



Фармацевтический рынок России

Март 2019

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – март 2019
- события фармацевтического рынка – апрель 2019



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 марте 2019 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 отечественных 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	17
5. Биологически активные добавки	19
II. События фармацевтического рынка	26

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 Олипа

Оформление и вёрстка

Ирина Олипа

Аналитический обзор

**Фармацевтический рынок
России**
Выпуск: март 2019 года

Адрес:
125124, 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, 1999-2019. Все права сохраняются.
При полном или частичном использовании материалов документа ссылка
на DSM Group обязательна. Все торговые марки являются торговыми знаками их владельцев.



РЕЗЮМЕ

Увеличение коммерческого рынка лекарств за первые три месяца 2019 года относительно аналогичного периода 2018 года в рублёвом эквиваленте составило 1,7%. Общая ёмкость составила 255,2 млрд руб.

Объём коммерческого рынка ЛП в марте 2019 г. составил 86,9 млрд руб. (в розничных ценах). По сравнению с февралём ёмкость рынка выросла на 3,6%. В сравнении с мартом 2018 г. в текущем году рынок показал падение реализации на 5,0%. **Средняя стоимость упаковки** лекарственного препарата на коммерческом рынке России в марте по сравнению с февралём выросла на 1,3%, и составила 199,4 руб.

Структура коммерческого рынка ЛП в марте 2019 г. по ценовым сегментам изменилась в пользу препаратов высокого ценового сегмента по сравнению с аналогичным периодом 2018 г. Удельный вес группы лекарственных препаратов до 50 руб. уменьшился на 0,3% относительно марта 2018 г., и составил 4,3%. Доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. составила 10,6% (-1,1%). Удельный вес группы лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. сократился с 44,6% в марте 2018 г. до 41,8% в марте 2019 г. Доля дорогостоящих препаратов составила 43,3%, что на 4,2% выше веса группы в предыдущем году.

По итогам марта 2019 г. 59,1% препаратов, реализованных на рынке, являлись отечественными (в натуральных единицах измерения), однако, в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств, в стоимостном выражении они заняли 29,7%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам марта 2019 г. на 35,2% был представлен рецептурными препаратами и на 64,8% безрецептурными лекарствами в упаковках, в стоимостном выражении рынок практически поделён пополам.

Рейтинг компаний по стоимостному объёму продаж в марте 2019 г. возглавила компания Bayer, на втором месте — Novartis, на третьем — Sanofi. **ТОП-3 брендов** ЛП по стоимостному объёму аптечных продаж в России по итогам марта 2019 г. состоял из таких препаратов как «Ксарелто» (0,8%), «Мексидол» (0,7%); на третьем месте — «Кагоцел» (0,7%).

Объём российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в марте 2019 г. вырос на 4,9% относительно февраля, и составил 4,9 млрд руб. В натуральном выражении объём аптечного рынка БАД в третьем месяце 2019 г. увеличился на 1,8% по сравнению с предыдущим месяцем, и составил 25,3 млн упаковок. Средневзвешенная цена упаковки БАД в марте 2019 г. по сравнению с февралём выросла на 3,0%, и составила 191,5 руб. ТОП-3 производителей БАД занял 29,9% рынка в марте в стоимостном выражении; рейтинг состоит из компаний «Эвалар» (18,9%), Solgar Vitamin And Herb (5,9%) и Pharma-Med (5,1%).

I. Коммерческий рынок ЛП России в марте 2019 г.

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, региональной льготе, а также реализацию через ЛПУ.

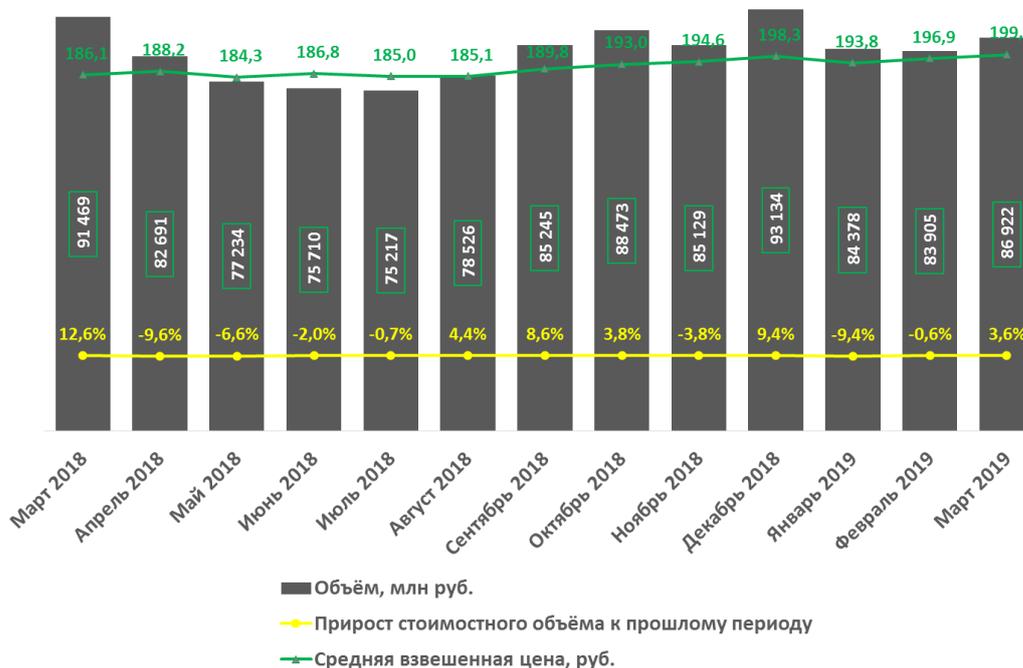
Далее рассматриваются продажи ЛП в коммерческом сегменте фармацевтического рынка.

1. Объём коммерческого рынка ЛП России

На графике 1 представлена динамика объёма коммерческого рынка ЛП России с марта 2018 г. по март 2019 г.

График 1

Коммерческий рынок ЛП России, март 2018 г. – март 2019 г.



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

Согласно данным розничного аудита DSM Group, **объём коммерческого рынка ЛП в марте 2019 г. составил 86,9 млрд руб. (в розничных ценах)**. По сравнению с февралём ёмкость рынка выросла на 3,6%. Относительно марта 2018 г. рынок в аналогичном периоде 2019 года показал падение реализации на 5,0%. Влияние на рынок «сезонных» заболеваний очень высокое. После повышенного спроса на препараты против гриппа и ОРВИ в январе 2019 в марте наблюдается снижение



потребления препаратов данных групп. Продажи выросли за счёт других АТС-групп — [А] и [С]. Снижение ёмкости рынка относительно марта 2018 года обусловлено несовпадением сезонности заболеваемости — в прошлом году пик эпидемии гриппа пришёлся на март.

