



Фармацевтический рынок России

Февраль 2023

- розничный аудит фармацевтического рынка РФ – февраль 2023
- события фармацевтического рынка – март 2023



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 феврале 2023 года	4
1. Объём коммерческого рынка ЛП России	4
2. Структура коммерческого рынка ЛП России	6
2.1. Структура потребления ЛП из разных ценовых категорий	6
2.2. Соотношение импортных и локализованных препаратов	7
2.3. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска	8
2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам	8
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	25

Акционерное общество «Группа ДСМ»

Генеральный директор

Сергей Шуляк
+7 (495) 722-19-07

Директор по исследованиям

Юлия Нечаева
+7 (909) 992-31-33

Аналитик

Ирина Шарапова

Оформление и вёрстка

Ирина Шарапова

Аналитический обзор

**Фармацевтический рынок
России**
Выпуск: февраль 2023 года

Адрес:
125 124, Москва,
ул. Правды, д.8, корп.7

Тел: +7 (495) 780-72-63/64

www.dsm.ru
www.dsmgifts.ru

© DSM Group, 1999-2023. Все права сохраняются.

При полном или частичном использовании материалов документа ссылка на DSM Group обязательна. Все торговые марки являются торговыми знаками их владельцев.



РЕЗЮМЕ

Объём коммерческого рынка ЛП в феврале составил 102,5 млрд руб. (в розничных ценах). По сравнению с январём ёмкость уменьшилась на 4,4%. Относительно февраля 2022 г. в текущем году рынок показал снижение объёма продаж на 16,5%. В натуральных единицах измерения объём реализации лекарственных препаратов в феврале уменьшился на 5,8% относительно января и составил 328,4 млн упак., что на 22,9% меньше, чем в феврале прошлого года.

Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата на коммерческом рынке России в феврале стала выше на 1,5% по сравнению с январём и составила 312,2 руб.

Объём коммерческого рынка лекарств по итогам первых двух месяцев 2023 г. относительно аналогичного периода 2022 г. в рублёвом эквиваленте сократился на 12,3%. Общая ёмкость составила 209,8 млрд руб. Совокупно за 2 месяца потребление лекарственных средств через аптеки достигло 676,9 млн упак., что на 20,5% меньше, чем за такой же период в 2022 г.

Структура коммерческого рынка ЛП в феврале по ценовым сегментам изменилась в пользу дорогостоящих препаратов относительно февраля 2022 г. Удельный вес лекарств с ценой свыше 500 рублей вырос на 3,8% и составил 57% в феврале. Доля ценового диапазона «от 150 до 500 руб.» за год уменьшилась на 3,5% до 31,9%. Доля сегмента лекарств со стоимостью упаковки 50-150 руб. увеличилась с 9,1% до 9,4%. Удельный вес группы дешёвых лекарственных препаратов «до 50 руб.» уменьшился на 0,6% относительно февраля прошлого года и составил 1,6%.

По итогам февраля 65,9% препаратов, реализованных на рынке, производились на территории России (локализованные препараты) в натуральных единицах измерения, однако в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств в стоимостном выражении они заняли 47,7%.

Коммерческий сегмент рынка в феврале на 38,5% был представлен рецептурными препаратами и на 61,5% ОТС-средствами в упаковках; в стоимостном объёме рынок препаратов в зависимости от типа отпуска разделён пополам.

Рейтинг компаний по стоимостному объёму продаж в феврале возглавил Bayer, на втором месте — Stada, на третьем — отечественный производитель «Отисифарм». ТОП-3 брендов ЛП по стоимостному объёму аптечных продаж в России по итогам февраля состоял из таких препаратов как «Ксарелто» (1%); «Эликвис» (0,9%); на третьем месте — «Ингавирин» (0,8%).

Объём российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в феврале уменьшился на 5,4% относительно января и составил 9,6 млрд руб. В натуральном выражении объём аптечного рынка БАД во втором месяце 2023 г. сократился на 3,9% по сравнению с предыдущим месяцем и составил 30,7 млн упак. Средневзвешенная цена упаковки БАД в феврале по сравнению с январём стала ниже на 1,5% и составила 313,4 руб. ТОП-3 производителей БАД занял 27,6% рынка в феврале в стоимостном выражении; рейтинг состоит из компаний: «Эвалар» (14,1%), Solgar (7,8%) и PharmaMed (5,7%).

