



Фармацевтический рынок России

февраль 2016

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – февраль 2016
- события фармацевтического рынка – февраль 2016



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



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



СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
I. Коммерческий рынок ЛП России в феврале 2016 года	5
1. Объем коммерческого рынка ЛП России	5
2. Структура коммерческого рынка ЛП России	7
2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий	7
2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов	8
2.3. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска	10
2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам	11
3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов	15
4. Препараты-лидеры продаж	18
5. Индекс цен	20
6. Биологически активные добавки	22
II. События фармацевтического рынка	27

Закрытое акционерное общество «Группа ДСМ»

Генеральный директор

Сергей Шуляк
+7 (495) 722-19-07

Директор по исследованиям

Юлия Нечаева
+7 (909) 992-31-33

Аналитик

Анастасия Казова

Оформление и вёрстка

Анастасия Казова

Аналитический обзор

**Фармацевтический рынок
России.
Выпуск: февраль 2016 года**

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



РЕЗЮМЕ

Объем коммерческого рынка ЛП в ценах закупки аптек в феврале 2016 г. сократился на 0,7% по сравнению с январем и составил 46,2 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за второй месяц 2016 г. **коммерческий рынок лекарств в натуральном** выражении был равен 315,8 млн. упак., что на 18,2% меньше, чем за аналогичный период 2015 года.

Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата на коммерческом рынке России в феврале 2016 г. по сравнению с январем не изменилась и составила 146,3 руб.

Согласно **индексу Ласпейреса**, в течение января 2016 года **цены в рублях уменьшились на 0,1%**. В долларовом выражении индекс цен снизился на 3,3%. Всего же с начала 2015 года инфляция цен на лекарства в аптеках страны составила +11,5% в рублевом выражении и -24,1% в долларах США.

Структура коммерческого рынка ЛП в феврале 2016 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. Продолжилось сокращение доли лекарств с ценовым диапазоном 50-150 руб./упак. (с 15,6% в феврале 2015 г. до 15,3% в феврале 2016 г.), на 2,1% уменьшился удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (с 49,9% в феврале 2015 г. до 47,8% в феврале 2016 г.), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) немного ослабили свои позиции, уменьшив долю с 6,7% до 6,6%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку заняли по итогам второго месяца 2016 года долю 30,3% коммерческого рынка, что на 2,5% больше, чем в феврале 2015 г.

По итогам февраля 2016 г. 58% препаратов, реализованных на рынке, являлись отечественными (в натуральных единицах измерения), однако в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств, в стоимостном выражении они занимали лишь 29%. Коммерческий сегмент рынка по итогам февраля 2016 года на 52% был представлен безрецептурными препаратами, и на 48% - Rx-лекарствами.

Рейтинг компаний по стоимостному объему продаж в феврале 2016 г. возглавила компания BAYER, на втором месте - SANOFI, на третьем месте – NOVARTIS.

ТОП брендов ЛС по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам февраля 2016 г. возглавил препарат ИНГАВИРИН (1,18% от совокупных аптечных продаж), на втором месте КАГОЦЕЛ (1,05%) и третьем месте ЭССЕНЦИАЛЕ (0,78%).

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в феврале 2016 г. увеличился на 4,2% относительно января и составил почти 2,5 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД во втором месяце 2016 года уменьшился на 16,8% по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. и составил 22,1 млн. упаковок.

Средневзвешенная цена упаковки БАД в феврале 2016 г. по сравнению с январем уменьшилась на 5,7% и составила 111,2 руб.

I. Коммерческий рынок ЛП России в феврале 2016 г.

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

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

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

Далее рассматриваются продажи ЛП на коммерческом сегменте фармрынка.

1. Объём коммерческого рынка ЛП России

На *Графике 1* представлена динамика объема коммерческого рынка ЛП России с февраля 2015 г. по февраль 2016 г.

График 1



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



Согласно данным розничного аудита DSM Group, **объём коммерческого рынка ЛП в феврале 2016 г. составил 46,2 млрд. руб. (с НДС)**. По сравнению с январем емкость рынка сократилась на 0,7%. Как правило, в феврале коммерческий рынок ЛП растет, что объясняется и «постновогодним» оживлением, и ростом простудных заболеваний, пик которого приходится именно не третий месяц зимы. Так, в феврале 2015 г. объем потребления ЛП увеличился относительно января 2015 г. на 16,3%, годом ранее рост был скромнее (+1%). В текущем году наблюдалась довольно ярко выраженная эпидемия гриппа и ОРВИ, начавшаяся еще в конце января, однако всплеска аптечных закупок противопростудных препаратов в феврале замечено не было. Причина кроется в том, что к эпидемии в 2016 г. аптеки подошли с запасом, обеспечив себя львиной долей сезонных лекарств еще в декабре-январе.

Сокращение коммерческого рынка лекарств за два месяца 2016 года относительно аналогичного периода 2015 года в рублевом эквиваленте составило 7,6%.

В натуральных единицах измерения емкость рынка в феврале 2016 г. составила 315,8 млн. упак., что 0,7% меньше, чем в феврале, и на 18,2% меньше, чем в феврале 2015 г.

Средняя стоимость упаковки ЛП в феврале 2016 г. не изменилась по сравнению с январем, составив 146,3 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств во втором месяце 2016 года с февралем 2015 года, то следует отметить рост цены на 4,6%.

