

Фармацевтический рынок РОССИИ

Выпуск: февраль 2013

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – февраль 2013
- события фармацевтического рынка – март 2013



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, 2013 г.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Резюме</i>	3
I. Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2013 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 декабрь 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 2013 г. вырос на 5,7% по сравнению с январем и составил 37 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за второй месяц 2013 г. **коммерческий рынок лекарств в натуральном** выражении был равен 362 млн. упак., что на 2,4% меньше, чем за аналогичный период 2012 года. **Средняя стоимость упаковки** лекарственного препарата на коммерческом рынке России в феврале 2013 г. по сравнению с январем увеличилась на 2,4% и составила 102,1 руб.

Согласно **индексу Ласпейреса**, в течение февраля 2013 года **цены в рублях выросли на 0,1%**. В долларовом выражении индекс цен увеличился на 0,4%. Всего же с начала 2012 года инфляция цен на лекарства в аптеках страны составила +6,4% в рублевом выражении и 11,1% в долларах США.

Структура коммерческого рынка ГЛС в феврале 2013 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась по сравнению с аналогичным периодом 2012 г. Продолжилось сокращение доли лекарств с ценовым диапазоном 50-150 руб./упак. (с 25,0% в феврале 2012 г. до 22,3% в феврале 2013 г.), на 2,6% увеличился удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (с 44,9% до 47,5%), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) ослабили свои позиции, уменьшив долю лекарств с 9,4% до 8,2%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку занимали по итогам второго месяца 2013 г. долю 22,0% коммерческого рынка, что на 1,3% больше, чем в феврале 2012 г.

По итогам февраля 2013 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 занимают лишь 27%. В феврале 2012 г. удельный вес российских препаратов в натуральных единицах составлял 59%, а вот доля в стоимостном объеме была равна 25%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам февраля 2013 года представлен на 47% рецептурными препаратами и на 53% безрецептурными.

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

ТОП брендов ЛС по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам февраля 2013 г. возглавил препарат Арбидол (1,69% от совокупных аптечных продаж); на втором месте Кагоцел (1,61%) и третьем месте Анаферон (0,78%).

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в феврале 2013 г. увеличился на 11,1% относительно января и составил 2,1 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД во втором месяце 2013 г. сократился на 1,7% по сравнению с аналогичным периодом 2012 г. и составил 26,09

млн. упаковок. **Средневзвешенная цена упаковки БАД** в феврале 2013 г. по сравнению с январем уменьшилась на 1,4% и составила 81,4 руб.

I. Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2013 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.

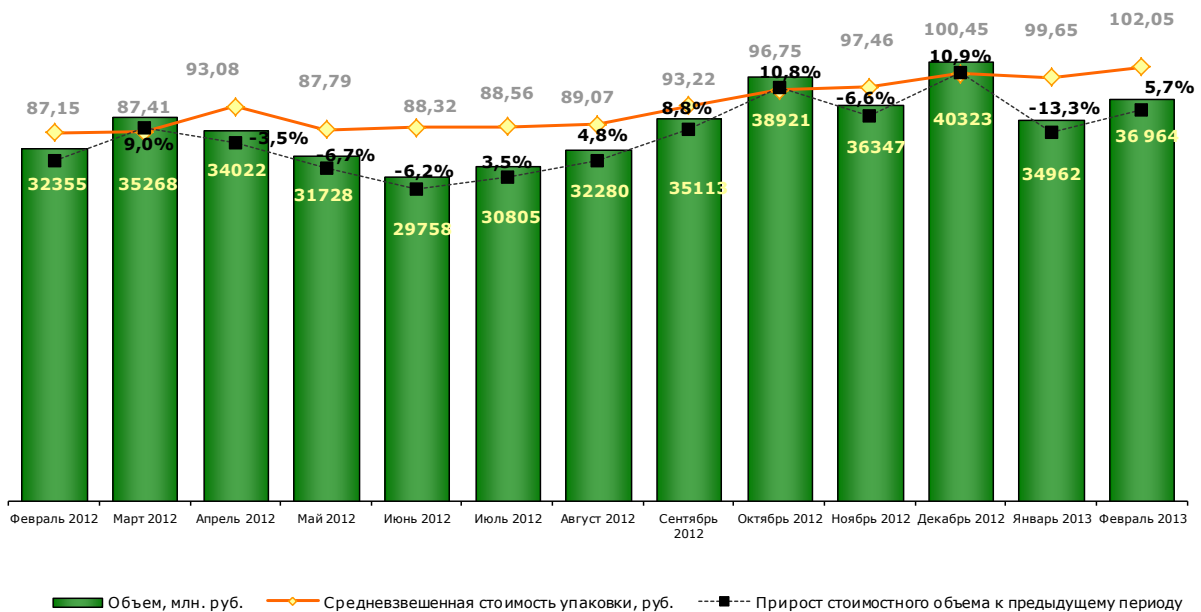
Далее рассматриваются продажи ГЛС на коммерческом сегменте фармрынка.

1. Объем коммерческого рынка ГЛС России

На *Графике 1* представлена динамика объема коммерческого рынка ГЛС России с февраля 2012 г. по февраль 2013 г.

График 1

Коммерческий рынок ГЛС России в феврале 2012 г. – феврале 2013 г.



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

Согласно данным розничного аудита DSM Group, **объем коммерческого рынка ГЛС в феврале 2012 г. составил 37 млрд. руб. (с НДС)**. По сравнению с январем емкость рынка выросла на 13,3%, ознаменовав «оживление» рынка после январского снижения спроса. Примечательно, что в прошлом году увеличение спроса на лекарства в феврале относительно января было более существенным (свыше 9%). Это связано с тем, что в 2012 г. начало эпидемии респираторных инфекций пришлось как раз на февраль, в текущем же году уже в январе Минздрав отмечал превышение эпидемиологического уровня в большинстве регионов страны. **Рост коммерческого рынка лекарств в феврале 2013 г. относительно аналогичного периода 2012 г. превысил 14%.**

В натуральных единицах измерения емкость рынка в феврале текущего года составила 362 млн. упак., что на 3,2% больше, чем в январе и на 2,4% меньше, чем в феврале 2012 г.

Средняя стоимость упаковки ГЛС в феврале 2013 г. выросла по сравнению с январем на 2,4% и составила 102,1 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в последнем месяце зимы 2013 года с февралем 2012 года, то следует отметить рост цены на 17,1%.

За два месяца 2012 г. коммерческий рынок ГЛС вырос на 16,1%.