I. Коммерческий рынок ЛП России в феврале 2023 года

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

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

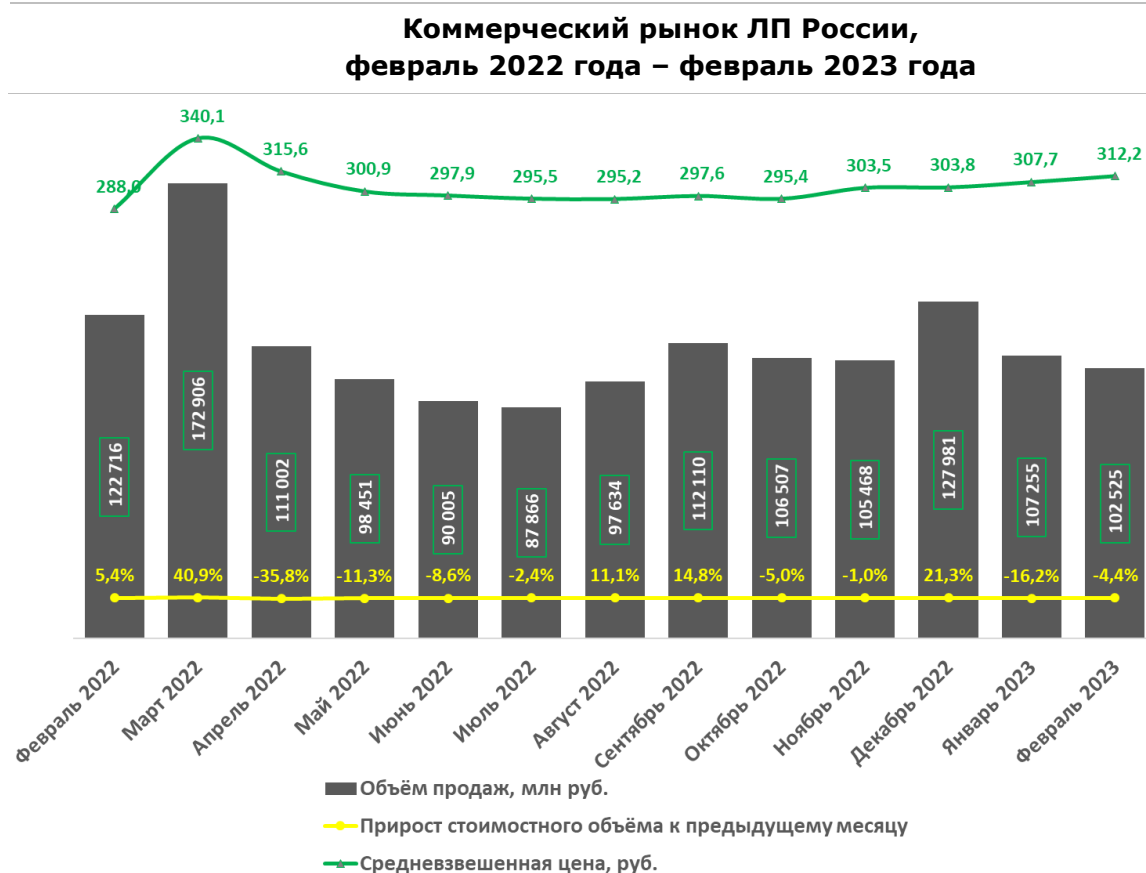
Государственный сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные продажи ЛП по программам ВЗН, ОНЛС, РЛО, а также реализацию через ЛПУ.

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 февраля 2022 г. по февраль 2023 г.

График 1



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

По данным Ежемесячного розничного аудита фармацевтического рынка России, проводимого компанией DSM Group, **объём коммерческого рынка ЛП в феврале 2023 г. составил 102,5 млрд руб. (в розничных ценах)**. Относительно января ёмкость уменьшилась на 4,4%, а по отношению к февралю 2022 г. рынок во втором месяце 2023 г. показал снижение объёма продаж на 16,5%.



Объём коммерческого рынка лекарств по итогам первых двух месяцев 2023 г. относительно аналогичного периода 2022 г. в рублёвом эквиваленте сократился на 12,3%. Общая ёмкость составила 209,8 млрд руб.

В натуральных единицах измерения объём реализации лекарственных препаратов в феврале уменьшился на 5,8% относительно января и составил 328,4 млн упак., что на 22,9% меньше, чем в феврале прошлого года.

Совокупно за 2 месяца потребление лекарственных средств через аптеки достигло 676,9 млн упак., что на 20,5% меньше, чем за такой же период в 2022 г.

Средняя стоимость упаковки ЛП в феврале стала выше на 1,5% по сравнению с январём и составила 312,2 руб. Если сравнивать среднюю стоимость упаковки лекарств в текущем месяце с февралём 2022 г., то следует отметить рост цены на 8,4%.