Увеличение коммерческого рынка лекарств за первые три месяца 2019 года относительно аналогичного периода 2018 года в рублёвом эквиваленте составило 1,7%. Общая ёмкость составила 255,2 млрд руб.

В натуральных единицах ёмкость рынка в марте 2019 г. составила 435,9 млн упаковок, что на 2,3% больше, чем в феврале, и на 11,3% меньше, чем в марте 2018 года.

Совокупно за 3 месяца потребление лекарственных средств через аптеки достигло 1 297,4 млн упак., что на 3,9% меньше, чем в 2018 году.

Средняя стоимость упаковки ЛП в марте 2019 г. выросла на 1,3% по сравнению с февралём, и составила 199,4 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в текущем месяце 2019 года с мартом 2018 года, то следует отметить увеличение цены на 7,2%.

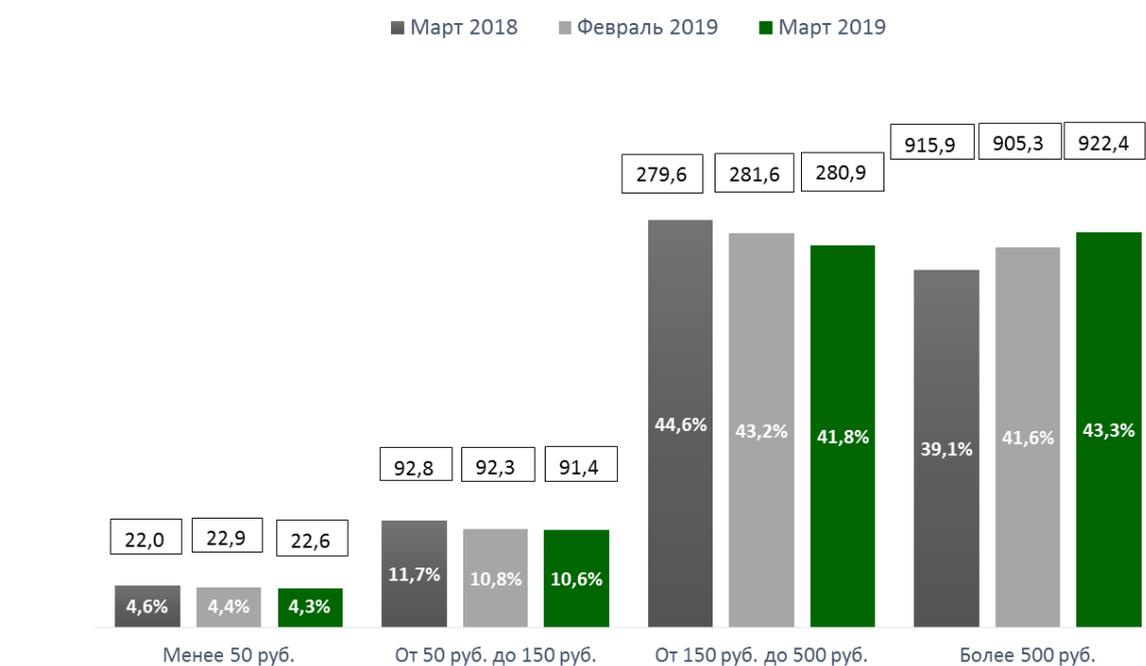
2. Структура коммерческого рынка России

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 марте 2019 г.



☐ - Средневзвешенная стоимость упаковки, руб.

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 в марте 2019 г. изменилась в пользу препаратов высокого ценового сегмента относительно марта прошлого года.

Доля дорогостоящих препаратов в марте 2019 г. составила 43,3%, что на 4,2% больше веса группы в предыдущем году. Средневзвешенная стоимость лекарственных препаратов данной группы в марте 2019 года увеличилась (+0,7%) по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, и составила 922,4 руб./упак.

Доли прочих ценовых категорий сократились при сравнении с мартом 2018 г. Вес лекарств ценового сегмента «от 150 руб. до 500 руб.» в марте 2019 г. относительно аналогичного периода прошлого года уменьшился на 2,8%, составив 41,8%. Средняя стоимость выросла на 0,5% до 280,9 руб./упак.



Удельный вес сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. уменьшился на 1,1% относительно марта 2018 года, и составил 10,6%. Средневзвешенная цена упаковки снизилась на 1,5% (91,4 руб.).

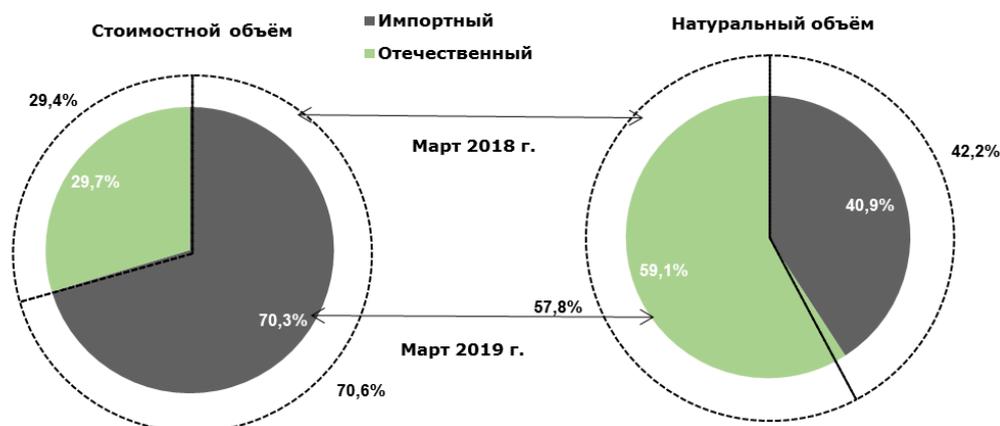
Доля дешёвых лекарственных средств с ценой до 50 руб. уменьшилась на 0,3% по сравнению с мартом 2018 г., и составила 4,3%. Средневзвешенная цена в марте 2019 г. составила 22,6 руб.

2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов

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

График 3

Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в марте 2019 г., %



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

В 2019 году продолжилась тенденция переключения потребителей на отечественные препараты. В марте 2019 года был замечен рост доли отечественных препаратов по отношению к предыдущему году как в денежном (+0,3%), так и в натуральном эквиваленте (+1,4%). Лекарства зарубежного производства преобладали в стоимостном объёме рынка — 70,3% по итогам месяца, и составили 40,9% в натуральном объёме аптечного рынка РФ.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить сокращение продаж отечественных препаратов: -4,0% в рублях и -9,2% в упаковках. Такая динамика обусловлена несовпадением сезонности продаж противовирусных препаратов. Темп снижения объёма реализации импортных средств был более значительным: -5,4% в



денежном эквиваленте. А в натуральных единицах было отмечено снижение продаж на 14,2%.