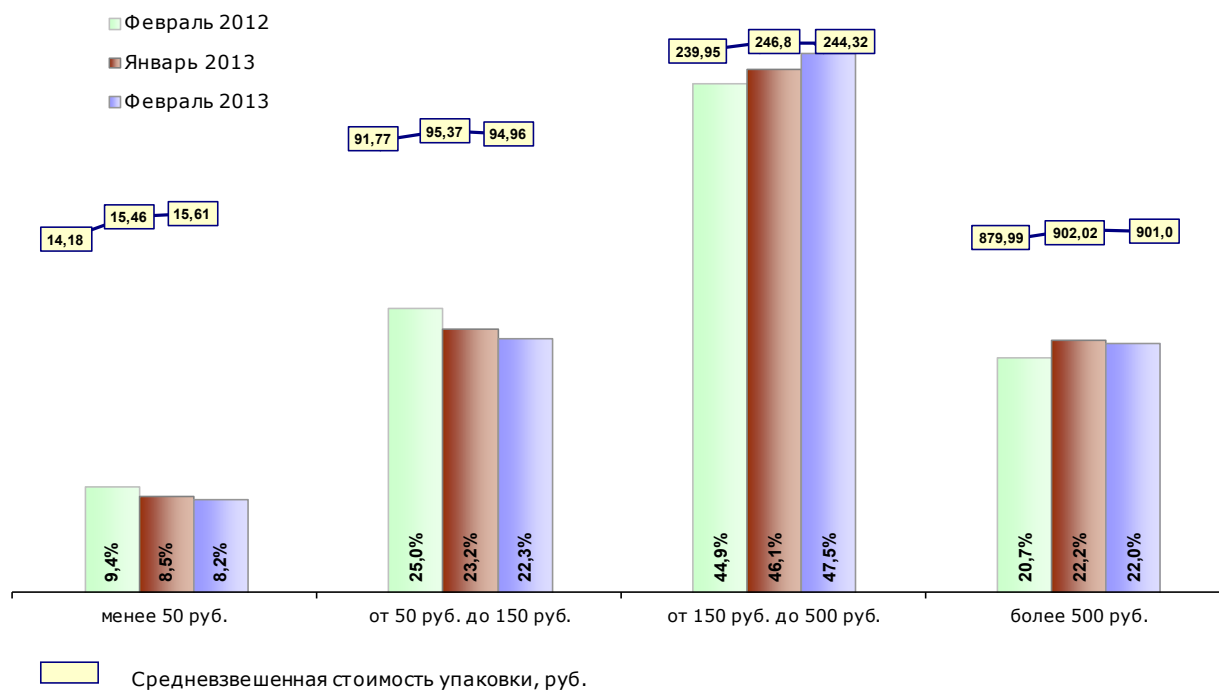
2. Структура коммерческого рынка России

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 2013 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 2013 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась относительно января, изменения же относительно февраля 2012 г. более очевидны. По-прежнему для коммерческого рынка ГЛС характерна тенденция постепенного сокращения доли «недорогих лекарств» (средняя стоимость упаковки которых ниже 150 руб.) и увеличения удельного веса «дорогих препаратов» (со средней стоимостью упаковки выше 150 руб.). Доля рынка «недорогих» препаратов за год сократилась почти на 4%.

Существеннее всего (на 1,7%) относительно февраля 2012 г., уменьшилась доля сегмента лекарств со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. (за месяц сокращение доли составило 0,9%).

Отметилась увеличением удельного веса группа лекарств с ценовым диапазоном 150-500 руб. (с 44,9% в феврале 2012 г. до 47,5% в феврале 2013 г.) Этот сегмент является наиболее емким в стоимостном выражении. За месяц доля рассматриваемого ценового сектора выросла на 1,4%, что сопровождалось небольшим (на 1,6%) сокращением средней цены упаковки лекарств (в итоге средняя стоимость составила 244,82 руб./упак.).

Доля дорогостоящих препаратов в феврале 2013 г. составила 22,2%, что соответствует удельному весу группы в предыдущем месяце. Следует отметить, что в феврале 2013 г. продажи лекарств со средней ценой упаковки от 500 руб. выросли относительно предыдущего месяца на 4,5%, что на фоне эквивалентного роста рынка не повлияло на удельный вес лекарств данного ценового сектора. При этом средняя стоимость упаковки лекарств «верхнего» ценового сегмента за месяц уменьшилась на 0,1% и составила 901 руб./упак.

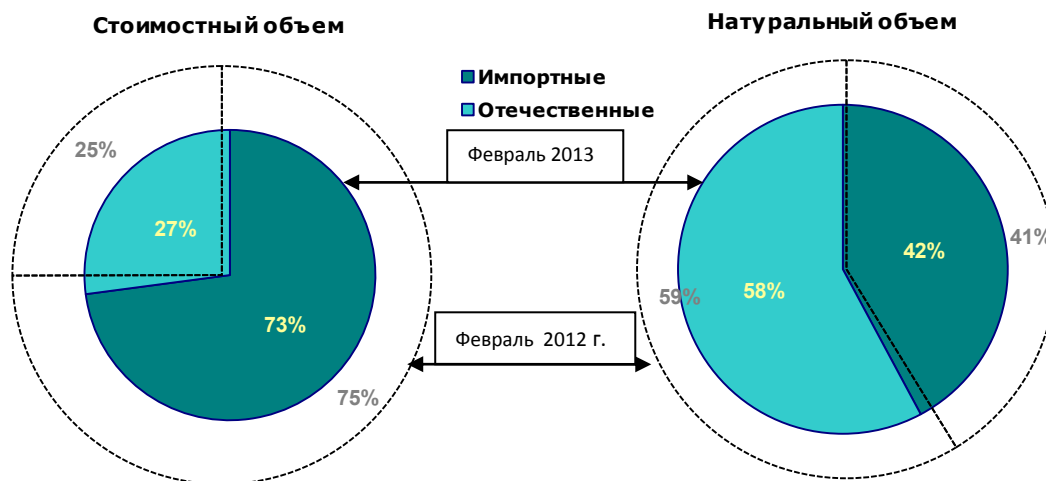
Доля лекарств нижнего ценового сегмента в феврале сократилась на 0,3% по сравнению с январем. Средняя стоимость упаковки при этом практически осталась на прежнем уровне – 15,6 руб./упак.

За месяц уменьшилось присутствие на коммерческом рынке ГЛС лекарств стоимостью 50-150 руб./упак. (их доля сократилась на 0,9%, составив 22,3%), что совпало с небольшим относительно всего рынка ростом продаж – в последнем месяце зимы 2013 г. объем аптечных продаж ГЛС со средней стоимостью упаковки 50-150 руб. увеличился на 1,7% по сравнению с январем. Средняя стоимость упаковки при этом уменьшилась на 0,4% и составила 94,96 руб.

2.2. Соотношение импортных и отечественных препаратов

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

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2013 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 2013 г. составила 27% в стоимостном выражении и 58% в натуральном. Соответственно лекарства зарубежного производства преобладали в стоимостном объеме рынка – 73% по итогам месяца, и составляли 42% в натуральном объеме рынка.

Следует заметить, что по отношению к февралю 2012 г. структура коммерческого рынка ГЛС относительно происхождения представленных препаратов коренным образом не изменилась. На 1% увеличили свое присутствие в натуральном объеме рынка импортные лекарства, в стоимостном объеме доля ГЛС зарубежного производства уменьшилась на 2%.

В феврале 2013 года по отношению к февралю 2012 года объем реализованных через аптеки страны упаковок лекарств сократился на 2,4%. Произошло это в первую очередь за счет уменьшения продаж упаковок лекарств российского производства - объем реализованных упаковок отечественных лекарств упал за год на 4,2%, тогда как объем продаж импортных ГЛС, выраженный в упаковках, уменьшился на 0,4%.