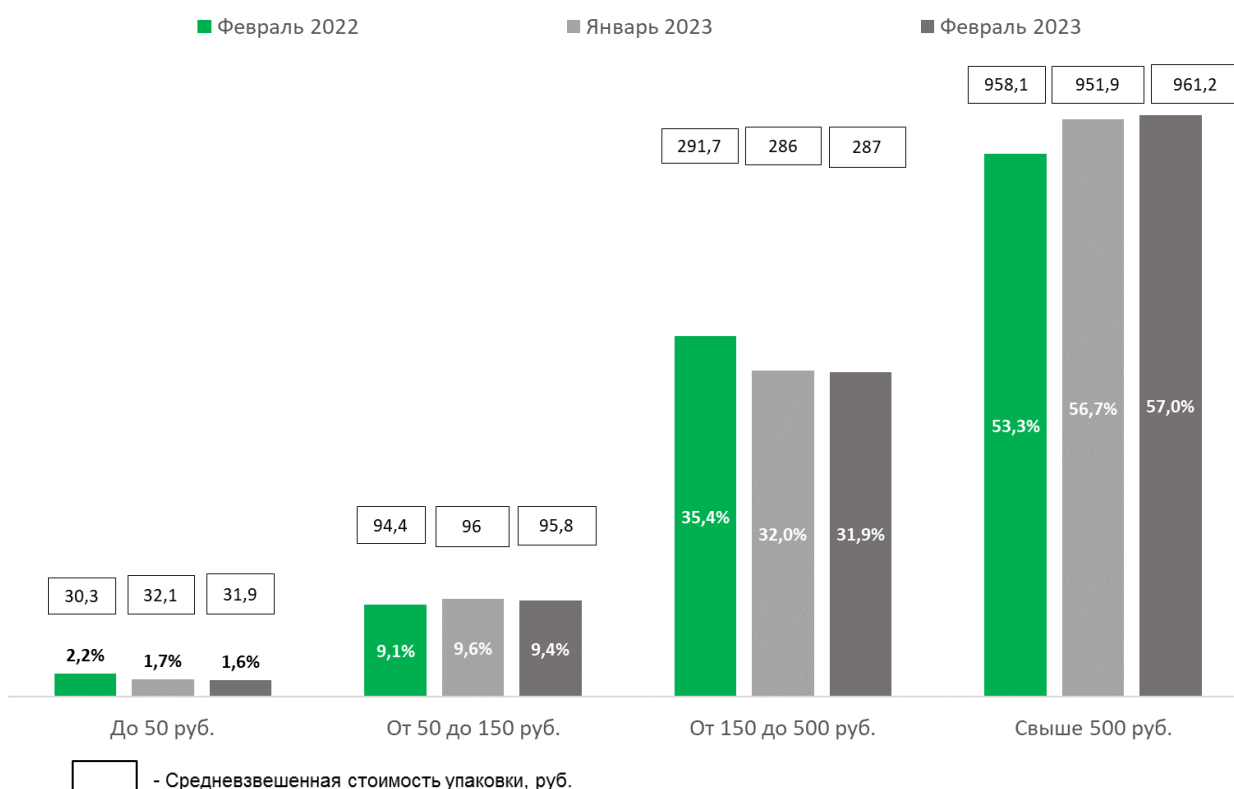
2. Структура коммерческого рынка России

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 феврале 2023 года



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

Данные графика 2 свидетельствуют о том, что структура коммерческого рынка ЛП по ценовым категориям изменилась в пользу дорогостоящих препаратов относительно февраля 2022 г. Доля сегмента «свыше 500 рублей» в феврале заметно увеличилась – на 3,8%, составив 57%. Средневзвешенная стоимость лекарственных препаратов данной группы в феврале стала выше на 0,3% относительно аналогичного периода 2022 г. и составила 961,2 руб./упак.

В феврале препараты из ценового диапазона «от 150 до 500 руб.» заняли 31,9% рынка. Относительно аналогичного месяца 2022 г. доля данной категории уменьшилась на 3,5%. Средневзвешенная цена составила 287 руб. (-1,6% к февралю 2022 г.).

Удельный вес сегмента лекарств со стоимостью упаковки 50-150 рублей увеличился по сравнению с февралём 2022 г. на 0,4% и составил 9,4%. Средневзвешенная цена упаковки при этом стала выше на 1,5% (95,8 руб.).



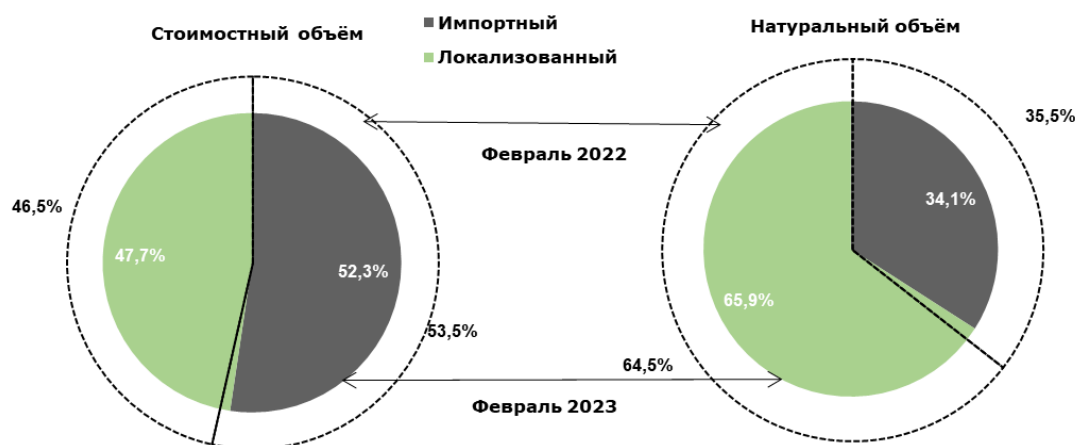
Доля дешёвых лекарственных средств с ценой до 50 рублей уменьшилась на 0,6% по сравнению с февралём 2022 г. до 1,6% в феврале текущего года. Средневзвешенная цена составила 31,9 руб. (+5,6%).