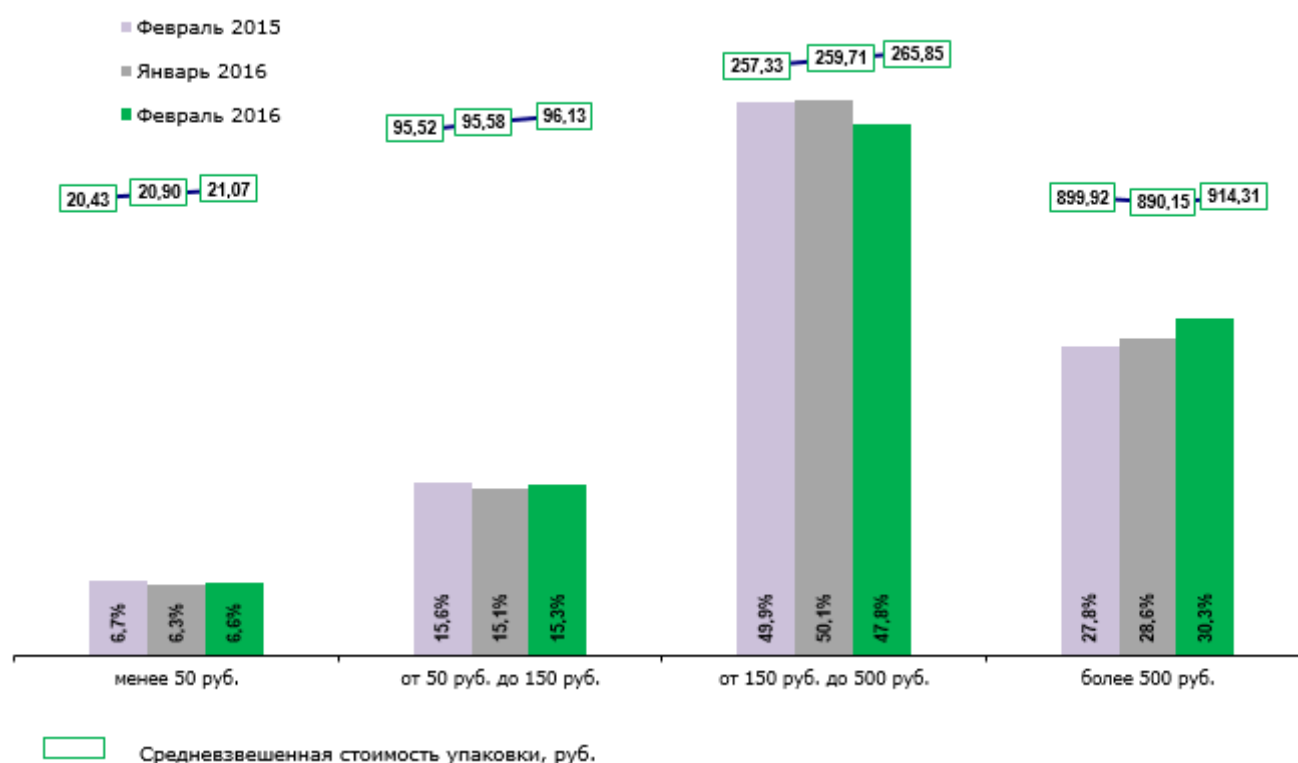
2. Структура коммерческого рынка России

2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий

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

График 2

Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке ЛП России в феврале 2016 г.



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

Данные Графика 2 свидетельствуют о том, что структура коммерческого рынка ЛП в феврале 2016 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась относительно декабря 2014 г., изменения же относительно февраля 2015 г. более заметны, хотя и их сложно назвать кардинальными. Неизменным трендом последнего времени является постепенное сокращения доли «недорогих лекарств» (средняя стоимость упаковки которых ниже 150 руб.) и увеличение удельного веса «дорогих препаратов» (со средней стоимостью упаковки выше 150



руб.). Доля рынка «недорогих» препаратов по сравнению с январем прошлого года сократилась на 0,4%.

На 0,3% относительно февраля 2015 г., уменьшилась доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. (за месяц доля увеличилась на 0,2%).

На 2,1% уменьшился удельный вес группы лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. (49,9% и в феврале 2015 г. до 47,8% в феврале 2016 г.) Этот сегмент является наиболее емким в стоимостном выражении. За месяц доля рассматриваемого ценового сектора уменьшилась на 2,3% что сопровождалось небольшим (на 2,4%) ростом средней цены упаковки лекарств (в итоге средняя стоимость составила 265,8 руб./упак.).

Доля дорогостоящих препаратов в феврале 2016 г. составила 30,3%, что на 1,7% больше удельного веса группы в предыдущем месяце. Следует отметить, что рыночная доля лекарств со средней стоимостью упаковки от 500 руб. выросла по причине того, что в январе 2016 г. продажи лекарств этой категории увеличились относительно предыдущего месяца на 5,4%, тогда как рынок в целом сокращался. При этом средняя стоимость упаковки лекарств «верхнего» ценового сегмента за месяц увеличилась на 2,7% и составила 914,3 руб./упак.

Доля лекарств нижнего ценового сегмента в феврале 2016 г. увеличилась относительно декабря 2015 г. на 0,3%, составив 6,6%. Средняя стоимость упаковки при этом выросла на 0,8%, составив в итоге 21,1 руб./упак.

За месяц на 0,2% увеличилось присутствие на коммерческом рынке ЛП лекарств стоимостью 50-150 руб./упак. (их доля составила 15,3%). Средняя стоимость упаковки при этом выросла на 0,6%, составив и 96,1 руб.

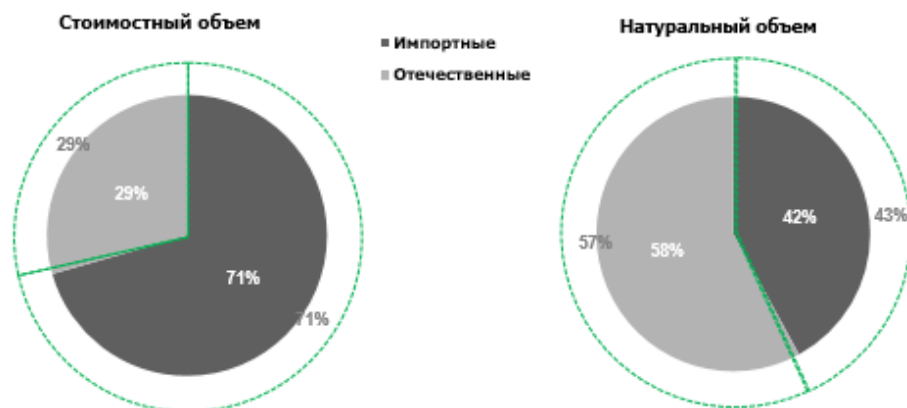
2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов

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



График3

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2016 г., %



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

Доля ЛП российского производства от общего объема коммерческого рынка по итогам февраля 2016 г. составила 29% в стоимостном выражении и 58% в натуральном. Соответственно лекарства зарубежного производства преобладали в стоимостном объеме рынка – 71% по итогам месяца, и составляли 42% в натуральном объеме рынка.

Следует заметить, что по отношению февралю 2015 г. структура коммерческого рынка ЛП относительно происхождения представленных препаратов почти не изменилась. На 1% увеличилось присутствие лекарств отечественного производства на коммерческом рынке в натуральном выражении, в стоимостном – распределение долей осталось прежним.

В феврале 2016 года по отношению к февралю 2015 года объем реализованных через аптеки страны упаковок лекарств уменьшился на 18,2%. Произошло это за счет сокращения продаж упаковок и российского, и зарубежного производства - объем реализованных упаковок импортных лекарств в феврале 2016 г. снизился на 20,3% по сравнению с февралем 2015 г., объем продаж отечественных ЛП уменьшился за тот же период на 16,6%.

За год чуть больше подорожали лекарства зарубежного производства (на 6,03% по сравнению с февралем 2015 г.), средняя стоимость упаковки которых в феврале 2016 г. была равна 245,6 руб. Увеличение цены российских препаратов составило 5,8% (средняя стоимость в феврале 2016 года была равна 74,3 руб./упак).