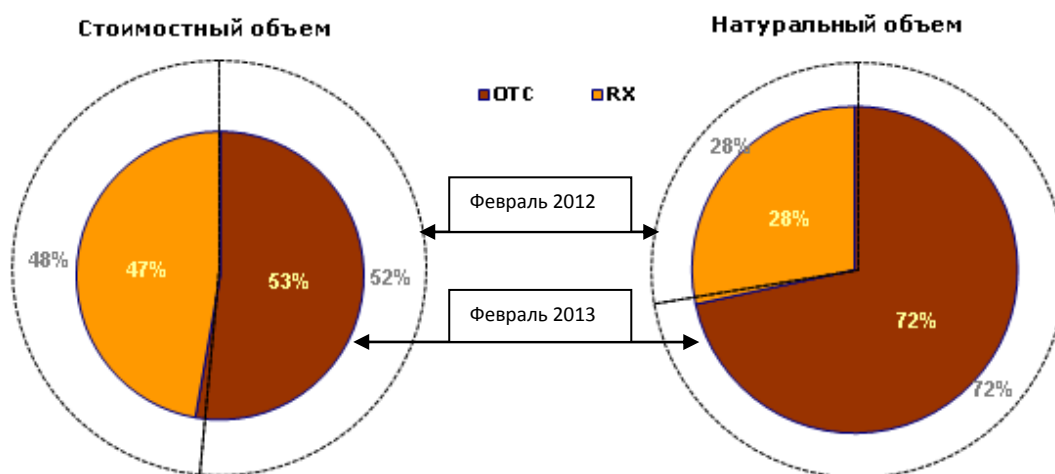
За год сильнее подорожали лекарства отечественного производства (на 28,7% по сравнению с февралем 2012 г.), средняя стоимость упаковки которых в последнем месяце зимы 2012 г. была равна 47,8 руб. Увеличение цены импортных препаратов составило 11,2% (средняя стоимость в феврале 2013 года была равна 176,4 руб./упак).

2.3. Соотношение ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

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

График 4

Соотношение объемов продаж ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2013 г., %



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

В феврале 2013 г. наибольшая доля в стоимостном объеме аптечных продаж принадлежала лекарствам безрецептурного отпуска (53 %), рецептурные препараты занимали 47%. В феврале 2012 г. ситуация была схожей – 52% OTC-препараты, 48% - Rx-лекарства.

Продажи безрецептурных лекарств во втором месяце 2013 года увеличились по отношению к аналогичному периоду 2012 г. на 16,6% (+2,8 млрд. руб.). Объем реализованных упаковок напротив сократился на 3,7%. Что же касается средней стоимости упаковки OTC-препаратов, то она увеличилась за год на 21,1% и составила 75,2 руб.

Прирост продаж рецептурных лекарств в феврале 2013 г. по отношению к февралю 2012 г. составил 10,9% (+1,7 млрд.руб.). При этом объем реализованных упаковок увеличился на 0,1% (0,1 млн. упак.). Средняя цена Rx-препаратов почти в три раза превосходит цену лекарств, продаваемых без рецепта, - в феврале 2013 года она составила 169,8 руб./упак., увеличившись к февралю 2012 г. на 10,8%.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в январе - феврале 2013 г. представлено в *таблице 1*.

Таблица 1

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в России в январе – феврале 2013 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Январь 2013	Февраль 2013	Изменение доли	Январь 2013	Февраль 2013	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,41%	18,22%	-1,19%	18,66%	18,34%	-0,32%
Р Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,94%	14,00%	0,06%	15,52%	15,46%	-0,06%
Н Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,76%	11,83%	0,07%	18,67%	18,71%	0,05%
С Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	11,41%	10,52%	-0,90%	9,15%	8,57%	-0,58%
Ж Противомикробные препараты системного использования	8,46%	10,34%	1,88%	6,82%	7,94%	1,12%
М Препараты для лечения костно-мышечной системы	6,90%	6,81%	-0,09%	6,16%	6,10%	-0,06%
Г Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,07%	6,42%	-0,64%	1,72%	1,62%	-0,10%
Л Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	5,03%	6,07%	1,05%	2,12%	2,75%	0,63%
Д Препараты для лечения заболеваний кожи	5,30%	5,06%	-0,24%	8,51%	7,97%	-0,55%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,54%	3,75%	0,21%	6,07%	6,11%	0,04%
В Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	3,19%	3,24%	0,06%	2,83%	2,87%	0,05%
С Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,60%	2,42%	-0,18%	2,34%	2,16%	-0,18%
Н Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,55%	0,52%	-0,03%	0,42%	0,41%	-0,01%
У Прочие препараты	0,51%	0,49%	-0,02%	0,51%	0,48%	-0,02%
Р Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,33%	0,30%	-0,03%	0,52%	0,51%	-0,01%

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

По итогам февраля 2013 г. максимальная доля (18,22%) в стоимостном объеме коммерческого рынка ГЛС принадлежит препаратам АТС-группа [А] Пищеварительный тракт и обмен веществ. Во втором месяце 2013 года удельный вес этой группы лекарств

сократился на 1,19%. Этому способствовало сокращение продаж лекарств группы на 0,7% за месяц на фоне общего роста спроса на ГЛС.

В разрезе подгрупп АТС-группы [А] максимальное сокращение объемов реализации продемонстрировали категории «Препараты для лечения печени желчевыводящих путей» (-10% к уровню продаж января), «Препараты, сопутствующие пищеварению» (-16%), «Препараты для лечения заболеваний, связанных с нарушением кислотности» (-7%) и «Препараты для лечения функциональных расстройств желудочно-кишечного тракта» (-5%).

Заметим, что некоторые АТС-группы лекарств в феврале 2013 г. отметились заметным ростом продаж, тогда как по целому ряду групп было зафиксировано падение объемов реализации. Наиболее заметное сокращение спроса было зафиксировано в группах препаратов для лечения сердечно-сосудистых заболеваний (АТС-группа [С]), препаратов для лечения урогенитальных органов (АТС-группа [G]) и препаратов для лечения заболеваний органов чувств (АТС-группа [S]).

Продажи ГЛС для лечения пищеварительной системы и обмена веществ в феврале 2013г. упали на 0,7% относительно января. При этом максимальное сокращение объемов аптечной реализации наблюдалось по следующим препаратам: Мезим Форте (-18,5%), эссенциале (-17,2%) и Но-Шпа (-9,6%).

Ключевые лекарственные бренды группы [J] Противомикробные препараты для системного использования отметились более, чем 50%-ным увеличением продаж. Произошло это в основном за счет роста спроса на Кагоцел на 88,7% и Ингавирин (+103%).

Продажи Противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов за месяц увеличились на 27,8%, чему способствовал всплеск объемов аптечной реализации таких препаратов, как Виферон (+26,6% к уровню продаж предыдущего месяца), Анаферон (+47,9%) и Арбидол (+47,6%).

Если подробно рассматривать факторы роста продаж АТС-группы [R] Препараты для лечения респираторных заболеваний, то следует отметить «февральское» оживление спроса на Эреспал (+16,3% к уровню продаж января) и АЦЦ (+15,04%).

Колебание доли, занимаемой той или иной АТС группой от месяца к месяцу, сопряжено с сезонными изменениями потребления препаратов, поэтому более интересным является сравнение структуры рынка за аналогичный период 2012 и 2013 года.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I-го уровня в России в феврале 2012-2013 гг. представлено в *таблице 2*.

Таблица 2

Соотношение доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в России в феврале 2012-2013 г., %

АТС-группы I-го уровня	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %			Доля от натурального объема продаж, уп., %		
	Февраль 2012	Февраль 2013	Изменение доли	Февраль 2012	Февраль 2013	Изменение доли
А Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,95%	18,22%	-1,73%	18,88%	18,34%	-0,55%
Р Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,33%	14,00%	0,67%	14,92%	15,46%	0,54%
Н Препараты для лечения заболеваний нервной системы	12,18%	11,83%	-0,35%	19,24%	18,71%	-0,53%
С Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	12,02%	10,52%	-1,50%	9,54%	8,57%	-0,97%
J Противомикробные препараты системного использования	7,55%	10,34%	2,79%	6,01%	7,94%	1,93%
М Препараты для лечения костно-мышечной системы	6,85%	6,81%	-0,05%	5,59%	6,10%	0,51%
Г Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,78%	6,42%	-0,36%	1,65%	1,62%	-0,03%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	5,02%	6,07%	1,05%	2,03%	2,75%	0,72%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,32%	5,06%	-0,26%	9,34%	7,97%	-1,37%
~ Препараты без указания АТС-группы	3,73%	3,75%	0,02%	6,27%	6,11%	-0,17%
В Препараты, влияющий на кроветворение и кровь	3,22%	3,24%	0,03%	2,78%	2,87%	0,09%
С Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,51%	2,42%	-0,08%	2,30%	2,16%	-0,14%
Н Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,67%	0,52%	-0,14%	0,43%	0,41%	-0,01%
V Прочие препараты	0,53%	0,49%	-0,04%	0,52%	0,48%	-0,04%
Р Противопаразитные препараты, инсектициды и репелленты	0,34%	0,30%	-0,04%	0,50%	0,51%	0,01%

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

В феврале 2013 г. продажи лекарств почти всех АТС-групп увеличились по сравнению с февралем 2012 г, исключение составили Гормональные препараты для системного использования (АТС-группа [Н]).