2.2. Соотношение импортных и локализованных препаратов

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

График 3

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2023 года



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

СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

Примечание: локализованные ЛП – ЛП, произведённые на территории России.

В феврале было отмечено увеличение доли локализованных препаратов по отношению к февралю предыдущего года – на 1,2% в денежном выражении и на 1,5% в натуральном. Локализованные лекарства преобладали в натуральном объёме рынка — 65,9% по итогам месяца и составили 47,7% в стоимостном объёме аптечного рынка РФ.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить снижение продаж в упаковках у импортных препаратов – на 26,1%, у локализованных лекарств количество реализованных пачек сократилось на 21,2%. Обе категории препаратов в денежном эквиваленте также демонстрируют отрицательную динамику: у препаратов, произведённых на территории России, объём продаж снизился на 14,3%, у лекарственных средств импортного производства – на 18,3%.

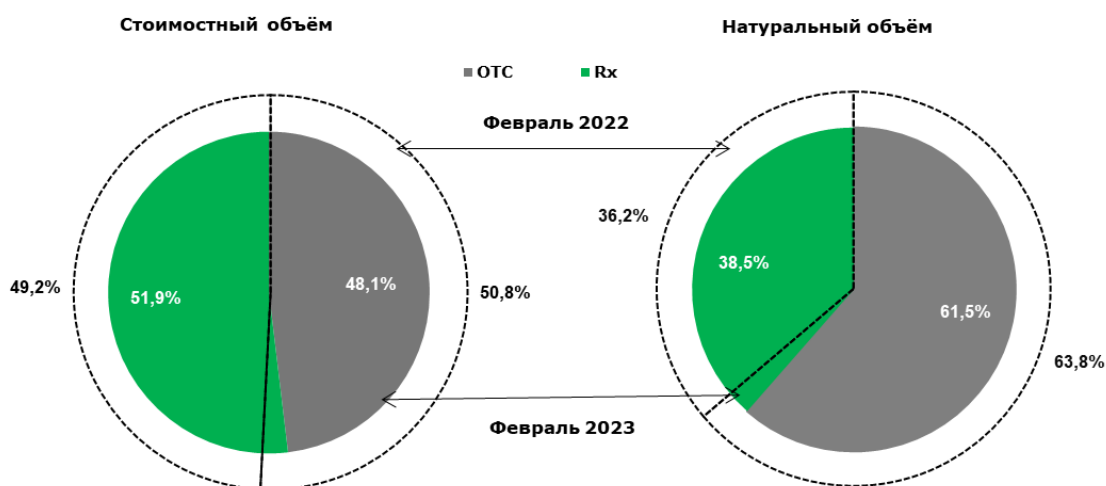
За год средневзвешенная стоимость упаковки локализованных лекарств стала выше на 8,7% и составила в феврале 225,6 руб. В то время как цена на импортные препараты стала выше на 10,6% — до 479,8 руб./упак.

2.3. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

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

График 4

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом аптечном рынке России в феврале 2023 года



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

В денежном эквиваленте рынок разделён пополам между препаратами рецептурного и безрецептурного отпуска. Доля, которую занимали безрецептурные средства в рублях, сократилась на 2,7%. Что касается натурального объёма потребления, то распределение долей между лекарствами в зависимости от типа отпуска выросло также в пользу Rx-препаратов – на 2,3%, в итоге они заняли 38,5% рынка, а OTC-средства – 61,5%.

Продажи рецептурных лекарств в феврале снизились по отношению к аналогичному периоду 2022 г. на 11,8% в рублях (-7,1 млрд руб.) и на 18% в упаковках (-27,7 млн упак.). Что касается средней цены упаковки Rx-препарата, то она стала выше на 7,5% относительно февраля 2022 г., составив 420,4 руб.

Темп снижения продаж безрецептурных лекарственных средств в феврале по отношению к февралю 2022 г. составил 20,9% (-13,1 млрд руб.). Объём реализованных пачек уменьшился на 25,8% (-70 млн упак.). Средневзвешенная цена OTC-препаратов в 1,7 раза ниже цены лекарств, отпускаемых по рецепту врача: в феврале она составила 244,4 руб./упак., что на 6,5% выше, чем в аналогичном месяце 2022 г.