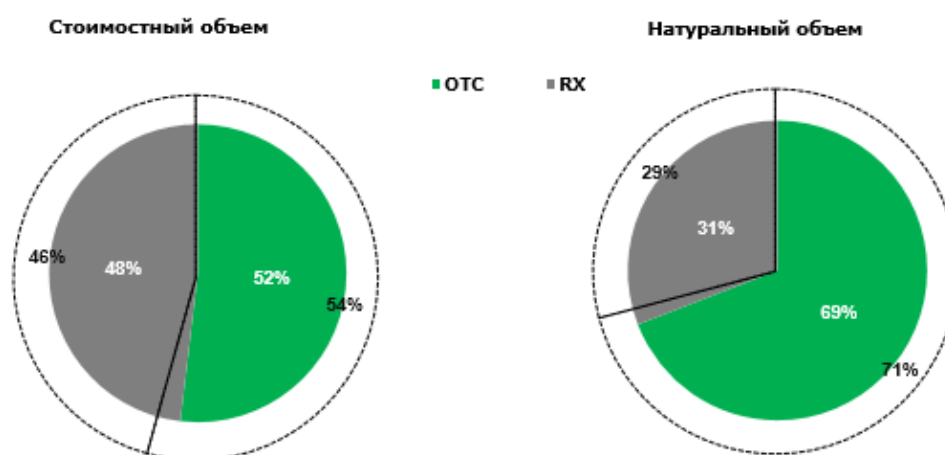


2.3. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

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

График 4

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2016 г., %



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

В феврале 2016 г. доля лекарств безрецептурного отпуска в стоимостном объеме аптечных продаж была преобладающей – 52%, удельный вес Rx-препаратов составил 48%. В феврале 2015 г. ситуация была похожей – удельный вес OTC-лекарств был выше (52%), а Rx-препараты занимали меньшую долю (46%). Что касается натурального объема потребления, то доля безрецептурных препаратов уменьшилась относительно февраля прошлого года на 2%, составив 69%.

Продажи безрецептурных лекарств в феврале 2016 г. уменьшились по отношению к аналогичному периоду 2015 г. на 18,3% (-5,4 млрд. руб.). Объем реализованных упаковок сократился на 20,2%. Что же касается средней стоимости упаковки OTC-препаратов, то она выросла относительно февраля 2015 г. на 2,5% и составила 109,8 руб.

Снижение продаж рецептурных лекарств в феврале 2016 г. по отношению к февралю 2015 г. составило 9,9% (-2,4 млрд.руб.). При этом объем реализованных упаковок уменьшился на 13,2% (-14,8 млн. упак.). Средняя цена Rx-препаратов почти в два раза превосходит цену



лекарств, продаваемых без рецепта, - в феврале 2016 г. она составила 228 руб./упак., увеличившись к февралю 2015 г. на 3,8%.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России январе – феврале 2016 г. представлено в таблице 1.

Таблица 1

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в январе - феврале 2016 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Январь 2016	Февраль 2016	Изменение доли	Январь 2016	Февраль 2016	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,15%	19,52%	1,37%	16,63%	17,48%	0,85%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	11,01%	12,50%	1,49%	9,96%	11,23%	1,27%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,50%	11,93%	-1,57%	16,52%	14,62%	-1,90%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	10,48%	11,00%	0,52%	16,14%	16,36%	0,22%
J Противомикробные препараты системного использования	13,87%	10,42%	-3,45%	10,60%	8,48%	-2,12%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,52%	7,38%	0,86%	1,74%	1,98%	0,24%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	6,70%	7,30%	0,60%	6,45%	6,79%	0,34%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,63%	5,86%	0,23%	9,15%	9,86%	0,71%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	3,35%	4,01%	0,66%	2,45%	3,04%	0,59%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	4,42%	3,50%	-0,93%	2,27%	1,60%	-0,68%
~ Препараты без указания АТС-группы	2,98%	2,87%	-0,11%	4,66%	4,83%	0,17%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,19%	2,37%	0,18%	2,08%	2,23%	0,15%
V Прочие препараты	0,52%	0,57%	0,05%	0,52%	0,56%	0,04%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,46%	0,51%	0,06%	0,45%	0,51%	0,05%
P Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,22%	0,25%	0,03%	0,36%	0,43%	0,07%

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

По итогам февраля 2016 г. максимальная доля (18,52%) в стоимостном объеме коммерческого рынка ЛП принадлежит препаратам АТС-группа [A] Пищеварительный тракт и обмен веществ.



Во втором месяце 2016 года удельный вес этой группы лекарств увеличился на 1,4%, этому способствовал рост продаж препаратов группы за месяц на 6,7%. Увеличение продаж группы совпало с сокращением рынка в целом (емкость потребления лекарств на коммерческого рынке уменьшилась за месяц на 0,7).

Большая часть АТС-групп отметилась в феврале 2016 г. увеличением объемов реализации. При этом самые заметные приросты объемов аптечной реализации наблюдались по следующим АТС-группам: [С] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (+12,6% к уровню продаж января), [G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны (+12,3%) и [В] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь (+18,9%). При этом спрос на противогрибковые препараты со стороны аптек в феврале заметно сократился, что в результате привело к снижению совокупных продаж препаратов АТС-групп [J] Противомикробные препараты системного использования (-25,5%), [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы (-21,6%) и [R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы (-12,4%).

Как уже отмечалось, продажи ЛП для лечения пищеварительной системы и обмена веществ в феврале 2016 г. увеличились на 6,7% относительно предыдущего месяца. При этом почти все ключевые бренды группы отметились ростом объемов аптечной реализации – так, продажи ЭССЕНЦИАЛЕ увеличились за месяц на 14,0%, спрос на МИЛЬГАММУ и ВИТРУМ вырос на 23,9% и 13,7% соответственно.

В феврале 2016 г. продажи препаратов АТС-группы [С] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы увеличились на 12,6% по отношению к январю, это привело к росту доли группы в стоимостном объеме рынка на 1,5%. Увеличение объемов аптечной реализации группы было вызвано приростом уровня спроса на такие бренды, как ДЕТРАЛЕКС, КОНКОР И ЛОЗАП (на 51,1%, 12,2% и 13,1% соответственно) и др.

Среди препаратов АТС-группы [В] большая часть также отметилась ростом объемов аптечной реализации, что привело к росту группы в целом на 18,9% относительно января. Катализаторами роста стали такие бренды, как АКТОВЕГИН, КАОДИОМАГНИЛ, КСАРЕЛТО и др. Объем аптечной реализации первого из указанных препаратов увеличились к уровню продаж января более чем на 30%, продажи второго выросли за месяц на 17,3%, а спрос на КСАРЕЛТО увеличился в феврале 2016 г. на 19%.

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 2015 и 2016 года.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в феврале 2015-2016 гг. представлено в *таблице 2*.

Таблица 2

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в феврале 2015-2016 гг., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Февраль 2015	Февраль 2016	Изменение доли	Февраль 2015	Февраль 2016	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,21%	19,52%	1,32%	16,45%	17,48%	1,03%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	11,04%	12,50%	1,46%	9,96%	11,23%	1,27%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	14,58%	11,93%	-2,66%	17,15%	14,62%	-2,53%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,67%	11,00%	-0,67%	17,49%	16,36%	-1,13%
J Противомикробные препараты системного использования	11,54%	10,42%	-1,11%	9,51%	8,48%	-1,02%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,48%	7,38%	0,90%	1,73%	1,98%	0,25%
M Препараты для лечения костно-мышечной системы	6,98%	7,30%	0,31%	6,32%	6,79%	0,47%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,33%	5,86%	0,54%	8,42%	9,86%	1,44%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	3,53%	4,01%	0,48%	2,59%	3,04%	0,45%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,96%	3,50%	-0,46%	1,90%	1,60%	-0,31%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,25%	2,87%	-0,38%	5,13%	4,83%	-0,29%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,28%	2,37%	0,09%	2,04%	2,23%	0,18%
V Прочие препараты	0,49%	0,57%	0,08%	0,56%	0,56%	0,00%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,44%	0,51%	0,08%	0,39%	0,51%	0,12%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,23%	0,25%	0,01%	0,36%	0,43%	0,07%

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

В феврале 2016 г. продажи лекарств большинства АТС-групп снизились по сравнению с февралем 2015 г. Объем коммерческого рынка лекарств в феврале текущего года был на 14,4% ниже чем в феврале 2015 г. Поэтому и по большинству АТС-групп мы наблюдаем сокращение продаж.