Наиболее заметный прирост продаж был отмечен по следующим АТС-группам: [R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы (+19,5%), [J]

Противомикробные препараты для системного использования (+56% к уровню февраля 2012 г.), [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы (+37,7%). Стоит отметить, что прирост продаж лекарств для лечения заболеваний респираторной системы был обусловлен увеличением реализации таких ключевых препаратов группы, как Лазолван, (прибавивший за год 38,6% к продажам февраля 2012 г.), АЦЦ(+44%) и Эреспал (+50,2%).

Что касается противомикробных препаратов для системного использования, в феврале текущего года доля данной АТС-группы увеличилась на 2,79%, также был зафиксирован довольно существенный рост продаж (+29,2% к уровню февраля 2012 г.). При этом «флагманами» роста выступили Кагоцел, продажи которого выросли по отношению к февралю 2012 года на 165,6%, и Ингавирин, прибавивший более 200% к уровню продаж февраля 2012 г.

Среди противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов, обеспечивших группе весомый прирост относительно февраля 2012 г., следует отметить Арбидол (прибавивший к уровню продаж февраля 2012 г. 44,2%), Анаферон (+48,1%) и Виферон (+33,8%).

3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В феврале 2013 г. на аптечном рынке России присутствовало 924 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 2013 г.

Рейтинг		Фирмы-производители	Доля от стоимостного объема продаж, руб., %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.		Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.	Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.
2	1	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	4,59%	5,23%	9,56%	9,65%
1	2	SANOFI-AVENTIS	5,35%	4,78%	2,26%	2,08%
3	3	NYCOMED	3,30%	3,17%	2,04%	1,91%
6	4	NOVARTIS	3,10%	3,00%	1,46%	1,43%
4	5	BAYER SCHERING PHARMA	3,27%	2,88%	1,10%	0,94%
5	6	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	3,16%	2,84%	2,02%	1,83%
8	7	GEDEON RICHTER	2,58%	2,47%	1,40%	1,41%
7	8	PFIZER	2,61%	2,46%	0,80%	0,81%
9	9	LEK D.D.	2,41%	2,37%	1,03%	1,02%
10	10	KRKA	2,14%	1,97%	1,34%	1,27%
Общая доля ТОП-10			32,50%	31,17%	23,01%	22,36%

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 2013 г. по сравнению с январем не изменился. Изменения касались позиций участников Top-10 фирм-производителей коммерческого рынка ГЛС. Компания NOVARTIS вернулась с на 4-ю строчку рейтинга (прибавив две позиции), чему способствовало увеличение продаж на 2,3%. ФАРМСТАНДАРТ стал лидером среди производителей лекарств на аптечном рынке (при этом объем аптечной реализации препаратов данного производителя вырос на 20,5%, что значительно превышает темпы роста рынка в целом). Компания SANOFI-AVENTIS в феврале 2013 г. продемонстрировала снижение продаж, обосновавшись в итоге на 2-й строчке рейтинга.

Как уже отмечалось, на первом месте по объему аптечных продаж ГЛС в России находится компания ФАРМСТАНДАРТ. Доля коммерческого рынка ГЛС, контролируемая

лидером, составила в феврале 2013 г. 5,23%, что значительно больше результатов первого года. Продажи компании выросли в феврале 2013 г. на 20,5% по сравнению с январем. При этом объемы аптечной реализации ключевых препаратов данного производителя росли: спрос на Арбидол за месяц увеличился на 47,6%, продажи Амиксина выросли на 35,4%, Имудон прибавил за месяц 18,9%, а спрос на Компливит увеличился на 25,2%.

Что касается занимающей второе место в рейтинге компании SANOFI-AVENTIS, то объемы реализации лекарственных средств данного производителя упали во втором месяце 2013 г. на 5,6%. Заметное сокращение продаж было обусловлено уменьшением спроса на ряд лидирующих препаратов данного производителя: аптечные продажи Эссенциале упали за месяц на 17,2%, Но-шпа отметилась сокращением продаж на 9,6%.

На 1,7% увеличились аптечные продажи ГЛС компании NOVARTIS, что привело к росту позиций в рейтинге. При этом среди ведущих лекарственных брендов производителя рост продаж был зафиксирован только по Синекоду (на 29,2% за месяц), спрос на Терафлю и Отривин за месяц уменьшился на 1,4% и 2,3% соответственно.

В последнем месяце зимы позиция компании NYCOMED в рейтинге производителей не изменилась, при этом увеличение продаж относительно января составило 1,7%. Если рассматривать месячную динамику продаж препаратов производителя, то следует отметить рост объемов реализации Кардиомагнила и Актовегина на 24,4% и 7,9% соответственно.

Изменение ТОП-а производителей в феврале 2013 г. по сравнению с аналогичным периодом 2012 года представлен в *таблице 4*.

Таблица 4

ТОП-10 фирм-производителей ГЛС по доле в аптечных продажах в России (в стоимостном выражении) в феврале 2012-2013 г.г.

Рейтинг		Фирмы-производители	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
Февраль 2012 г.	Февраль 2013 г.		Февраль 2012 г.	Февраль 2013 г.	Февраль 2012 г.	Февраль 2013 г.
2	1	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	4,70%	5,23%	9,17%	9,65%
1	2	SANOFI-AVENTIS	5,24%	4,78%	2,14%	2,08%
4	3	NYCOMED	3,36%	3,17%	1,83%	1,91%
5	4	NOVARTIS	2,97%	3,00%	1,32%	1,43%
6	5	BAYER SCHERING PHARMA	2,91%	2,88%	0,99%	0,94%
3	6	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/	3,37%	2,84%	1,90%	1,83%
7	7	GEDEON RICHTER	2,89%	2,47%	1,43%	1,41%
8	8	PFIZER	2,51%	2,46%	0,85%	0,81%
9	9	LEK D.D.	2,49%	2,37%	0,98%	1,02%
10	10	KRKA	2,09%	1,97%	1,42%	1,27%
Общая доля ТОП-10			32,53%	31,17%	22,03%	22,36%

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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10 в феврале 2013 года составляет чуть меньше трети (31,2%) от стоимостного объема продаж ГЛС на всем коммерческом аптечном рынке ГЛС, при этом в натуральном выражении это всего 22,36%.

Состав компаний, входящих в Top-10 лидеров коммерческого рынка ГЛС в РФ, не изменился по отношению к февралю 2012 г., поменялся лидер (на 1-е место по объему аптечных продаж вышла компания ФАРМСТАНДАРТ. Положение компаний в тройке лидеров за год также поменялось. Компания NYCOMED переместилась с 4-го места на 3-е, BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/ же напротив опустился с 3-ей на 6-ю позицию. Вообще следует заметить, что почти по всем компаниям, входящим в Top-10 производителей коммерческого рынка ГЛС, в феврале 2013 года были зафиксированы увеличения объемов продаж относительно аналогичного периода предыдущего года (исключение составили компании BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI/ и GEDEON RICHTER). Максимальные приросты объемов аптечной реализации были зафиксированы у компаний Фармстандарт (+27,2% к уровню продаж февраля 2012 г.), BAYER SCHERING PHARMA (+13%) и NOVARTIS (+15,2%).