За год средневзвешенная стоимость упаковки лекарства отечественного производства выросла на 5,8%, и составила в марте 2019 г. 100,2 рублей. В то время как цена импортного препарата возросла на 10,3% — до 343,0 руб./упак.

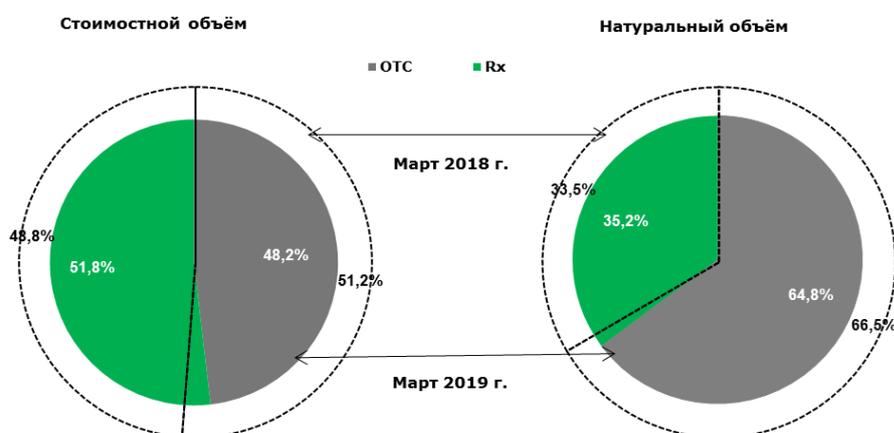
2.3. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

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

Спад заболеваемости ОРВИ и гриппом привёл к тому, что на рынке лекарств вновь стали доминировать рецептурные средства. Доля, которую занимали ОТС-препараты в рублях, сократилась на 3,1%. Что касается натурального объема потребления, то распределение долей между лекарствами в зависимости от типа отпуска выросло также в пользу Rx-лекарств на 1,7%, в итоге они заняли 35,2% рынка, а ОТС-средства – 64,8%.

График 4

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в марте 2019 г., %



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

Продажи рецептурных лекарств в марте 2019 г. выросли по отношению к аналогичному периоду 2018 г. на 1,0% (+450,3 млн руб.) в рублях и сократились на 6,7% в упаковках (-11,1 млн упак.). Что же касается средней цены упаковки Rx-препаратов, то она выросла относительно марта 2018 г. на 8,3%, составив 293,7 рубля.

Снижение продаж безрецептурных лекарственных средств в марте 2019 г. по отношению к марту 2018 г. составило 10,7% (-5,0 млрд руб.). При этом объём



реализованных упаковок сократился на 13,6% (-44,6 млн упак.). Средняя цена ОТС-препаратов в 2 раза ниже цены лекарств, отпускаемых по рецепту: в марте 2019 г. она составила 148,2 руб./упак, что на 3,4% больше, чем в марте 2018 г.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в феврале – марте 2019 г. представлено в таблице 1.

Таблица 1

Соотношение доли АТС-групп I уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в феврале-марте 2019 г., %

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, упак., %		
	Февраль 2019	Март 2019	Изменение доли	Февраль 2019	Март 2019	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,2%	19,0%	0,8%	16,4%	17,1%	0,6%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	13,3%	14,4%	1,1%	12,4%	13,3%	0,9%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,5%	12,5%	-1,0%	16,5%	15,4%	-1,1%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,4%	11,5%	0,1%	15,7%	15,3%	-0,4%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,6%	8,0%	0,4%	7,1%	7,2%	0,2%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,4%	7,7%	0,3%	2,0%	2,1%	0,1%
J Противомикробные препараты для системного использования	9,7%	7,5%	-2,2%	8,2%	6,7%	-1,4%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,5%	5,8%	0,3%	10,1%	11,1%	1,1%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	4,6%	4,9%	0,4%	3,0%	3,2%	0,2%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,6%	2,8%	0,1%	2,3%	2,5%	0,1%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,2%	2,7%	-0,5%	1,4%	1,1%	-0,3%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,5%	1,4%	0,0%	3,1%	3,1%	0,0%
V Прочие препараты	0,9%	0,8%	0,0%	0,8%	0,8%	0,0%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,5%	0,5%	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,5%	0,0%

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



За месяц рейтинг продаж лекарственных препаратов по АТС-группам не изменился. По итогам марта 2019 г. максимальная доля (19,0%) в стоимостном объеме коммерческого рынка ЛП принадлежит по-прежнему препаратам АТС-группы [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». По сравнению с февралем наблюдается увеличение веса данной группы в общем объеме рынка на 0,8%. Лидерами группы [А] стали «Эссенциале» (доля в группе 2,6%), «Линекс» (2,5%) и «Креон» (2,1%).

Группа [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» заняла вторую строчку по объему продаж в марте 2019 года, её доля заметно выросла на 1,1% до 14,4%. Наиболее ёмкой подгруппой в данной АТС является [С09] «Препараты, влияющие на систему ренин-ангиотензин» (32,7%), объем продаж которой увеличился на 9,4%. Лидерами [С09] являются препараты «Лозап», «Лориста» и «Нолипрел».

На третьем месте группа [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», объем продаж которой уменьшился на 3,7%, вес группы при этом стал ниже на 1,0% по сравнению с февралем. Лидерами по вкладу в падение группы оказались препараты подгруппы [R05] «Препараты для устранения симптомов простуды и кашля» — её объем сократился на 12,5%. Продажи лекарственных средств «АЦЦ» (-18,3%) и «Лазолван» (-16,4%) показали максимальное снижение в марте 2019 года.

Одиннадцать групп в марте показали увеличение объема реализации — наибольшим темпом прироста отметилась группа [В] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (+12,3%). При этом максимальное снижение произошло в группе [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (-19,4%).

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 2018 и 2019 гг.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в марте 2018-2019 гг. представлено в таблице 2.

В долевом отношении в марте 2019 г. в сравнении с аналогичным периодом 2018 года произошли заметные сдвиги: изменение долей стоимостного объема было в пределах $\pm 1,9\%$. Если сравнить абсолютные значения стоимостных объемов продаж, то можно отметить увеличение продаж у 8 АТС-групп. Наиболее значимый прирост показали группы [В] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (+5,8%) и [S] «Препараты для лечения заболеваний органов чувств» (+5,3%).