На общем фоне выделяются две АТС-группы [G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны и [B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь, по которым в феврале 2016 г. был зафиксирован минимальный относительно других АТС-групп спад продаж в сравнении со вторым месяцем 2015 г. Первая отметилась снижением продаж на 2,6%, вторая – на 2,7%.



При этом среди ведущих препаратов для лечения заболеваний урогенитальных органов в феврале 2016 г. прирост объемов аптечной реализации наблюдался у препарата ПРОСТАМОЛ (+40,3% к уровню февраля 2015 г.). Среди препаратов, влияющих на кроветворение и кровь, выросли продажи КСАРЕЛТО (прирост продаж по сравнению с февралем 2015 г. составил 62,6%) и ПРАДАКСЫ (+13,5%) и др.



3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В феврале 2016 г. на аптечном рынке России присутствовало 1046 фирм-производителей лекарственных препаратов.

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

Таблица 3

ТОП-10 корпораций-производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в январе - феврале 2016 г.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Январь 2016 г.	Февраль 2016 г.		Январь 2015 г.	Февраль 2016 г.	Январь 2015 г.	Февраль 2016 г.
1	1		BAYER	4,42%	4,61%	1,46%
4	2	SANOFI-AVENTIS	4,12%	4,49%	1,79%	1,92%
2	3	NOVARTIS	4,35%	4,29%	2,34%	2,29%
3	4	ОТИСИФАРМ ОАО	4,24%	3,59%	3,43%	3,22%
8	5	SERVIER	2,98%	3,38%	1,37%	1,49%
7	6	TEVA	2,98%	2,87%	2,45%	2,36%
11	7	TAKEDA	2,50%	2,85%	1,68%	1,86%
5	8	GLAXOSMITHKLINE	3,31%	2,85%	2,05%	1,68%
10	9	BERLIN-CHEMIE	2,57%	2,77%	1,68%	1,75%
9	10	STADA	2,78%	2,70%	3,71%	3,63%
Общая доля ТОП-10			34,27%	34,41%	21,96%	21,61%

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 ЛП, в феврале 2016 г. по сравнению с январем немного изменился – покинула рейтинга компания ВАЛЕНТА, а «новичком» стала компания TAKEDA. Расположение компаний-участниц в первой тройке рейтинга также претерпело изменение. С 4-го на 2-е место поднялась компания SANOFI-AVENTIS, а NOVARTIS опустился на одну строчку – компания обосновалась на 3-ем месте, причиной тому снижение продаж (на 2,04% за месяц).

Компания BAYER во втором месяце 2016 г. закрепились на лидирующей позиции. Продажи лекарств компании совокупно выросли за месяц на 3,5%, что на фоне немного сократившегося рынка привело к увеличению доли компании. Удельный вес коммерческого



рынка ЛП, контролируемый компанией, составил в феврале 2016 г. 4,61%, что почти на 0,2% больше чем в январе. Даже небольшая положительная динамика позволила компании BAYER закрепить лидерство в рейтинге производителей лекарств, поскольку продажи компаний из первой тройки прошлого месяца (NOVARTIS и ОТИСИФАРМ) сократились. Отметим, что спрос на ряд ключевых препаратов BAYER в феврале 2016 г. увеличился: КСАРЕЛТО (+19,0% к уровню продаж января), ТЕРАФЛЕКС (+11,9%) и др. В то же время спрос на БЕПАНТЕН в феврале 2016 г. снизился на 1,7% по сравнению с предыдущим месяцем.

Продажи компании SANOFI-AVENTIS, обосновавшейся на 2-й строчке рейтинга, увеличились за месяц почти на 8,0%, такой прирост спроса привел к увеличению рыночного присутствия данного производителя. Катализаторами роста доли SANOFI-AVENTIS стали такие препараты, как ЭССЕНЦИАЛЕ, ЛОЗАП и МАГНЕ, продажи которых выросли в феврале 2016 г по сравнению с январем на 14,0%, 9,6% и 16,4% соответственно.

Еще одна французская компания - SERVIER, продемонстрировавшая в феврале заметное улучшение позиций в ТОП-10 корпораций-производителей ЛП, отметилась ростом продаж на 12,5%. Подобный рыночный успех компании в феврале 2016 г. обеспечили следующие препараты – ДЕТРАЛЕКС, ПРЕСТАРИУМ А и НОЛИПРЕЛ. Объемы аптечной реализации этих лекарства выросли за месяц на 51,1%, 13,1% и 14,0% соответственно.

Компания TAKEDA в феврале текущего года поднялась с 11-го места на 7-е, а совокупные аптечные продажи компании выросли на 13,0%, тогда как рынок в целом сократился на 0,7%. Большая часть ключевых препаратов компании TAKEDA отметились в феврале ростом продаж. Так, объем аптечной реализации АКТОВЕГИНА вырос на 32,7% относительно января, а КОНКОР и КАРДИОМАГНИЛ прибавили по 12,2% и 17,3% соответственно к уровню продаж предыдущего месяца.

Заметим, что компании, вошедшие в Топ-10 компаний-производителей коммерческого рынка ЛП, поделились поровну на тех, по которым был зафиксирован рост продаж, и тех, кто отметился сокращением объемов реализации.

Изменение ТОП-а производителей в феврале 2016 г. по сравнению с аналогичным периодом 2014 года представлен в *таблице 4*.

Таблица 4

ТОП-10 фирм-производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в феврале 2015-2016 гг.

Рейтинг		Корпорация-производитель	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Февраль 2015 г.	Февраль 2016 г.		Февраль 2015 г.	Февраль 2016 г.	Февраль 2015 г.	Февраль 2016 г.
3	1	BAYER	4,15%	4,61%	1,34%	1,39%
2	2	SANOFI-AVENTIS	4,53%	4,49%	2,00%	1,92%
1	3	NOVARTIS	4,55%	4,29%	2,42%	2,29%
5	4	ОТИСИФАРМ ОАО	3,50%	3,59%	3,06%	3,22%
6	5	SERVIER	3,26%	3,38%	1,41%	1,49%
8	6	TEVA	3,04%	2,87%	2,31%	2,36%
7	7	TAKEDA	3,09%	2,85%	1,93%	1,86%
4	8	GLAXOSMITHKLINE	3,54%	2,85%	2,16%	1,68%
9	9	BERLIN-CHEMIE	2,71%	2,77%	1,78%	1,75%
10	10	STADA	2,51%	2,70%	3,23%	3,63%
Общая доля ТОП-10			34,88%	34,41%	21,65%	21,61%

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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10 в феврале 2016 года составляет немногим больше трети (34,41%) от стоимостного объема продаж ЛП на всем коммерческом аптечном рынке ЛП, при этом в натуральном выражении это всего 21,61%.