4. Препараты – лидеры продаж

ТОП-20 торговых наименований ГЛС по объему аптечных продаж в России за февраль 2013 г. представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 лекарственных брендов ГЛС по стоимостному объему продаж в России в феврале 2013 г.

Рейтинг		Бренд	Доля от стоимостного объема продаж, руб, %	
Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.		Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.
1	1	АРБИДОЛ	1,21%	1,69%
3	2	КАГОЦЕЛ	0,90%	1,61%
12	3	АНАФЕРОН	0,56%	0,78%
2	4	ЭССЕНЦИАЛЕ	1,00%	0,78%
4	5	ТЕРАФЛЮ	0,83%	0,77%
13	6	ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ	0,56%	0,75%
6	7	АКТОВЕГИН	0,69%	0,72%
38	8	ИНГАВИРИН	0,38%	0,72%
10	9	НУРОФЕН	0,63%	0,71%
5	10	КОНКОР	0,78%	0,70%
7	11	ЛИНЕКС	0,68%	0,67%
9	12	ЛАЗОЛВАН	0,64%	0,63%
11	13	СУМАМЕД	0,57%	0,60%
14	14	АЦЦ	0,55%	0,60%
16	15	КАРДИОМАГНИЛ	0,50%	0,59%
17	16	АЛФЛУТОП	0,50%	0,57%
8	17	ВИАГРА	0,68%	0,56%
34	18	АМИКСИН	0,42%	0,53%
15	19	ВИТРУМ	0,51%	0,53%
29	20	ВИФЕРОН	0,44%	0,53%
Общая доля ТОП-20			13,01%	15,03%

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

Общая доля препаратов ТОП-20 составляет 15,03% от всего коммерческого аптечного рынка ГЛС, что немногим больше, чем в январе.

Состав рейтинга в феврале 2013 г. г. не сильно изменился по сравнению с январем – рейтинг покинули Найз, Тизин и Но-шпа. «Новичками» стали Ингавирин, Виферон и Амиксин.

В феврале 2013 г. лидерство в ТОП-20 брендов лекарственных препаратов сохранил препарат Арбидол. Продажи данного бренда во втором месяце 2013 г. увеличились на 47,6% по сравнению с предыдущим месяцем, что привело к заметному росту рыночной доли. На 2-й строчке рейтинга обосновался Кагоцел, удельный вес которого на коммерческом рынке ГЛС также вырос, чему способствовало увеличение продаж на 88,7%. На 3-ей позиции ТОП-20 брендов в феврале 2013 г. оказался Анаферон (доля 0,78%, рост продаж за месяц +47,9%, что значительно выше роста рынка целом).

Отметим, что в верхней части Top-20 лекарственных брендов коммерческого рынка расположились в основном препараты «от простуды», что вполне закономерно в период эпидемии, которая наблюдалась во многих регионах страны в январе-феврале.

Максимальное увеличение продаж среди Top-20 лекарственных брендов коммерческого рынка было отмечено у Ингавирина, продажи которого за месяц удвоились.

5. Индекс цен

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

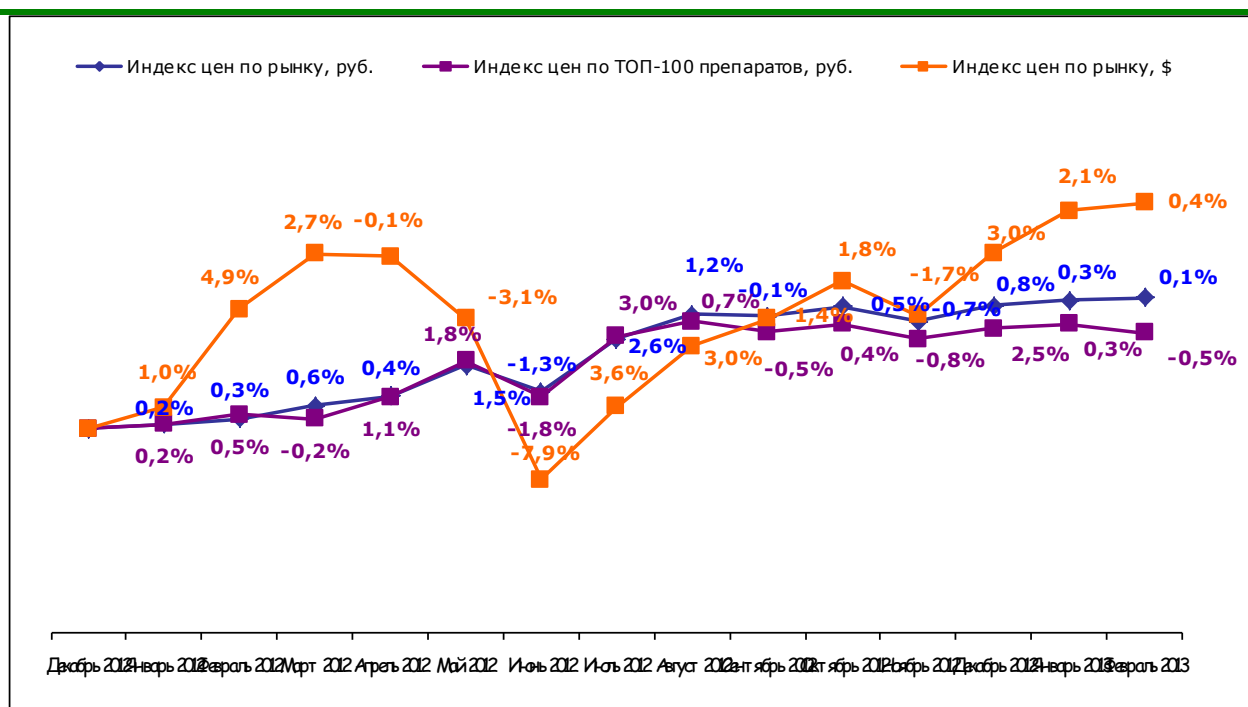
Индекс цен Ласпейреса представляет собой соотношение средневзвешенных цен отчетного и базисного периодов, в качестве весов для которых используются натуральные объемы базовой корзины потребления ЛС. В качестве корзины потребления было выбрано соотношения продаж препаратов в 2010 году. Благодаря применению 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 2013 г.

График 5

Изменение цен ГЛС на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2011 г. – февраль 2013 г.



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

Согласно индексу Ласпейреса, цены на лекарства в феврале 2013 г. по сравнению с январем в рублях увеличились на 0,1%. В целом же с начала 2012 года общая инфляция цен на ГЛС в России составила 6,4%.

В феврале 2013 на 1,05% выросли цены на лекарства из списка ЖНВЛС. В результате с начала 2012 года общая инфляция цен на препараты ЖНВЛС составила 2,56% (что значительно меньше общей инфляции цен на все лекарства).

Во втором месяце 2013 г. цены на препараты, не относящиеся к ЖНВЛС уменьшились на 0,23% относительно предыдущего месяца. Всего с начала 2012 года инфляция цен на неЖНВЛС-лекарства составила 7,89%.

Если сравнивать рост цен в феврале 2013 г. на лекарства отечественного и импортного производства, то следует заметить, что цены на отечественные ГЛС выросли существенно, чем на импортные (0,58% составил прирост цен на российские лекарства, импортные лекарства подешевели на 0,02%).