Таблица 2

Соотношение доли АТС-групп I уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в марте 2018-2019 гг., %

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, упак., %		
	Март	Март	Изменение доли	Март	Март	Изменение доли
	2018	2019		2018	2019	
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,6%	19,0%	0,4%	16,2%	17,1%	0,8%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	13,2%	14,4%	1,3%	11,6%	13,3%	1,6%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,9%	12,5%	-1,4%	17,0%	15,4%	-1,6%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,2%	11,5%	0,2%	15,6%	15,3%	-0,3%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,6%	8,0%	0,5%	6,9%	7,2%	0,4%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,3%	7,7%	0,4%	1,9%	2,1%	0,2%
J Противомикробные препараты для системного использования	9,5%	7,5%	-1,9%	7,9%	6,7%	-1,1%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,8%	5,8%	0,0%	10,1%	11,1%	1,0%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	4,4%	4,9%	0,5%	3,3%	3,2%	0,0%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,5%	2,8%	0,3%	3,3%	2,5%	-0,8%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,1%	2,7%	-0,4%	1,4%	1,1%	-0,3%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,4%	1,4%	0,0%	3,1%	3,1%	0,0%
V Прочие препараты	0,8%	0,8%	0,0%	0,8%	0,8%	0,0%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,5%	0,5%	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,5%	0,1%

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

При этом среди препаратов, влияющих на кроветворение и кровь, выросли продажи антикоагулянтных средств прямого действия «Эликвис» (прирост объема реализации по сравнению с мартом 2018 г. составил 68,1%) и «Ксарелто» (+32,0%). Среди ведущих препаратов для лечения заболеваний органов чувств в марте 2019 г. наибольший рост реализации наблюдался у противоглаукомного средства «Дорзопт» (+22,6%) и стимулятора репарации тканей «Корнерегель» (+17,5%).

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.

За первые три месяца 2019 года доля оригинальных препаратов снизилась на 1,1% в рублях и на 0,7% в упаковках при сравнении с аналогичным периодом прошлого года. При этом преобладание группы дженериковых лекарственных средств значительно — 62,5% в стоимостном и 83,8% в натуральном выражении.

График 5

Соотношение объёмов продаж оригинальных и дженериковых ЛП на коммерческом аптечном рынке России за первые три месяца 2018 г. и 2019 г., %



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

Почти половина продаж всех дженериков за первые три месяца 2019 года распределена среди трех АТС-групп («Препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» (20,1%), «Препараты для лечения заболеваний нервной системы» (15,2%) и «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (14,4%)). В наименьшей степени дженериковые лекарственные средства представлены в группе «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (0,4%). Структура распределения оригинальных препаратов различна. В тройку наиболее популярных АТС-групп вошли «Препараты, влияющие на пищеварительный тракт и



обмен веществ» (16,2%), «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (13,1%) и «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (12,4%).

Более заметное переключение с оригинальных на дженериковые препараты отмечено у АТС [P] «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (+6,3%) и [V] «Прочие препараты» (+5,9%). А у группы [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь», наоборот, растёт доля оригинальных препаратов (+2,1%). В разрезе АТС есть группы с преобладанием дженериковых препаратов: так, например, наибольшую долю дженерики по сравнению с оригинальными препаратами занимают на рынке противопаразитарных препаратов, инсектицидов и репеллентов — 94,7%. Оригинальные средства преобладают среди препаратов, влияющих на кроветворение и кровь (61,5%) и препаратов для лечения заболеваний урогенитальных органов и половых гормонов (60,0%).



3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В марте 2019 г. на аптечном рынке России присутствовало 938 фирм-производителей лекарственных препаратов.

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

Таблица 3

ТОП-10 производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в феврале-марте 2019 г.

Рейтинг		Производитель	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %		Доля от натурального объёма продаж, упак., %	
Февраль	Март		Февраль	Март	Февраль	Март
2019 г.	2019 г.		2019 г.	2019 г.	2019 г.	2019 г.
2	1	Bayer	4,0%	4,3%	1,0%	1,0%
1	2	Novartis	4,2%	4,1%	2,2%	2,1%
3	3	Sanofi	3,7%	3,8%	1,9%	1,9%
5	4	Teva	3,4%	3,5%	2,7%	2,8%
4	5	Отисифарм	3,7%	3,4%	3,8%	3,7%
6	6	Servier	3,1%	3,1%	1,4%	1,4%
7	7	Takeda	2,8%	3,1%	1,7%	1,8%
9	8	KRKA	2,7%	2,8%	1,5%	1,6%
8	9	GlaxoSmithKline	2,8%	2,7%	1,6%	1,5%
10	10	Berlin-Chemie	2,5%	2,7%	1,6%	1,7%
Общая доля ТОП-10			32,9%	33,5%	19,3%	19,5%

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

Состав ТОП-10 компаний-производителей, лидирующих по объёмам продаж на коммерческом рынке ЛП, в марте 2019 г. по сравнению с февралём незначительно изменился в плане расстановки «игроков».

Тройка лидеров представлена иностранными компаниями Bayer, Novartis и Sanofi. В марте все корпорации, возглавляющие рейтинг, показали прирост продаж.

Лидером рейтинга вновь стал Bayer с долей 4,3%. Компания вернула себе первую строчку благодаря росту продаж на 10,2%. Относительно февраля объёмы реализации брендов «Ксарелто» (+15,5%), «Терафлекс» (+14,5%) и «Клайра» (+11,1%) выросли значительно больше, чем у остальных.

Novartis за счёт менее заметного прироста объёма реализации (+2,0%) переместился на второе место. Вес производителя на рынке ЛП уменьшился, и составил 4,1%. Положительную динамику компании обеспечили противогрибковое средство



«Экзодерил» (+23,8%) и антибиотик «Банеоцин» (+13,8%). А вот реализация муколитического средства «АЦЦ», наоборот, сократилась на 18,3%.

Компания Sanofi удерживает 3-ю строчку; увеличение продаж на 6,2% в большей мере произошло за счёт прироста объёма реализации антиагрегантного средства «Плавикс» (+30,0%), гепатопротектора «Эссенциале» (+18,9%) и антигистаминного препарата «Зодак» (+14,4%).

У всех производителей рейтинга, за исключением двух, было отмечено увеличение продаж относительно предыдущего месяца, максимальный темп прироста показала компания Takeda (+13,2%), минимальный — Novartis (+2,0%). Падением продаж отметились фирмы «Отисифарм» (-3,8%) и GSK (-0,1%).

Изменение ТОПа производителей в марте 2019 г. по сравнению с аналогичным периодом 2018 года представлено в таблице 4.

Таблица 4

ТОП-10 производителей ЛП по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в марте 2018-2019 гг.