2.4. Структура продаж ЛС по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в январе – феврале 2023 г. представлено в таблице 1.



Таблица 1

Соотношение долей АТС-групп I уровня в объёме аптечных продаж ЛП в России в январе – феврале 2023 года

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объёма продаж			Доля от натурального объёма продаж		
	Январь	Февраль	Изменение доли	Январь	Февраль	Изменение доли
	2023	2023		2023	2023	
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	18,6%	18,7%	0,0%	16,0%	16,0%	0,0%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	14,0%	14,1%	0,1%	13,9%	14,0%	0,1%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	13,1%	13,0%	-0,1%	17,4%	17,3%	-0,1%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	11,5%	11,6%	0,1%	14,6%	14,4%	-0,2%
J Противомикробные препараты для системного использования	8,6%	8,2%	-0,5%	8,2%	7,8%	-0,4%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	8,0%	8,1%	0,1%	8,1%	8,1%	0,0%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,1%	7,1%	0,0%	2,3%	2,4%	0,0%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	5,2%	5,3%	0,0%	7,7%	8,0%	0,2%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	4,9%	5,1%	0,1%	3,0%	3,2%	0,2%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,6%	2,6%	0,0%	2,7%	2,8%	0,1%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	2,7%	2,6%	-0,1%	1,5%	1,5%	0,0%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,9%	1,9%	0,0%	2,7%	2,7%	0,0%
V Прочие препараты	0,8%	0,9%	0,1%	0,6%	0,7%	0,0%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,5%	0,5%	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%

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

За месяц расстановка АТС-групп в рейтинге несколько изменилась. По итогам февраля максимальная доля (18,7%) в стоимостном объёме коммерческого рынка ЛП традиционно принадлежит препаратам АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». По сравнению с январём доля данной группы в общем объёме рынка практически не изменилась несмотря на снижение объёма продаж на 4,2%. Лидерами группы [A] стали: гепатопротекторные средства «Гептрал» (доля в группе 3,4% в руб.), «Урсосан» (2,4%) и «Эссенциале» (2%).



Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (-3,5% относительно января) заняли второе место по объёму продаж в феврале, их доля увеличилась на 0,1% и составила 14,1%. Ведущими брендами группы [С] являются ангиопротектор «Детралекс» (доля в группе 4,2% в руб.), препарат, влияющий на систему ренин-ангиотензин, «Эдарби» (3,9%) и бета-адреноблокатор «Конкор» (2,9%).

Третью строчку в феврале сохранили препараты, относящиеся к группе [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», доля которых уменьшилась на 0,1% и составила 13%. Объём реализации лекарств АТС-группы [R] сократился на 5,2% относительно января. Лидерами среди препаратов для лечения заболеваний респираторной системы оказались: антибиотик «Граммидин» (доля в группе 4,5% в руб.), антисептическое средство и НПВП «Стрепсилс» (3,1%) и средство лечения заболеваний носа растительного происхождения «Синупрет» (2,7%).

Объём реализации у 14 групп из 15 в феврале уменьшился по отношению к январю. Наибольший темп снижения показали следующие группы: [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (-9,4% к январю), [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (-8,1%) и [P] «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (-6,7%).

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 2022 и 2023 гг.

Соотношение аптечных продаж ЛС по АТС-группам I уровня в России в феврале 2022-2023 гг. представлено в таблице 2.

В долевым отношении в феврале по сравнению со вторым месяцем прошлого года произошли заметные сдвиги: изменение долей стоимостного объёма было в пределах $\pm 3,7\%$. Если проанализировать динамику абсолютных показателей продаж, то можно отметить снижение реализации у 13 АТС-групп.

Максимальным падением продаж отметились следующие группы: [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (-42,2% относительно февраля 2022 г.), [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (-41,9%) и [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (-29,5%).

Что касается противомикробных препаратов для системного использования, то на динамику данной группы в большей мере повлияли продажи основной подгруппы – противовирусных средств (-52,2% относительно февраля 2022 г.). Среди противовирусных препаратов в большей мере продажи сократились у брендов «Арбидол» (-78,6%), «Эргоферон» (-52,3%) и «Ингавирин» (-41,7%).

В числе ведущих иммуномодуляторов в феврале наибольший темп снижения продаж наблюдался у иммуномодуляторов [L03] (-42,9% относительно февраля 2022 г.), среди ключевых брендов заметнее всего снизилась реализация у марок «Гриппферон» (-70%), «Бронхо-Мунал» (-58,9%) и «Галавит» (-43,8%).

Решающую роль в снижении продаж препаратов, влияющих на кроветворение и кровь, сыграли: антикоагулянты «Эликвис» (-46,6% относительно февраля 2022 г.), «Ксарелто» (-37,3%) и «Клексан» (-35,9%).