Индекс цен, выраженный в американской валюте, в феврале 2013 г. увеличился на 0,39%. В период с декабря 2011 г. цены в долларах США на коммерческом рынке ГЛС выросли в среднем на 11,1%, что заметно выше показателя инфляции цен, выраженных в рублях.

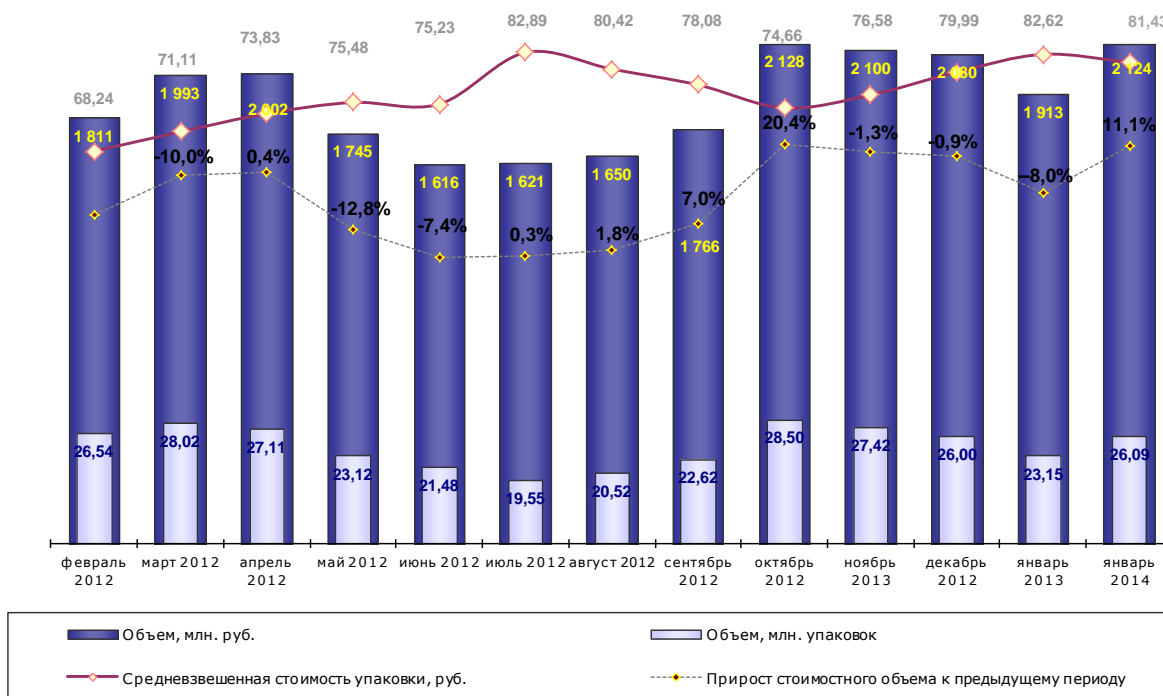
6. Биологически активные добавки

В феврале 2013 года в аптечных учреждениях России продавалось 3265 торговых наименований БАД, которые представляют 590 производителей.

На *графике 6* представлена динамика объема коммерческого рынка БАД России с февраля 2012 г. по февраль 2013 г.

График 6

Коммерческий рынок БАД России в феврале 2012 г. – феврале 2013 г.



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

В феврале 2013 г. емкость российского рынка БАД выросла в стоимостном выражении по сравнению с январем на 11,1% и составила 2,1 млрд. руб. В натуральных единицах измерения рынок увеличился на 12,7% и составил 26,1 млн. упак.

За два месяца 2013 г. коммерческий рынок БАД вырос на 17% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Во втором месяце прошлого года рост спроса на и БАДы бал «скромнее» (10,5% по отношению к январю 2012 г.).

В феврале 2013 г. средняя цена упаковки БАД была равна 81,4 руб. Это на 1,4% дешевле, чем в январе и на 19,3% дороже, чем в феврале 2013 г.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объемом аптечных продаж в России в феврале 2013 г.

Таблица 6

**ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж
(в стоимостном выражении) в России в январе – феврале 2013 г.**

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб, %		Доля в натуральном объеме продаж, уп., %	
Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.		Январь	Февраль	Январь	Февраль
			2013 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.
1	1	ЭВАЛАР ЗАО	20,54%	20,41%	15,55%	14,93%
2	2	РИА ПАНДА	8,57%	8,82%	1,81%	1,94%
3	3	АКВИОН ЗАО	4,02%	4,19%	1,80%	1,87%
5	4	PHARMA-MED INC	3,08%	3,53%	0,65%	0,71%
7	5	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	2,58%	2,55%	0,99%	0,98%
6	6	FERROSAN AG	2,67%	2,47%	0,68%	0,64%
4	7	POLENS (M) SDN BHD	3,26%	2,19%	0,26%	0,17%
9	8	ДИОД ОАО	2,38%	2,13%	1,47%	1,33%
11	9	ЭКОМИР ЗАО	1,98%	2,08%	0,73%	0,73%
12	10	NATUR PRODUKT	1,65%	1,71%	3,95%	4,01%
Итого:			50,74%	50,08%	27,91%	27,31%

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

В феврале 2013 г. состав рейтинга производителей на аптечном рынке БАД изменился по сравнению с январем – покинули Топ-10 производителей БАД компании ПОЛЯРИС и ФАРМСТАНДАРТ, новичками стали ЭКОМИР и NATUR PRODUKT. Позиции компании в тройке лидеров рейтинга остались неизменными, при этом рост продаж был отмечен по всем трем компаниям: Эвалар (на 10,3% по сравнению с предыдущим месяцем); РИА Панда (14,3%), продажи БАД компании Аквион за месяц увеличились на 15,8%.

Падение аптечных продаж наблюдалось в феврале 2013 г. по БАД компании POLENS (M) SDN BHD – «-25,5%» к уровню продаж января 2013 г., и ДИОД (-0,7%).

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 2013 г.

Рейтинг		Торговое наименование	Производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб., %	
Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.			Январь 2013 г.	Февраль 2013 г.
1	1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	4,21%	4,00%
4	2	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	2,91%	2,92%
3	3	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	2,97%	2,71%
2	4	ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ	POLENS (M) SDN BHD	3,09%	2,02%
5	5	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС ОАО	2,46%	1,37%
11	6	ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ	ЭВАЛАР ЗАО	1,03%	1,27%
19	7	СУПРАДИН КИДС	АМАРНАРМ	0,77%	1,25%
9	8	ИНДИНОЛ ЭКСТРАКТ КРЕСТОЦВЕТНЫХ	МИРАКСБИОФАРМА ЗАО	1,14%	1,17%
6	9	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	1,48%	1,13%
10	10	ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	1,11%	1,10%
17	11	МАКСИЛАК	GENEXO SP. Z.O.O	0,78%	0,94%
13	12	НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	0,96%	0,94%
8	13	ЦИ-КЛИМ	ЭВАЛАР ЗАО	1,15%	0,94%
12	14	ПУСТЫРНИК ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	1,00%	0,93%
15	15	РОМАШКА ЦВЕТКИ	АЛТАЙ-ФАРМ ООО	0,80%	0,87%
7	16	ГЕПАТРИН	ЭВАЛАР ЗАО	1,19%	0,86%
14	17	ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	DR. MANN PHARMA	0,80%	0,82%
30	18	ТУРБОСЛИМ-НОЧЬ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА	ЭВАЛАР ЗАО	0,51%	0,75%
18	19	БИОН 3	MERK SELBSTMEDIKATION (ПРОДВИЖ-Е DR.REDDY'S)	0,77%	0,70%
23	20	АЛФАВИТ	АКВИОН ЗАО	0,62%	0,70%
Итого:				29,75%	27,39%

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

Перечень торговых наименований БАД, вошедших по итогам февраля 2013 г. в Тор-20, почти не изменился по сравнению с январем. Покинули рейтинг БАД Асвитол

Солнышко (ФАРМСТАНДАРТ) и БИФИФОРМ БЭБИ (FERROSAN AG), «новичками» стали ТУРБОСЛИМ-НОЧЬ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА (ЭВАЛАР) и АЛФАВИТ (АКВИОН).