Рейтинг		Производитель	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %		Доля от натурального объёма продаж, упак., %	
Март 2018 г.	Март 2019 г.		Март 2018 г.	Март 2019 г.	Март 2018 г.	Март 2019 г.
1	1		Bayer	4,3%	4,3%	1,1%
2	2	Novartis	4,2%	4,1%	2,2%	2,1%
3	3	Sanofi	4,0%	3,8%	1,9%	1,9%
4	4	Teva	3,8%	3,5%	2,8%	2,8%
5	5	Отисифарм	3,7%	3,4%	3,7%	3,7%
6	6	Servier	3,5%	3,1%	1,6%	1,4%
7	7	Takeda	2,8%	3,1%	1,6%	1,8%
12	8	KRKA	2,4%	2,8%	1,5%	1,6%
8	9	GlaxoSmithKline	2,8%	2,7%	1,7%	1,5%
9	10	Berlin-Chemie	2,6%	2,7%	1,6%	1,7%
Общая доля ТОП-10			34,1%	33,5%	19,7%	19,5%

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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10, в марте 2019 г. составила 33,5% от стоимостного объёма продаж ЛП на всём коммерческом аптечном рынке ЛП, при этом в натуральном выражении она заметно ниже — 19,5%.



Состав компаний, входящих в ТОП-10 лидеров коммерческого рынка ЛП в РФ, изменился на одну компанию — в рейтинг вошла KRKA, вытеснив с 8-го места компанию GSK.

Первая тройка лидеров производителей не изменилась. Рейтинг возглавила компания Bayer, продажи которой за год снизились на 6,6%. Доля Bayer на рынке осталась на прежнем уровне – 4,3% в марте 2019 года. Корпорация Novartis, наоборот, потеряла свою долю на рынке (-0,1%) за счёт падения объёма реализации на 7,0%. На третьей строчке расположилась компания Sanofi (-9,1%).

Производитель KRKA показал наилучшие результаты: за год его объёмы реализации выросли на 9,9%. Максимальной отрицательной динамикой отметилась компания Servier (-15,6%) за счёт существенного падения объёмов продаж антибиотика-азалида «Сумамед» (-33,4%).

4. Препараты–лидеры продаж

ТОП-20 брендов ЛП по объёму аптечных продаж в России за март 2019 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 лекарственных брендов ЛП по стоимостному объёму продаж в России в феврале-марте 2019 г.

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объёма продаж, руб., %	
Февраль	Март		Февраль	Март
2019 г.	2019 г.		2019 г.	2019 г.
4	1	Ксарелто	0,7%	0,8%
8	2	Мексидол	0,6%	0,7%
1	3	Кагоцел	1,1%	0,7%
3	4	Нурофен	0,8%	0,7%
12	5	Детралекс	0,5%	0,7%
13	6	Актовегин	0,5%	0,6%
2	7	Ингавирин	1,0%	0,6%
11	8	Пенталгин	0,6%	0,6%
6	9	Мирамистин	0,6%	0,6%
10	10	Конкор	0,6%	0,6%
9	11	Кардиомагнил	0,6%	0,6%
5	12	Терафлю	0,7%	0,5%
19	13	Эссенциале	0,4%	0,5%
27	14	Вольтарен	0,4%	0,5%
15	15	Линекс	0,5%	0,5%
18	16	Лозап	0,5%	0,5%
16	17	Канефрон	0,5%	0,5%
20	18	Лориста	0,4%	0,4%
26	19	Найз	0,4%	0,4%
30	20	Креон	0,4%	0,4%
Общая доля ТОП-20			11,7%	11,3%

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составила 11,3% от всего коммерческого аптечного рынка ЛП, это чуть меньше, чем в феврале. Состав рейтинга в марте 2019 г. заметно изменился по сравнению с февралём: вошли 3 «новых» препарата: НПВП «Вольтарен» (+13 строчек) и «Найз» (+7 позиций), пищеварительное ферментное средство «Креон» (+10 мест).



Тройка брендов лекарственных препаратов коммерческого рынка заметно изменилась. Первое место занял антикоагулянтный препарат прямого действия «Ксарелто» (+15,5%). На второй строчке расположился антиоксидант «Мексидол», объём реализации которого вырос на 23,1%. На третью позицию опустился противовирусный препарат «Кагоцел» (-33,5%).

15 брендов «двадцатки» отметились увеличением продаж, наибольший темп прироста объёма реализации был отмечен у нестероидного противовоспалительного средства «Вольтарен» (+36,0%). Максимальное снижение продаж продемонстрировали препараты «Ингавирин» (-37,8%) и «Кагоцел» (-33,5%).

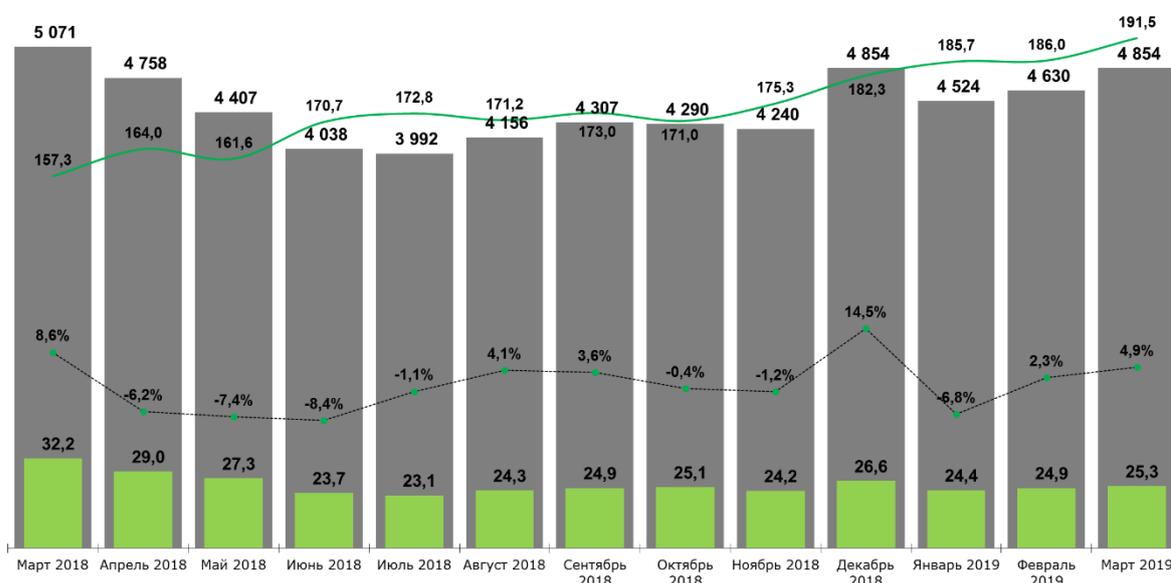
5. Биологически активные добавки

В марте 2019 года в аптечных учреждениях России продавалось 2 144 бренда БАД, которые представляют 808 производителей.

На графике 6 отражена динамика объёма аптечного рынка БАД России с марта 2018 г. по март 2019 г.