Состав компаний, входящих в Топ-10 лидеров коммерческого рынка ЛП в РФ, не изменился по отношению к февралю 2015 г., но изменилась расстановка сил – в феврале 2015 г. лидером был NOVARTIS, а BAYER занимал 3- место.

Следует также заметить, что по всем компаниям, входящим в Топ-10 производителей коммерческого рынка ЛП, в феврале 2016 года были зафиксированы уменьшения объемов продаж относительно аналогичного периода предыдущего года.



4. Препараты – лидеры продаж

ТОП-20 брендов ЛП по объему аптечных продаж в России за февраль 2016 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 лекарственных брендов ЛП по стоимостному объему продаж в России в феврале 2016 г.

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %	
Январь 2016 г.	Февраль 2016 г.		Январь 2016 г.	Февраль 2016 г.
1	1	ИНГАВИРИН	2,06%	1,18%
2	2	КАГОЦЕЛ	1,66%	1,05%
8	3	ЭССЕНЦИАЛЕ	0,68%	0,78%
10	4	КОНКОР	0,60%	0,68%
6	5	НУРОФЕН	0,76%	0,67%
4	6	ЭРГОФЕРОН	1,04%	0,66%
15	7	АКТОВЕГИН	0,47%	0,63%
3	8	АРБИДОЛ	1,06%	0,62%
18	9	КАРДИОМАГНИЛ	0,46%	0,54%
5	10	АМИКСИН	1,03%	0,51%
43	11	ДЕТРАЛЕКС	0,33%	0,50%
27	12	МЕКСИДОЛ	0,39%	0,50%
20	13	ЛОЗАП	0,45%	0,49%
23	14	МИРАМИСТИН	0,44%	0,49%
22	15	НАЙЗ	0,44%	0,48%
7	16	ТЕРАФЛЮ	0,76%	0,47%
9	17	АНАФЕРОН	0,67%	0,44%
12	18	АЦЦ	0,57%	0,44%
17	19	ЛИНЕКС	0,46%	0,42%
31	20	ВИТРУМ	0,37%	0,42%
Общая доля ТОП-20			14,71%	11,98%

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составляет 11,98% от всего коммерческого аптечного рынка ЛП, что чуть меньше, чем в январе 2016 г.



Состав рейтинга в феврале 2016 г. изменился по сравнению с январем. Покинули рейтинг 5 брендов (ВИФЕРОН, СТРЕПСИЛС, ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ, ГРИППФЕРОН и ЦИКЛОФЕРОН), «новичками» стали ДЕТРАЛЕКС, МЕКСИДОЛ, МИРАМИСТИН, НАЙЗ и ВИТРУМ.

В феврале 2016 г. в ТОП-20 лекарственных брендов коммерческого рынка лидер не поменялся, на первой строчке - ИНГАВИРИН, не смотря на, что объем аптечной реализации препарата сократился за месяц на 43,1%, тогда как рынок в целом уменьшился на 0,7%. На 2-й строчке оставался КАГОЦЕЛ, хотя продажи препарата за месяц также заметно сократились (на 37,2%). ЭССЕНЦИАЛЕ, который месяцем ранее не входил в тройку лидирующих брендов ЛП, в феврале 2016 г. занял 3-е место. Объем аптечной реализации данного бренда вырос на 14% относительно января.

Заметим, что половина брендов ЛП из Топ-20 по итогам февраля 2016 г. отметилась увеличением продаж. Помимо ЭССЕНЦИАЛЕ, весьма существенные приросты продаж наблюдались у брендов – АКТОВЕГИН (+32,7% к уровню продаж января), ДЕТРАЛЕКС (+51,1%), МЕКСИДОЛ (+25,4%).

5. Индекс цен

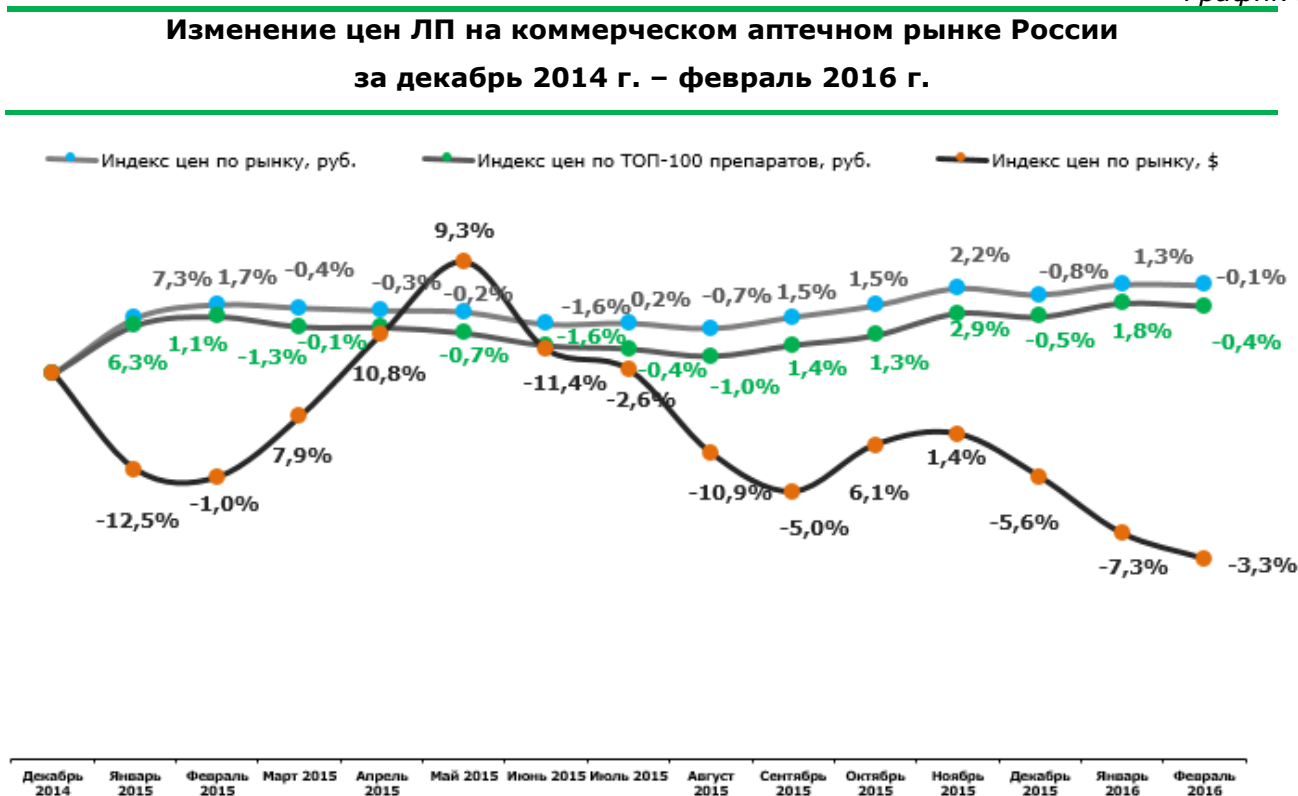
Для того чтобы проанализировать динамику изменения цен на ЛС с начала 2015 года, был использован **Индекс Ласпейреса**.