Состав и расположение марок в первой тройке торговых наименований БАД в феврале 2013 г. немного изменился по отношению к январю. Лидерство в рейтинге сохранил Сеалекс Форте (РИА Панда), стоит заметить, что в феврале 2013 г. доля рынка данного БАД сократилась на 0,21% (не смотря на рост продаж на 5,6%). Объем аптечной реализации БАД АЛИ КАПС за месяц увеличились на 11,2%, это способствовало росту позиции в рейтинге (по итогам февраля препарат занимает 2-ю строчку). Фитолакс закрепился на 3-ей строчке (во втором месяце 2013 г. продажи этой БАД увеличились на 1,3%).

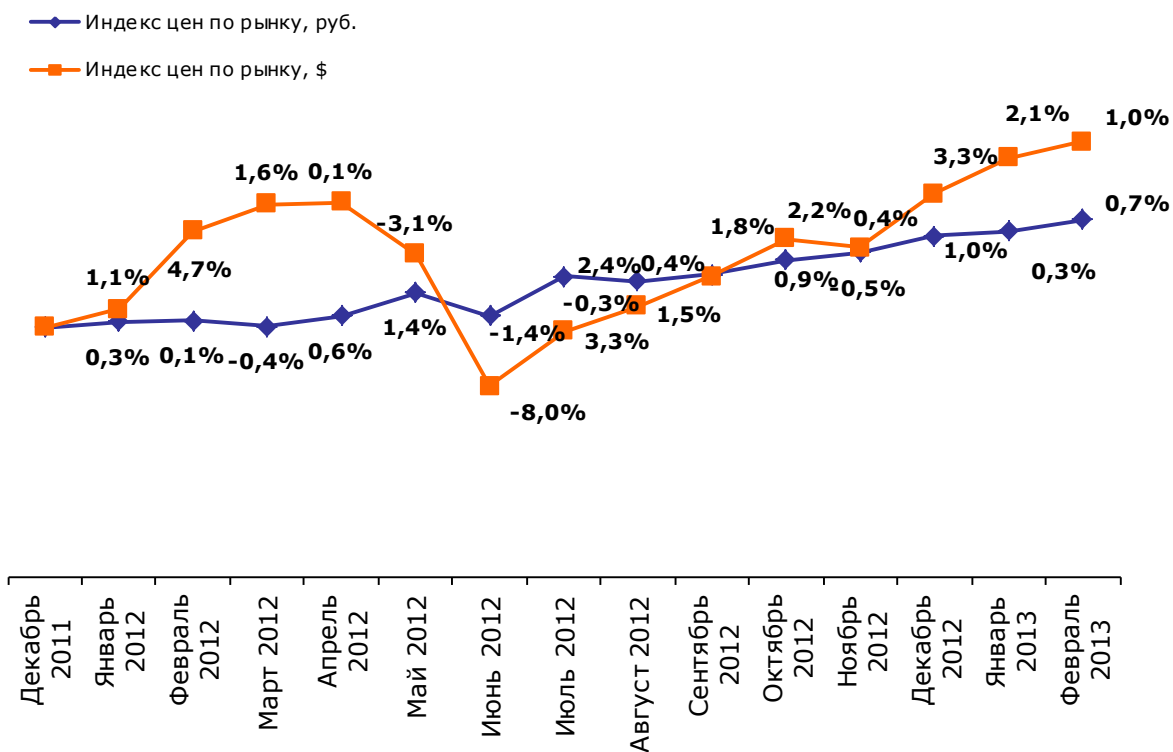
Максимальное среди торговых наименований БАД Топ-20 сокращение объемов реализации было отмечено у препаратов ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ (-27,5% к уровню продаж января), РЕДУКСИН ЛАЙТ (-38,1%), ОВЕСОЛ (-14,9%) и ГЕПАТРИН (-19,5%).

Представленность компании Эвалар в рейтинге в феврале 2013 г. осталась максимальной – 6 из Топ-20 торговых наименований БАД коммерческого рынка страны принадлежат именно этому производителю.

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

График 7

Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за декабрь 2011 г. – февраль 2013 г.



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

Согласно индексу Ласпейреса, в феврале 2013 года по сравнению с январем цены на БАД в рублях увеличились на 0,7%. В долларах США, цены выросли на 1,0%.

С начала 2012 года биологически активные добавки в среднем подорожали на 6,5% в рублях, и - на 11,1% в долларах США.

II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящен событиям, произошедшим на фармрынке в марте 2013 г. В первом месяце весны наблюдалась активность со стороны всех участников фарм.сообщества, но традиционно большинство новостей касалось законодательной сферы.

1. Аптечные сети

1. 36,6» ищет кредиторов

Акционеры «Аптечной сети 36,6» ведут переговоры с консорциумом кредиторов о рефинансировании долгов компании, в том числе перед Сбербанком, а также о выкупе 22,59% акций сети у второго по размеру ее акционера — фонда Hi Capital, рассказал «Ведомостям» источник, близкий к одному из кредиторов компании. В консорциум, по его словам, может войти Московский кредитный банк (МКБ), а также один из фондов прямых инвестиций.

В ОАО «Аптечная сеть 36,6» входит одноименная аптечная сеть и 51,8% акций производителя лекарств «Верофарм». Владелец 40,01% ОАО — «36,6 Investments Limited».

Источник: Ведомости

2. Производители

1. Производство российских лекарств от рака началось в Химках

Производство российских импортозамещающих и инновационных лекарств, в том числе от рака, официально открылось во вторник в Химках на базе ООО "БиоИнтегратор" - биофармацевтической компании, входящей в Центр Высоких Технологий "ХимРар".

Всего в портфеле "БиоИнтегратора" 12 препаратов - 9 импортозамещающих и 3 инновационных.

Центр Высоких Технологий "ХимРар" - негосударственный научно-исследовательский комплекс и инновационный бизнес-инкубатор, который объединил высокотехнологичные организации, ведущие разработки для отечественных и зарубежных фармацевтических и биотехнологических производителей. Основная

миссия "ХимРара" - разработка и выведение на рынок инновационных лекарств на основе новейших "постгеномных" технологий.

Источник: www.chemrar.ru

3. Фармкластеры

1. Калужский фармкластер оценили на европейском уровне

НП "Калужский фармацевтический кластер" с марта 2013 года стал полноправным членом Европейской платформы кластерного сотрудничества, которая является уникальной площадкой, созданной в целях поддержки и взаимодействия кластеров и способствующей повышению транснационального и международного сотрудничества. Об этом сообщили корреспонденту ИА REGNUM в ОАО "Агентство инновационного развития - центр кластерного развития Калужской области".

По данным агентства, главная цель деятельности Платформы заключается в содействии кластерному сотрудничеству, как между кластерными организациями, так и между членами кластеров. На сегодняшний день Платформа выходит далеко за географические рамки Европейского союза, она объединяет более 1900 кластеров из 47 стран мира, включая Южную Корею, Мексику, Австралию, Новую Зеландию, Индию, Мадагаскар многие другие страны.