График 6

**Аптечный рынок БАД России
март 2018 г. – март 2019 г.**



■ Объём, млн руб. ■ Объём, млн упаковок — Средневзвешенная стоимость упаковки, руб. — Прирост стоимостного объёма к предыдущему периоду

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

В марте 2019 г. ёмкость российского рынка БАД выросла в стоимостном выражении по сравнению с февралём на 4,9%, и составила 4,9 млрд руб. В натуральных единицах измерения рынок увеличился на 1,8%, и составил 25,3 млн упаковок.

В марте 2019 г. средняя стоимость упаковки БАД была равна 191,5 руб., что на 3,0% выше, чем в феврале.

В результате по итогам первых трёх месяцев 2019 года коммерческий рынок БАД сократился в рублях на 1,9% по сравнению с 2018 годом, и составил 14,0 млрд руб., в упаковках за этот же период рынок уменьшился на 17,4% до 74,6 млн упаковок.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объёмом аптечных продаж в России в марте 2019 г.

Таблица 6

ТОП-10 фирм-производителей БАД по объёму аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в марте 2018 и 2019 гг.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объёме продаж,		Доля в натуральном объёме продаж,	
Март 2018 г.	Март 2019 г.		руб., %		упак., %	
			Март 2018 г.	Март 2019 г.	Март 2018 г.	Март 2019 г.
1	1	Эвалар	17,5%	18,9%	11,5%	13,5%
3	2	Solgar Vitamin And Herb	4,5%	5,9%	0,5%	0,7%
2	3	Pharma-Med	6,0%	5,1%	1,6%	1,7%
4	4	Отисифарм	4,4%	4,0%	4,2%	3,6%
9	5	Аквион	2,5%	3,7%	2,4%	3,7%
5	6	Queisser Pharma	3,7%	3,4%	1,3%	1,3%
20	7	Takeda	1,0%	3,1%	0,2%	0,9%
6	8	Bausch Health	3,6%	3,1%	4,4%	3,6%
7	9	Stada	2,6%	2,9%	0,9%	1,0%
8	10	Merk Selbstmedikation	2,5%	2,4%	0,5%	0,5%
Итого:			48,3%	52,5%	27,4%	30,5%

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

В марте 2019 г. рейтинг производителей на аптечном рынке БАД значительно изменился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Первое место традиционно занимает компания «Эвалар» – её доля на рынке выросла (+1,4%) за счёт прироста объёма реализации на 3,2%. Положительную динамику производителю обеспечила линейка средств нового поколения с эффектом омоложения организма изнутри Anti-Age (+571,6%). А вот продажи биодобавок «Атероклефит» (-26,0%), влияющей на сосуды и кровообращение, и «Овесол» (-11,9%), применяемой при заболеваниях печени и желчного пузыря, наоборот, упали.

На вторую строчку поднялся американский производитель Solgar Vitamin And Herb за счёт прироста объёма реализации на 26,5%. У компании всего один бренд – Solgar, который имеет целую линейку биологических добавок с широким спектром действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС.

На третье место опустилась компания Pharma-Med (доля на рынке 5,1%) с основным продуктом — добавкой «Бак-Сет» для поддержания и восстановления нормальной микрофлоры кишечника. Продажи всех брендов корпорации за исключением



марки «Бак-Сет» (+17,5%) упали. Такая динамика, в том числе, связана с возросшей конкуренцией в сегменте детских витаминов в форме жевательного мармелада.

Основные изменения в рейтинге коснулись следующих производителей:

- Японская фармкорпорация Takeda (+14 строчек) показала максимальный прирост продаж биологических добавок: +214,3%. В ассортименте импортного производителя только 3 торговых наименования биодобавок. Лидером продаж стал витаминно-минеральный комплекс «Витрум» (доля в портфеле компании 75,3%).
- Отечественная компания «Аквион» (+42,4%) поднялась на 5-ю строчку рейтинга. Производитель выпускает широкую линейку пищевых добавок — более 40 позиций, которая представлена разнонаправленными продуктами. Основную роль в динамике продаж фирмы сыграли линейка витаминных добавок «Витаминно-минеральный комплекс» (+111,8%), а также «новинка» - биодобавка «Будь Здоров» (объём реализации 10,9 млн рублей), нормализующая процессы возбуждения и торможения в ЦНС.
- Производители Bausch Health (-16,7%) и Merk Selbstmedikation (-11,7%) опустились на две строчки вниз. Также заметный темп снижения продемонстрировала российская компания «Отисифарм» (-12,8%).

Высокие темпы продаж среди компаний, расположившихся за чертой ТОП-10, были отмечены у Natures Bounty (+121,2%) и «Квадрат-С» (+51,8%). У компании «Квадрат-С» широкий ассортимент БАД — порядка 26 брендов, но основной рост обеспечила добавка «Витамир» (+211,2%), рекомендуемая в качестве дополнительного источника витаминов. В марте 2019 года основную выручку Natures Bounty принесли капсулы «Natures Bounty КЛК конъюгированная линоленовая кислота (CLA) тоналин капсулы 1 000 мг №50». За год продажи данной позиции увеличились на 1 665,0%.

В таблице 7 представлен ТОП-20 БАД по объёму аптечных продаж в России.

Таблица 7

ТОП-20 торговых наименований БАД по объёму аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в марте 2018 и 2019 гг.

Рейтинг		Бренд	Производитель	Доля в стоимостном объёме продаж, %	
Март 2018 г.	Март 2019 г.			Март 2018 г.	Март 2019 г.
1	1	Solgar	Solgar Vitamin And Herb	4,5%	5,9%
2	2	Доппельгерц	Queisser Pharma	3,7%	3,4%
3	3	Фитолакс	Эвалар	2,7%	3,0%
152	4	Витрум	Takeda	0,1%	2,4%
4	5	Фемибион	Merk Selbstmedikation	2,5%	2,4%
7	6	Турбослим	Эвалар	2,1%	2,1%
12	7	Эвалар Глицин	Эвалар	1,6%	1,9%
23	8	Natures Bounty	Natures Bounty	0,8%	1,8%
5	9	Компливит	Отисифарм	2,4%	1,8%
13	10	Бак-Сет	Pharma-Med	1,4%	1,7%
11	11	Максилак	Оболенское	1,6%	1,5%
8	12	Супрадин	Bayer	1,9%	1,5%
6	13	Витамишки	Pharma-Med	2,2%	1,5%
9	14	Гематоген	Разные	1,7%	1,4%
17	15	Эвалар Пустырник	Эвалар	1,1%	1,3%
14	16	Овесол	Эвалар	1,4%	1,3%
10	17	Алфавит	Recordati	1,6%	1,2%
18	18	Юнивит	Отисифарм	1,0%	1,1%
15	19	Нормобакт	Genefar	1,3%	1,0%
175	20	Anti-Age	Эвалар	0,1%	0,9%
Итого:				35,7%	38,9%

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

Перечень брендов БАД, вошедших по итогам марта 2019 г. в ТОП-20, значительно изменился по сравнению с мартом 2018 г. — так же, как изменилось и расположение торговых наименований.