Таблица 2

Соотношение долей АТС-групп I уровня в объеме аптечных продаж ЛП в России в феврале 2022-2023 годов

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объема продаж			Доля от натурального объема продаж		
	Февраль 2022	Февраль 2023	Изменение доли	Февраль 2022	Февраль 2023	Изменение доли
A Пищеварительный тракт и обмен веществ	17,9%	18,7%	0,7%	15,8%	16,0%	0,2%
C Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	13,2%	14,1%	0,9%	13,2%	14,0%	0,8%
R Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	12,5%	13,0%	0,5%	17,2%	17,3%	0,1%
N Препараты для лечения заболеваний нервной системы	10,8%	11,6%	0,8%	14,6%	14,4%	-0,2%
J Противомикробные препараты для системного использования	11,9%	8,2%	-3,7%	10,0%	7,8%	-2,2%
M Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,3%	8,1%	0,8%	7,4%	8,1%	0,7%
G Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	6,4%	7,1%	0,8%	2,0%	2,4%	0,4%
D Препараты для лечения заболеваний кожи	4,8%	5,3%	0,5%	7,5%	8,0%	0,5%
B Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	6,0%	5,1%	-0,9%	3,4%	3,2%	-0,2%
S Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,3%	2,6%	0,4%	2,3%	2,8%	0,5%
L Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	3,7%	2,6%	-1,1%	2,1%	1,5%	-0,6%
~ Препараты без указания АТС-группы	1,7%	1,9%	0,2%	2,8%	2,7%	0,0%
V Прочие препараты	0,7%	0,9%	0,2%	0,6%	0,7%	0,1%
H Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,6%	0,5%	-0,1%	0,8%	0,7%	-0,1%
P Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%

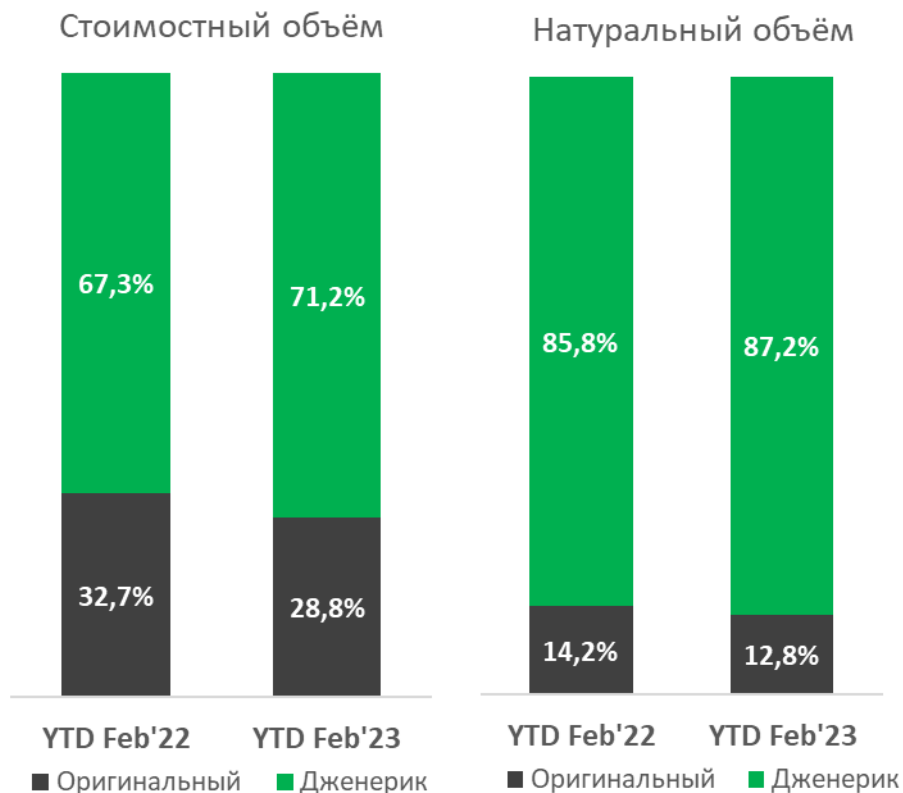
Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

2.5. Соотношение оригинальных и дженериковых лекарственных препаратов

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

График 5

Соотношение объёмов продаж оригинальных и дженериковых ЛП на аптечном рынке России в январе-феврале 2022-2023 гг.



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

В январе-феврале 2023 г. доля дженериков выросла на 3,9% в рублях и на 1,4% в упаковках по сравнению с аналогичным периодом 2022 г. Преобладание группы дженериковых лекарственных средств по-прежнему значительно — 71,2% в стоимостном выражении и 87,2% — в натуральном эквиваленте.