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 2014 году. Благодаря применению этого подхода нивелируются сезонные влияния на потребление, и в результате получается ряд изменения цен в 2015 году по отношению к 2014 году.

За основу при расчете индекса цен был взят список **всех полных наименований всех производителей из базы данных DSM Group за 2014 г.** В качестве базисного периода был взят декабрь 2014 г.

На *графике 5* отражена динамика цен на ЛП по индексу Ласпейреса за период с декабря 2014 г. по февраль 2016 г.

График 5



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



СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2008**

Согласно индексу Ласпейреса, цены на лекарства в феврале 2016 г. по сравнению с январем 2016 г. в рублях уменьшились на 0,1%. В целом же с начала 2015 года общая инфляция цен на ЛП в России составила 11,5%.

В феврале 2016 г. на 0,13% снизились цены на лекарства из списка ЖНВЛП. В результате с начала 2015 года общая инфляция цен на препараты ЖНВЛС составила почти 3,06%.

Во втором месяце 2016 года цены на препараты, не относящиеся к ЖНВЛП уменьшились на 0,06% относительно предыдущего месяца. Всего с начала 2015 года инфляция цен на не-ЖНВЛП составила 16,01%.

Если сравнивать изменение цен в феврале 2016 г. на лекарства отечественного и импортного производства, то следует заметить, что цены на отечественные ЛП выросли на 0,81%, а на импортные – сократились на 0,38%.

Индекс цен, выраженный в американской валюте, в феврале 2016 г. снизился на 3,3%. В период с декабря 2014 г. цены в долларах США на коммерческом рынке ЛП снизились в среднем на 24,1%.

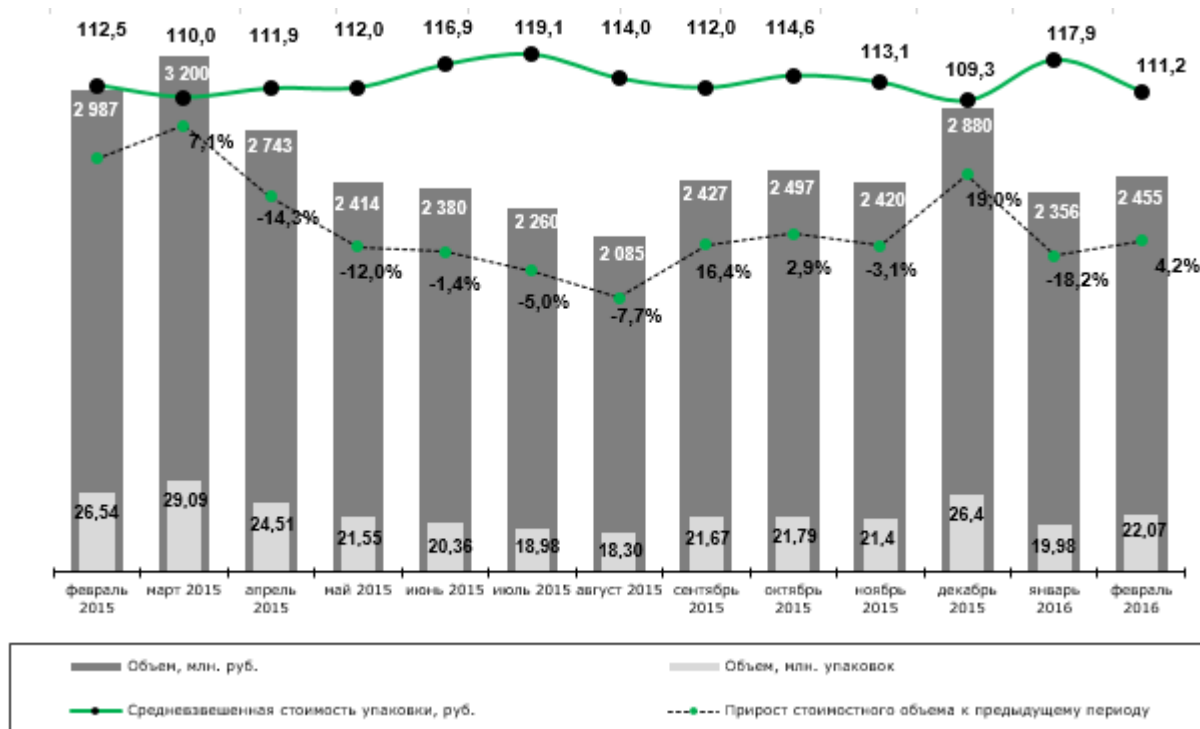
6. Биологически активные добавки

В феврале 2016 в аптечных учреждениях России продавалось 4 140 торговых наименований БАД, которые представляют 728 производителей.

На *графике 6* представлена динамика объема коммерческого рынка БАД России с февраля 2015 г. по февраль 2016 г.

График 6

**Коммерческий рынок БАД России
в январе - феврале 2016 г.**



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

В феврале 2016 г. емкость российского рынка БАД увеличилась в стоимостном выражении по сравнению с январем на 4,2% и составила почти 2,5 млрд. руб. В натуральных единицах измерения рынок также вырос на 10,5% и составил 22,1 млн. упак.

В феврале 2016 г. средняя цена упаковки БАД была равна 111,2 руб. Это на 5,7% ниже цены января, и на 1,2% дешевле, чем в феврале 2015 г.



По итогам двух месяцев 2016 г. коммерческий рынок БАД уменьшился в рублях 15,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в упаковках рынок за этот же период сократился на 14,1%.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объемом аптечных продаж в России в феврале 2016 г.

Таблица 6

ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж

(в стоимостном выражении) в России в январе - феврале 2016 г.

Рейтинг	Январь 2016 г.	Февраль 2016 г.	Фирма-производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб, %		Доля в натуральном объеме продаж, уп., %	
				Январь	Февраль	Январь	Февраль
				2015 г.	2016 г.	2015 г.	2016 г.
1	1		ЭВАЛАР ЗАО	19,19%	15,80%	12,16%	12,43%
3	2		PHARMA-MED INC	7,39%	7,38%	1,92%	1,82%
2	3		РИА ПАНДА	7,46%	7,02%	1,67%	1,50%
4	4		SOLGAR VITAMIN AND HERB	3,68%	4,35%	0,34%	0,37%
5	5		RECORDATI S.P.A.	3,29%	3,64%	1,61%	1,65%
6	6		QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	2,91%	3,10%	1,03%	1,03%
8	7		GENEXO SP. Z.O.O	2,71%	2,93%	0,88%	0,94%
7	8		MERK SELBSTMEDIKATION	2,78%	2,91%	0,50%	0,50%
9	9		ОТИСИФАРМ ПАО	1,95%	2,16%	3,94%	3,96%
10	10		ДИОД ОАО	1,70%	1,86%	0,99%	1,02%
Итого:				53,05%	51,15%	25,02%	25,23%

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

В феврале 2016 г. состав рейтинга производителей на аптечном рынке БАД не изменился по сравнению с январем – изменились позиции некоторых компаний внутри рейтинга. Благодаря 4%-ному росту продаж с 3-его на 2-е место переместилась компания PHARMA-MED, а РИА ПАНДА напротив в виду снижения продаж на 1,9% по сравнению с январем, опустилась на 3-ю строчку. Заметим, что большая часть компаний-участниц рейтинга производителей БАД в феврале 2016 г. отметились ростом продаж. Исключение помимо РИА ПАНДА составила

компания ЭВАЛАР, совокупный спрос на БАД которой снизился за месяц на 14,2%. Самый существенный прирост объемов аптечной реализации БАД (и как следствие рыночной доли) наблюдался у компании SOLGAR (23,2% к уровню продаж января).