Рейтинг возглавила линейка Solgar, нарастив свои объёмы реализации на 26,5%. Вторую строчку за собой сохранил БАД «Доппельгерц» компании Queisser Pharma, несмотря на падение продаж на 11,3%. Тройку лидеров замыкает отечественная добавка «Фитолакс» (+4,5%) производства «Эвалар».

В рейтинге три «новинки». На четвертую позицию поднялся витаминный комплекс «Витрум» (+1 501,7%) производства компании Takeda, продемонстрировав наилучший результат среди брендов «двадцатки».

Бренд Anti-Age (+155 мест) по итогам марта попал на 20-ю строчку рейтинга. Также в рейтинг вошла добавка Natures Bounty (+122,1%).

Заметим, что 11 БАД, вошедших по итогам марта 2019 г. в ТОП-20 торговых наименований, показали снижение продаж относительно аналогичного периода прошлого года.

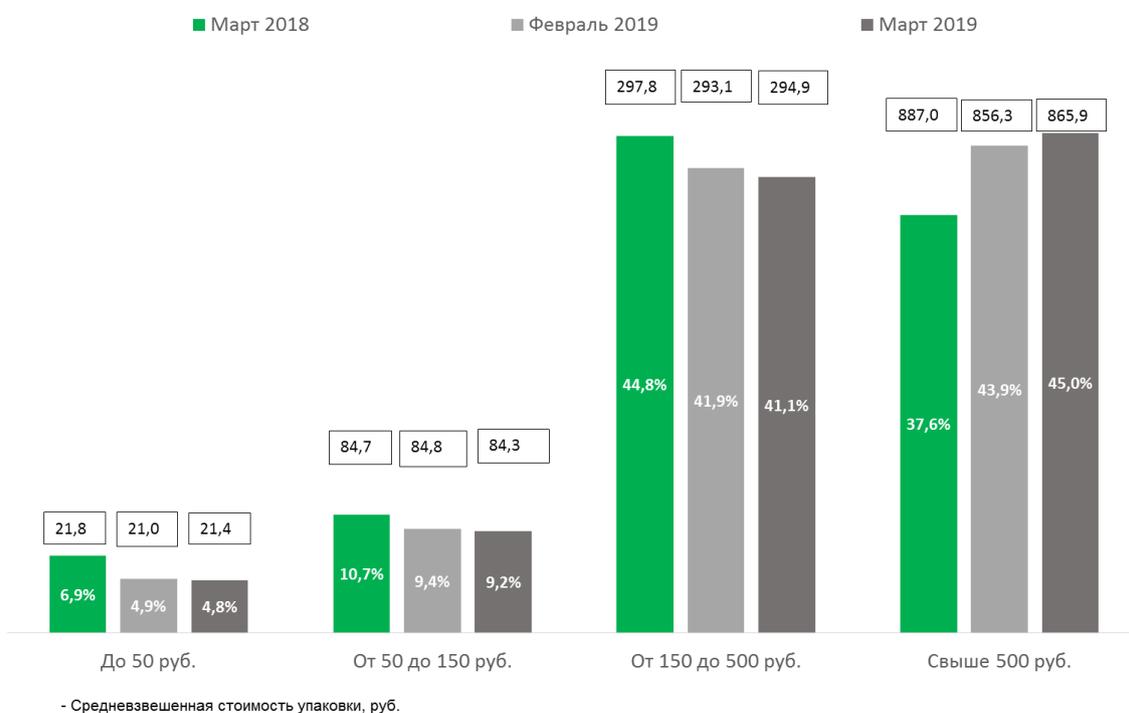
Максимальное падение объемов аптечной реализации наблюдалось у БАД следующих наименований: «Витамишки» (-35,3% к уровню продаж марта 2018 г.), «Алфавит» (-28,0%) и «Нормобакт» (-27,4%).

Компания «Эвалар» остаётся самой представленной в рейтинге брендов – шесть позиций принадлежат ей.

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 марте 2019 г.



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

Категория «от 150 до 500 руб.» на протяжении долгого времени являлась наиболее популярным ценовым сегментом биодобавок, однако в марте 2019 г. структура



продаж изменилась в пользу высокого ценового сегмента. Доля дорогостоящих БАД в марте 2019 г. выросла до уровня 45,0%, что на 7,4% выше удельного веса группы в марте предыдущего года и на 1,1% выше показателя февраля. Средняя стоимость упаковки в марте 2019 года в сравнении с аналогичным периодом 2018 года упала на 2,4%, и составила 865,9 руб./упак.

Вес группы биодобавок с ценой от 150 до 500 руб. в марте 2019 г. уменьшился по сравнению с февралём на 0,8%, а по сравнению с мартом прошлого года сократился на 3,7%. Средневзвешенная стоимость биологической добавки из этого ценового сегмента составила 294,9 руб./упак. (-1,0% относительно марта 2018 г.).

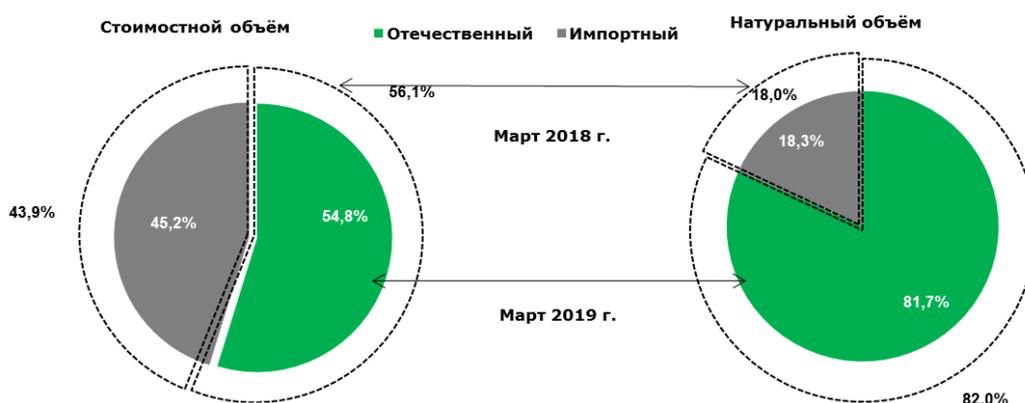
Снизилась на 1,5% относительно марта 2018 г. доля сегмента БАД со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. За месяц доля сократилась на 0,2%. Средняя стоимость упаковки упала на 0,5% при сравнении с мартом прошлого года (84,3 руб.).

Доля БАД нижнего ценового сегмента в марте 2019 г. относительно марта 2018 сократилась на 2,2%, составив 4,8%. Средняя стоимость упаковки сократилась относительно марта прошлого года на 1,9% до 21,4 руб./упак.

