делает серьезный вклад в развитие человеческого капитала и ведет активную работу по подготовке квалифицированных кадров для работы на производстве, которое будет полностью соответствовать всем международным стандартам качества.

Источник: [remedium](#)

2. Вауег готова начать производство в Свердловской области не ранее 2014 года (Уральский фармкластер)

Компания Вауег и Уральский фармацевтический кластер провели первую рабочую встречу для обсуждения совместного производства фармацевтических препаратов в России.

Заявлено, что первым этапом совместного сотрудничества немецкой компании «Байер» и Уральского фармацевтического кластера будет производство полного цикла препаратов Вауег на мощностях завода «Медсинтез» (резидент кластера), расположенного в Новоуральске. Для производства будут использоваться как существующие мощности завода, так и планируемые кластером новые производственные площадки.

На настоящий момент планируется производство антибиотиков «Авелокс» и «Ципробай», препаратов для диагностической визуализации и препарата для лечения неврологических расстройств «Нимотоп».

12–16 марта состоялся визит делегации, в состав которой входили представители подразделений Bayer Product Supply, Bayer Technology Services, Quality Assurance и российского представительства компании Bayer, которые будут непосредственно заниматься проектированием и дизайном новой площадки для производства фармацевтических препаратов.

Совместное производство препаратов предполагается начать в 2014 году.

Источник: [remedium](#)

3. В подмосковном Долгопрудном построят корпус биофармацевтического кластера

Как сообщают пресс-службы правительства Московской области, строительство корпуса биофармацевтического кластера «Северный» начнется на территории МФТИ в Долгопрудном нынешней весной.

«Новое здание будет возводиться за радиотехническим корпусом. Площадь здания составит 11 618 кв. метров. В корпусе разместятся аналитические, биологические лаборатории, а также лаборатории по разработке готовых лекарственных форм, учебные помещения и бизнес-инкубатор лабораторного типа, в состав которого войдут как лаборатории, так и офисные помещения», говорится в сообщении.

Строительство будет идти в рамках федеральной целевой программы Минпромторга по развитию фармацевтической и медицинской промышленности на период до 2020 года и дальнейшую перспективу. На этот проект выделено 865 миллионов рублей. Ввод здания в строй планируется в 2014 году. Подготовительные работы будут начаты в нынешнем апреле.

Источник текст: www.kapital-rus.ru

О 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>