Около половины от объёма продаж всех дженериков по итогам первых двух месяцев 2023 г. распределена среди трёх АТС-групп – это «препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 19,8% в руб.), «препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (14,4%) и «препараты для лечения заболеваний нервной системы» (13,2%). В наименьшей степени дженериковые лекарственные средства представлены в группе «противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (0,3%).

Структура распределения оригинальных препаратов различна. В тройку наиболее востребованных АТС-групп вошли: «препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (доля 17% в руб.), «препараты, влияющие на пищеварительный



тракт и обмен веществ» (15,8%) и «препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (11,7%).

Более заметное переключение с оригинальных на дженериковые препараты отмечено у АТС [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (+11,5%) и [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (+5,7%). А вот у гормональных препаратов для системного использования (исключая половые гормоны) (+9,5%) и противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов (+3%), наоборот, растёт доля оригинальных препаратов.

В разрезе АТС-классификатора есть группы с преобладанием дженериковых препаратов: так, например, наибольшую долю дженерики по сравнению с оригинальными препаратами занимают на рынке препаратов без указания АТС-группы (99,3%) и противопаразитарных препаратов, инсектицидов и репеллентов (94%). Оригинальные средства занимают наибольшую долю в продажах препаратов, влияющих на кроветворение и кровь (67,3%), и лекарств для лечения заболеваний урогенитальных органов и половых гормонов (40%).



3. Лидеры среди производителей лекарственных препаратов

В феврале аптеки реализовали лекарственные препараты производства 706 фармацевтических компаний.

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

Таблица 3

ТОП-10 производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2023 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостный объём, млн руб.	Доля	Прирост Февраль 2023 / Январь 2023
Январь 2023	Февраль 2023				
1	1	Bayer	4 060,4	4,0%	-2,8%
3	2	Stada	3 709,5	3,6%	-3,6%
2	3	Отисифарм	3 347,2	3,3%	-13,9%
4	4	Abbott	3 085,1	3,0%	-4,6%
6	5	Servier	3 062,7	3,0%	-1,6%
5	6	Sanofi	2 983,3	2,9%	-6,3%
7	7	Teva	2 779,8	2,7%	-8,0%
8	8	KRKA	2 772,0	2,7%	-6,3%
9	9	GlaxoSmithKline	2 721,6	2,7%	-8,0%
11	10	Novartis	2 449,7	2,4%	-5,4%
Итого:			30 971,2	30,2%	

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

СМК соответствует требованиям **ISO 9001:2015**

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

Состав ТОП-10 компаний-производителей, лидирующих по стоимостному объёму продаж на коммерческом рынке ЛП, заметно изменился относительно января в плане расстановки компаний. Помимо этого, в рейтинг вошёл один новый игрок – компания Novartis (+1 строчка), занявшая 10-е место.

Немецкая корпорация Bayer (доля 4% в руб.) в феврале расположилась на первой строчке. Объём реализации производителя по сравнению с январём сократился на 2,8%. Семь ведущих брендов фирмы из десяти показали отрицательную динамику. Среди них наибольший темп снижения был отмечен у контрацептивных средств «Джес» (-8% относительно января) и «Ярина» (-7,7%), а также у средства для лечения геморроя «Релиф» (-5,6%). В портфеле производителя была и «растущая» группа препаратов. Речь идёт о следующих марках: антацидное средство «Ренни» (+25,6%), витаминно-минеральные комплексы «Супрадин» (+7,3%) и стимулятор репарации тканей «Терафлекс» (+5,2%).

На вторую позицию рейтинга поднялась компания Stada (доля 3,6% в руб.). Снижение продаж на 3,6% в большей мере произошло за счёт падения спроса на противоконгестивное средство «Ксимелин» (-10,8% относительно января), комбинированный противомикробный препарат «Левомеколь» (-7,6%) и средство лечения геморроя «Гепатромбин» (-5,9%). При этом спрос вырос на стимулятор репарации тканей



«Артра» (+9,8%), противоконгестивное средство «Снуп» (+8,4%), регулятор кальциево-фосфорного обмена «Кальций-Д3» (+6,2%).

Отечественный производитель «Отисифарм» (доля 3,3% в руб.) в феврале переместился на третье место, продемонстрировав максимальный темп снижения объема реализации – на 13,9%. «Хиты» фирмы (входят в ТОП-10), которые отметились наибольшим падением потребления: противовирусное средство «Арбидол» (-18,9% относительно января), серия лекарственных препаратов от кашля «Коделак» (-17,4%) и анксиолитическое средство «Афобазол» (-17%). Прирост из первой «десятки» показали только МИБП-эубиотик «Аципол» (+12,1%) и глазные капли и витамины для поддержки зрения под маркой «Тауфон» (+5,2%).