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

График 8

Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных БАД на коммерческом аптечном рынке России в марте 2019 г., %



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

Доля БАД российского производства от общего объёма коммерческого рынка по итогам марта 2019 г. составила 54,8% в стоимостном выражении и 81,7% в натуральном. Удельный вес БАД зарубежного производства вырос в стоимостном объёме рынка — на них пришлось 45,2% по итогам месяца, тогда как годом ранее эта цифра составляла



43,9%. В натуральном выражении доля импортных добавок выросла с 18,0% в марте 2018 г. до 18,3% в марте 2019 г.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить падение продаж в натуральном выражении как у отечественных, так и у импортных добавок в марте 2019 года к аналогичному месяцу 2018 года: -21,7% и -20,2% соответственно. Объем реализации в рублях у зарубежных биодобавок снизился на 1,3%, а вот продажи российских БАД упали на -6,6%.



II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящён значимым событиям, произошедшим на фармацевтическом рынке в апреле 2019 года.

1. Законодательные новости

1. Госдума проголосовала за введение штрафов за оборот лекарств без маркировки.

Госдума приняла во 2-ом чтении законопроект об установлении административной ответственности в виде штрафов за несвоевременное внесение или внесение недостоверных данных в систему мониторинга движения лекарственных препаратов. Штраф для должностных лиц составит от 5 тыс. до 10 тыс. руб.; для юридических лиц – от 50 тыс. до 100 тыс. руб. В случае принятия закона документ вступит в силу с 1 января 2020 года.

Источник: «Фарминдекс.РФ».

2. Минпромторг определил размер «криптохвоста» в маркировке лекарств.

Минпромторг определил в межведомственном проекте документа по маркировке лекарств размер криптокода (электронная подпись). Криптокод был сокращён с изначальных 92 символов до 44 из-за проблем считывания кода. Однако производители рассчитывали максимум на 32 символа.

Источник: «Фармацевтический вестник».

3. Врачи начали выписывать электронные рецепты.

С 7 апреля вступил в силу приказ Министерства здравоохранения РФ, который ввёл новые рецептурные бланки и обновил правила назначения лекарств. Теперь рецепты могут выписываться либо на бумаге, либо оформляться в форме электронного документа, заверенного усиленной электронной подписью медицинского работника.

Источник: «Российская газета».

2. Новости аптечных сетей

1. Пензенская аптечная сеть «Фармация» становится межрегиональной.

АО «Фармация» (ГК «Биотэк») приобретает региональную самарскую аптечную сеть из пяти розничных точек. Подробности сделки, в том числе название контрагента, не разглашаются. Но стало известно, что до конца текущего года предприятие намерено довести своё присутствие в Самарской области до 15 адресов, в Республике Чувашия – до 2-х.

Источник: «Фармацевтический вестник».



2. «Мелодия Здоровья» нашла партнёра среди продуктовых ретейлеров в Сибири.

АО «Мелодия здоровья» будет открывать аптеки в продуктовых магазинах ГК «Командор». Первая аптечная точка появилась 2 апреля в прикассовой зоне дискаунтера «Хороший» в Красноярске.

Источник: Vadetecum.

3. AliExpress будет продавать в России лекарства и оптику.

Маркетплейс Tmall китайского интернет-ритейлера AliExpress с апреля 2019 года начнёт продавать в Российской Федерации лекарства, контактные линзы и косметику. Первыми партнёрами площадки стали сеть салонов оптики «Оптик-Сити» и дистрибьюторская компания «Фармакосметика». Кроме оптики и косметики, на базе Tmall планируется продавать термометры и глюкометры – этим займётся оператор Mollmart, в перспективе начнётся продажа безрецептурных препаратов в партнёрстве с аптечными сетями.

Источник: Vadetecum.

3. Новости производителей

1. Bayer локализовала производство рентгеноконтрастного препарата.

Корпорация Bayer локализовала в Санкт-Петербурге производство контрастного средства, используемого для диагностической визуализации в компьютерной томографии, на мощностях российского производителя «Полисан». Бренд «Ультравист» (МНН «Йопромид») стал первым оригинальным рентгеноконтрастным препаратом, локализованным на территории России.

Источник: «Ремедиум».

2. «Эвалар» завершает строительство фармкомплекса.

Компания «Эвалар» в 2019 году завершит строительство фармацевтического комплекса общей площадью 5 млрд рублей. Комплекс будет полностью соответствовать требованиям международного стандарта GMP. Мощность будущего производства составит 6 млрд таблеток и капсул лекарственных средств ежегодно.

Источник: Vadetecum.

3. BIOCAD планирует летом запустить вторую очередь производства биологических субстанций.

«Биокад» планирует летом 2019 года в Санкт-Петербурге запустить вторую очередь фармацевтического завода — производство биологических субстанций и готовых лекарственных форм для лечения онкологических и аутоиммунных заболеваний. С открытием 2-й площадки производственная мощность возрастет до 1 500 кг субстанций в год.

Источник: Vadetecum.

4. Takeda локализовала производство на мощностях «Биокада».

Фармкомпания «Биокад» впервые локализовала на своих мощностях производство иностранного препарата. Takeda завершила локализацию производства препарата



«Адвейт» (МНН «Октоког альфа»), предназначенного для лечения пациентов с гемофилией А, на подмосковном заводе «Биокада».

Источник: «Коммерсантъ».

5. «Генериум» вложит в расширение производства биопрепаратов около 4 миллиардов рублей.

Международный биотехнологический центр «Генериум» планирует заключить СПИК под строительство во Владимирской области дополнительного цеха для расширения производства биологических препаратов, а также оснащение 3-х новых производственных линий. Речь идёт о строительстве в Петушинском районе завода по выпуску препаратов для лечения орфанных, сердечно-сосудистых и пульмонологических заболеваний. Компания планирует инвестировать в проект 3,9 млрд рублей.

Источник: Vademecum.

6. «Фармсинтез» и «Фармасинтез» подписали меморандум о стратегическом сотрудничестве.

Две крупнейшие российские фармкорпорации — санкт-петербургский «Фармсинтез» и иркутская ГК «Фармасинтез» — подписали соглашение о сотрудничестве в сфере реализации проектов, направленных на совместную разработку, производство и коммерциализацию инновационных ЛС с мировым экспортным потенциалом, как на территории России, ЕАЭС, так и на других мировых рынках.

Источник: «Новости GMP».

7. «Вектор-Биальгам» инвестирует в фасовку ампул и флаконов.

Новосибирская компания «Вектор-Биальгам», выпускающая вакцины, наладит линию фасовки ампул и флаконов. Проект потребует вложения около 300 млн рублей инвестиций.

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 в 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: (495) 780-72-63
780-72-64