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 2016 г.

Рейтинг		Торговое наименование	Производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб., %	
Январь 2015 г.	Февраль 2016 г.			Январь 2015 г.	Февраль 2016 г.
1	1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	3,36%	2,81%
3	2	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	2,61%	2,81%
5	3	МАКСИЛАК	GENEXO SP. Z.O.O	2,39%	2,65%
4	4	АЛИ КАПС ВИТАМИШКИ	РИА ПАНДА	2,41%	2,45%
2	5	ИММУНО+ ФЕМИБИОН	PHARMA-MED INC MERK	2,84%	2,36%
6	6	НАТАЛКЕР II	SELBSTMEDIKATION MEDANA PHARMA	1,79%	1,90%
8	7	НОРМОБАКТ ДОППЕЛЬГЕРЦ	TERPOL GROUP S.A. QUEISSER PHARMA	1,28%	1,65%
7	8	АКТИВ ОМЕГА-3 ВИТАМИШКИ	GMBH & CO.KG	1,35%	1,54%
10	9	MULTI+ ГЛИЦИН ФОРТЕ	PHARMA-MED INC	1,12%	1,27%
11	10	"ЭВАЛАР"	ЭВАЛАР ЗАО	1,07%	1,20%
12	11	ИНДИНОЛ ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	ИЛЬМИКСГРУПП ЗАО LEK D.D.	0,99%	1,04%
9	12	ФЕМИБИОН НАТАЛКЕР I	MERK SELBSTMEDIKATION	1,12%	1,03%
13	13	ГЕПАТРИН ПУСТЫРНИК	ЭВАЛАР ЗАО	0,90%	0,94%
14	14	ФОРТЕ ЦИТРОСЕПТ	ЭВАЛАР ЗАО CINTAMANI	0,72%	0,81%
15	16	ГРЕЙПФРУТ	INTERNATIONAL	0,87%	0,79%
18	17	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	0,68%	0,76%
17	18	ЛОВЕЛАС	POLENS (M) SDN BHD	0,69%	0,76%
19	19	ЭСТРОВЭЛ КОМПЛИВИТ	ЭКОМИР ЗАО	0,62%	0,67%
27	20	СИЯНИЕ	ОТИСИФАРМ ПАО	0,53%	0,65%
Итого:				28,21%	29,01%

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



Перечень торговых наименований БАД, вошедших по итогам февраля 2016 г. в Top-20, почти не изменился по сравнению с январем. Покинул рейтинг БАД БАКТИСТАТИН, «новичком» стал КОМПЛИВИТ СИЯНИЕ.

Расположение марок в первой пятерке торговых наименований БАД в феврале 2016 г. немного изменилось по сравнению с январем – с 3-го на 2-е место переместился БАД ФИТОЛАКС, благодаря росту продаж на 12,1%, при этом занимавший месяце ранее 2-е место ВИТАМИШКИ IMMUNO+ опустился на 5-ю строчку. Рыночная доля лидера рейтинга БАД торгового наименования СЕАЛЕКС ФОРТЕ снизилась относительно января на 0,55% в виду того, что продажи этого БАД сократились на 12,8% в то время как рынок в целом увеличился в феврале на 4,2%. Продажи МАКСИЛАКА (3-е место) выросли за месяц на 15,4%. Что касается БАД под наименованием АЛИ КАПС (4-е место), то продажи этой добавки во втором месяце 2016 г. увеличились на 6,1% относительно января 2016 г.

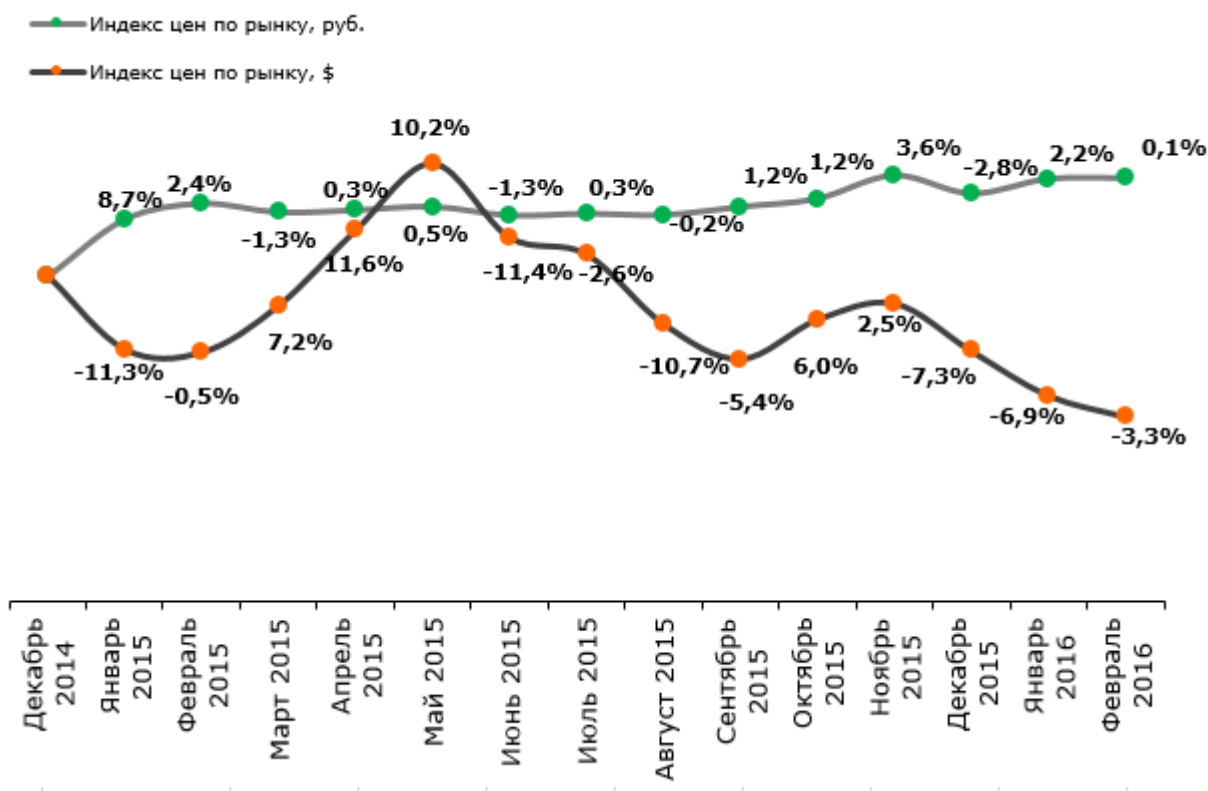
Заметим, что продажи большей части БАД, вошедших по итогам февраля 2016 г. в Top-20 торговых наименований, увеличились относительно января. Наиболее существенный прирост объемов аптечной реализации наблюдался у БАД следующих наименований – НОРМОБАКТ (+34,4% к уровню продаж января), ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3 (+18,5%), ВИТАМИШКИ MULTI+ (+18,1%), ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР" (+17,2%) и ПУСТЫРНИК ФОРТЕ (+17,7%).