Присоединение Калужского фармацевтического кластера к Европейской платформе кластерного сотрудничества является новым важным шагом на пути развития территориального кластера Калужской области и позволит оптимизировать поиск иностранных партнеров и продвигать продукцию предприятий на европейский рынок.

Источник: www.regnum.ru

4. Новости Законодательства

1. Минздрав утвердил Стратегию лекарственного обеспечения россиян до 2025 года

Минздрав утвердил Стратегию лекарственного обеспечения населения РФ на период до 2025 года, сообщает 28 февраля пресс-служба ведомства.

В конце декабря 2012 года документ в целом одобрен в ходе совещания под председательством главы кабинета министров Дмитрия Медведева. Как заявила тогда министр здравоохранения Вероника Скворцова, утверждение Стратегии произойдет не позднее 15 февраля. Соответствующий приказ министра датирован 13 февраля.

Задачей Стратегии является, в частности, обеспечение рациональной системы регистрации лекарственных препаратов, эффективной системы ценового

регулирования, а также назначения и использования лекарственных средств на основе принципов доказательной медицины.

Документ предполагает, что уже в 2014-2015 годах в четырех-шести пилотных регионах будет разработана и внедрена рациональная модель лекарственного обеспечения при амбулаторном лечении. Согласно ей, часть стоимости лекарства будет возмещаться государством. Размер платежа будет зависеть от типа заболевания и статуса льгот и составлять от 25 до 50 процентов.

Система лекарственных соплатежей со стороны населения при лечении вне стационара целиком должна быть введена на всей территории РФ с 2016 года. Как ранее сообщала Скворцова, с этого года на лекарственное обеспечение льготных категорий населения России государство будет тратить свыше 200 миллиардов рублей в год.

В качестве основы для программы будет использоваться перечень жизненно-важных и необходимых лекарственных препаратов (ЖНВЛП), утверждаемый правительством ежегодно. Среди основных индикаторов успешной реализации Стратегии – ежегодный прирост индекса роста цен на ЖНВЛП должен составлять не более трех процентов; производство отечественных препаратов по этой номенклатуре должно составить 90 процентов; к 2015 году показатель выявления фальсифицированных и недоброкачественных лекарственных препаратов, в соответствии с Конвенцией Medicrime, должен составить 70 процентов; доля медицинских и фармацевтических работников, повысивших квалификацию по вопросам рациональной лекарственной терапии, основанной на принципах доказательной медицины, должна достичь 95 процентов.

Источник: www.medportal.ru

2. Минздрав отказал супермаркетам в свободной продаже лекарств

Минздрав России выступил против свободной продажи безрецептурных препаратов в торговых сетях. По мнению министерства, магазины не смогут обеспечить качество медикаментов, а конкуренция с обычными ритейлерами подорвет бизнес аптечных сетей.

Первыми, по расчетам Минздрава, пострадают несетевые социально ориентированные аптеки: сегодня их рентабельность - не более 1-2% (всех аптек в среднем - не более 5-6%).

Источник: Известия

3. Правительство не поддержало законопроект о запрете рекламы лекарств

В связи с этим депутаты Госдумы сняли с рассмотрения законопроекты: О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О рекламе» в части запрета рекламы лекарственных средств вне специализированных мероприятий и медицинских печатных изданий; О внесении изменений в статью 25 Федерального закона «О рекламе» в части запрета рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок вне специализированных мероприятий и медицинских печатных изданий.

Согласно официальному отзыву Правительства России на законопроект о запрете рекламы лекарственных средств вне специализированных мероприятий и медицинских печатных изданий - предлагаемые дополнительные ограничения в отношении допустимых мест распространения рекламы лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача, содержат существенный запрет, который фактически лишит потребителей данного товара права на получение информации о лекарственных средствах даже в местах их продажи, а также будет способствовать развитию скрытых форм и методов распространения рекламы указанных товаров под видом иных товаров, не ограниченных к рекламированию.

Кроме того, в соответствии со ст.24 Федерального закона «О рекламе» установлены особенности рекламы лекарственных средств, методов лечения, изделий медицинского назначения, а также медицинской техники и медицинских услуг.

Согласно п.2 ст.32 Федерального закона «О лекарственных средствах» лекарственные средства, отпускаемые без рецепта врача, могут продаваться в аптеках, аптечных пунктах, аптечных магазинах и аптечных киосках.

При этом информация о таких лекарственных средствах может содержаться в публикациях и объявлениях средств массовой информации, специализированных и общих печатных изданиях, инструкциях по применению лекарственных средств, иных изданиях субъектов обращения лекарственных средств.

В соответствии с Федеральным законом «О рекламе» реклама таких лекарственных средств не ограничивается по местам ее распространения.

Учитывая изложенное, Правительство России не поддержало проект федерального закона в представленной редакции.

Источник: [remedium](#)

4. Выписали добавки

Правительство хочет навести порядок в рекламе биологически активных добавок. В Госдуму внесен законопроект, который вдвое поднимает минимальные

штрафы за нарушения при рекламе БАДов, лекарств и медицинских изделий. Об этом сообщает разработчик документа - Федеральная антимонопольная служба.

Для того чтобы россияне наконец уяснили, что пищевые добавки не являются лекарством, законопроект предлагает напоминать об этом в каждом рекламном объявлении. Сейчас эта информация обязательна только для упаковки.

Еще одно новшество - распространители рекламы, то есть СМИ, будут отвечать за соблюдение этих требований, как и рекламодатели. В радиоролике на фразу "не является лекарственным средством" предлагается отвести минимум три секунды, в видеоролике - пять секунд и 7 процентов площади кадра, а в печатном сообщении - не менее 10 процентов пространства. Частному лицу нарушение грозит штрафом от 2 до 2,5 тысячи рублей, должностному - от 10 до 20 тысяч, а юридическому обойдется в сумму от 200 до 500 тысяч рублей, предлагают авторы поправок. То есть законопроект поднимает минимальную планку штрафов для юрлиц. Сейчас нижняя граница - 100 тысяч рублей.

По данным ФАС, в 2012 году нарушения в сфере рекламы лекарств, БАДов, медизделий и услуг заняли второе место.

Источник: rg.ru

5. Минздрав занялся регулированием цен на ЖНВЛП

Министерство здравоохранения РФ подготовило поправки в закон "Об обращении лекарственных средств". По информации ведомства, изменения касаются совершенствования системы госрегулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП).

В пояснительной записке к документу указано, что поправки позволяют усовершенствовать систему госрегулирования цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших, в том числе, ориентируясь на возможность введения механизмов референтного ценообразования.

Документ разделяет процедуры регистрации и перерегистрации цен. В частности, перерегистрация зарегистрированных предельных отпускных цен на лекарственные препараты осуществляется на основании поданного до 1 октября каждого года заявления производителя лекарственных препаратов, включенных в перечень ЖНВЛП. Перерегистрация цен осуществляется не чаще одного раза в календарном году.

Перечень ЖНВЛП включает лекарства, которые существенно влияют на уровень заболеваемости и смертности в России.

Источник: www.rosbalt.ru

DSM Group

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

Маркетинговое агентство DSM Group создано в 1999 году. Два ключевых направления деятельности фирмы – маркетинговые исследования фармацевтического рынка России и рекламная поддержка компаний этой отрасли.

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

ИССЛЕДОВАНИЯ

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

РЕКЛАМА

- ❖ Дизайн и разработка фирменного стиля
- ❖ Сувенирная продукция для специалистов фармотрасли и промо-акций
- ❖ Полиграфия любой сложности
- ❖ Организация мероприятий (конференции, лекции, корпоративы, шоу)
- ❖ Медиа-размещение
- ❖ Наружная реклама
- ❖ Съемка 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>