Представленность компании Эвалар в рейтинге за февраль 2016 г. была максимальной – пять брендов в Top-20 принадлежали данному производителю.

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

График 7

Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2014 г. – февраль 2016 г.



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

Согласно индексу Ласпейреса, в феврале 2016 года по сравнению с январем 2016 г. цены на БАД в рублях увеличились на 0,1%. В долларах США, цены сократились на 3,3%.

С начала 2015 года биологически активные добавки в среднем подорожали на 15,0% в рублях, и подешевели на 21,7% долларах США.



II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящен событиям, произошедшим на фармрынке в марте 2016 г. Первый месяц весны был отмечен анонсированием ряда крупных сделок на международном фармрынке, кроме того, новостная лента пополнялась информацией о новых законодательных инициативах.

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) подготовила поправки в Гражданский кодекс, создающие условия для принудительной передачи лицензии, если собственник патента ограничивает производство и создает дефицит на рынке. Законопроект будет распространяться в первую очередь на производителей лекарственных препаратов.

В прессе вновь стала обсуждаться возможность возвращения рекламы БАД и рецептурных лекарств в СМИ.

1. Новости производителей

1. Sun Pharma приобретает ряд активов у Novartis в Японии

Индийская фармацевтическая компания Sun Pharmaceutical объявила о приобретении у швейцарской Novartis прав на 14 устоявшихся рецептурных брендов в Японии. Сумма сделки – 293 млн долл. наличными.

Объем фармрынка Японии составляет 73 млрд долл. На него приходится более 7% мирового фармрынка.

Источник: «Фармвестник»

2. AstraZeneca запустила коммерческое производство лекарств на заводе в Калужской области

На заводе британской фармкомпания AstraZeneca в Калужской области запущено коммерческое производство лекарственных препаратов.

Сейчас на заводе осуществляют упаковку медикаментов и контроль их качества. Старт полного цикла, включающего производство твердых лекарственных форм из готовых субстанций, контроль качества, а также первичную и вторичную упаковку, запланирован на 2017 год. Ожидается, что завод будет ежегодно выпускать около 40 млн упаковок ЛС (850 млн таблеток). В компании отметили, что на производственной площадке в Калужской области будет выпускаться около 30 препаратов компании.

Источник: Remedium



3. Еврокомиссия разрешила Teva купить дженериковый бизнес Allergan

Европейские регуляторы разрешили проведение сделки по приобретению компанией Teva дженерикового подразделения Allergan после согласия Teva продать ряд активов.

Антимонопольное ведомство Еврокомиссии постановило, что компании перед заключением договора должны распродать большую часть активов дженерикового подразделения Allergan на территории Великобритании и Ирландии. Также Teva обязана продать свой дженериковый бизнес в Исландии.

Источник: Remedium

4. Sanofi и Merck & Co. аннулировали совместное производство вакцин в Европе

Компания Sanofi Pasteur (подразделение по производству вакцин французской Sanofi) и американская Merck & Co. (за пределами США и Канады – MSD) объявили о намерении прекратить деятельность совместного предприятия (СП) по производству вакцин в Европе Sanofi Pasteur MSD, сообщает FirstWord Pharma.

Как отметили в обеих компаниях, после аннулирования СП каждая из них интегрирует свой вакцинный бизнес в свою коммерческую деятельность в Европе.

Источник: «Фармвестник»

2. Новости законодательства

1. В третьем чтении принят законопроект о централизации системы госконтроля в сфере здравоохранения

Госдума в третьем, окончательном, чтении приняла правительственный законопроект о создании централизованной системы госконтроля в сфере здравоохранения. Закон вступит в силу через 180 дней после официальной публикации.

Документ определяет, что регионы передадут Росздравнадзору полномочия по лицензионному контролю за медицинскими и фармацевтическими организациями.

Основной целью принятия законопроекта является разделение полномочий между Росздравнадзором и органами управления здравоохранения регионов по проведению лицензионного контроля юридических лиц, осуществляющих медицинскую и фармацевтическую деятельность. Так, лицензионный контроль соискателей лицензий останется в ведении региональных властей. А лицензионный контроль юрлиц, у которых подобные лицензии уже есть, перейдет от регионов к Росздравнадзору.

Источник: Remedium



2. Законопроект об освобождении от налога на добавленную стоимость сырья и комплектующих изделий для производства медтоваров внесен в Госдуму

Правительство РФ направило в Госдуму законопроект об освобождении от налога на добавленную стоимость сырья и комплектующих изделий для производства медицинских товаров.

Законопроектом предлагается освободить от налогообложения ввоз в Россию сырья и комплектующих изделий, которые предназначены для производства медицинских товаров, указанных в подпункте 1 пункта 2 статьи 149 Налогового кодекса, и аналоги которых не производятся в России. Принятие законопроекта направлено на поддержку отечественных производителей медицинских товаров, сырья и комплектующих изделий для их производства. При этом законопроектом предусматривается, что применение такого налогового режима возможно при условии представления декларантом в таможенные органы документа, подтверждающего целевое назначение сырья и комплектующих изделий и отсутствие их аналогов, производимых в России, выданного Минпромторгом. В случае ввоза этого сырья и комплектующих изделий с территории государства Евразийского экономического союза данный документ представляется в налоговый орган.

Источник: «Фармвестник»



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 этой отрасли и конференц-сервис.

Штат компании насчитывает около 60 профессионалов в области фармацевтики, маркетинга и рекламы. Экспертное мнение специалистов DSM Group высоко ценится в фармацевтической среде и в деловых кругах.

ИССЛЕДОВАНИЯ

- Ежемесячный розничный аудит фармрынка РФ, у Вас через 21 день
- **(СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008)**
- Госпитальный аудит
- База данных по ДЛО
- База данных по импорту ЛП и субстанций в РФ
- Многофакторный анализ конкурентной среды
- Мониторинг и анализ продаж препарата
- через дистрибьюторскую сеть
- Ежемесячный анализ емкости рынка, тенденции и прогнозы
- Ad-hoc исследования
- Специализированные фармацевтические СМИ — оценка работников аптек

РЕКЛАМА

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

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

Мы будем рады видеть Вас в гостях по адресу:

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

Телефон: (495) 780-72-63

780-72-64

Факс: (495) 780-72-65

www.dsm.ru