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

Таблица 4

ТОП-10 фирм-производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2023 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостный объём, млн руб.	Доля	Прирост Февраль 2023 / Февраль 2022
Февраль 2022	Февраль 2023				
2	1	Bayer	4 060,4	4,0%	-24,6%
3	2	Stada	3 709,5	3,6%	-8,9%
1	3	Отисифарм	3 347,2	3,3%	-50,4%
6	4	Abbott	3 085,1	3,0%	-15,8%
9	5	Servier	3 062,7	3,0%	-9,0%
4	6	Sanofi	2 983,3	2,9%	-26,1%
8	7	Teva	2 779,8	2,7%	-19,7%
11	8	KRKA	2 772,0	2,7%	-10,7%
7	9	GlaxoSmithKline	2 721,6	2,7%	-24,4%
5	10	Novartis	2 449,7	2,4%	-39,0%
Итого:			30 971,2	30,2%	

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

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

Общая доля компаний, входящих в ТОП-10, в феврале составила 30,2% от стоимостного объёма продаж препаратов на всём коммерческом аптечном рынке ЛП, при этом в натуральном выражении эти производители занимают долю ниже — 22%.

Рейтинг возглавила немецкая корпорация Bayer, продажи фирмы за год снизились на 24,6%. Доля компании на рынке уменьшилась на 0,4% и составила 4% по итогам февраля. Компания Stada поднялась на 2-е место с 3-го несмотря на снижение объёма реализации на 8,9%. Вес производителя на рынке увеличился на 0,3% до 3,6%. На третье место опустился лидер прошлого года – отечественная фирма «Отисифарм» (доля заметно уменьшилась – на 2,2% до 3,3%), которая показала наибольшее снижение объёма реализации относительно февраля прошлого года – на 50,4%.



У всех производителей наблюдается отрицательный прирост. Наибольшее сокращение объёма потребления принадлежит компаниям: «Отисифарм» (-50,4% и -2 строчки), Novartis (-39% и -5 мест), Sanofi (-26,1% и -2 строчки).

4. Препараты–лидеры продаж

ТОП-20 брендов ЛП по объёму аптечных продаж в РФ в феврале представлен в таблице 5.

Таблица 5

ТОП-20 брендов ЛП по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2023 года

Рейтинг		Бренд	Стоимостный объём, млн руб.	Доля	Прирост Февраль 2023 / Январь 2023
Январь 2023	Февраль 2023				
1	1	Ксарелто	1 063,6	1,0%	-1,8%
3	2	Эликвис	881,7	0,9%	-3,6%
4	3	Ингавирин	788,9	0,8%	-6,3%
2	4	Арбидол	764,2	0,7%	-18,9%
5	5	ТераФлю	705,6	0,7%	-6,4%
6	6	Гептрал	655,2	0,6%	-2,0%
7	7	Детралекс	611,5	0,6%	-4,3%
10	8	Граммидин	607,2	0,6%	6,6%
8	9	Нурофен	605,4	0,6%	4,1%
9	10	Эдарби	557,9	0,5%	-2,6%
12	11	Мексидол	525,3	0,5%	2,4%
11	12	Пенталгин	473,6	0,5%	-14,3%
14	13	Урсосан	459,8	0,4%	-3,0%
17	14	Фемостон	439,1	0,4%	-2,9%
13	15	Нимесил	437,4	0,4%	-14,1%
22	16	Актовегин	420,8	0,4%	5,2%
19	17	Канефрон	418,8	0,4%	-0,6%
16	18	Конкор	418,0	0,4%	-9,6%
20	19	Кардиомагнил	414,0	0,4%	1,9%
25	20	Стрепсилс	409,6	0,4%	5,8%
Итого:			11 657,6	11,4%	

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

Общая доля препаратов ТОП-20 так же, как и в январе, составила 11,4% от всего коммерческого аптечного рынка ЛП. В феврале рейтинг сильно изменился по отношению к предыдущему месяцу, вошли два новых бренда: стимулятор репарации тканей «Актовегин» (+6 мест) и антисептическое средство и НПВП «Стрепсилс» (+5 мест).

Лидером по итогам февраля стал антикоагулянт «Ксарелто» (-1,8% относительно января) от компании Bayer. Ещё один антикоагулянтный препарат «Эликвис» (-3,6%) от корпорации Pfizer поднялся на 2-ю строчку с 3-го места. Третья строчка – у



противовирусного средства «Ингавирин» (-6,3%) производства «Валента Фарм». Тройку лидеров покинул бренд «Арбидол», переместившись на 4 позицию.

Большинство препаратов ТОП-20 (14 брендов) показали отрицательную динамику. Максимальный темп снижения был отмечен у противовирусного средства «Арбидол» (-18,9%), анальгетика «Пенталгин» (-14,3%) и нестероидного противовоспалительного препарата «Нимесил» (-14,1%).

Продажи в большей мере выросли у препаратов: «Граммидин» (+6,6%), «Стрепсилс» (+5,8%) и «Актовегин» (+5,2%).

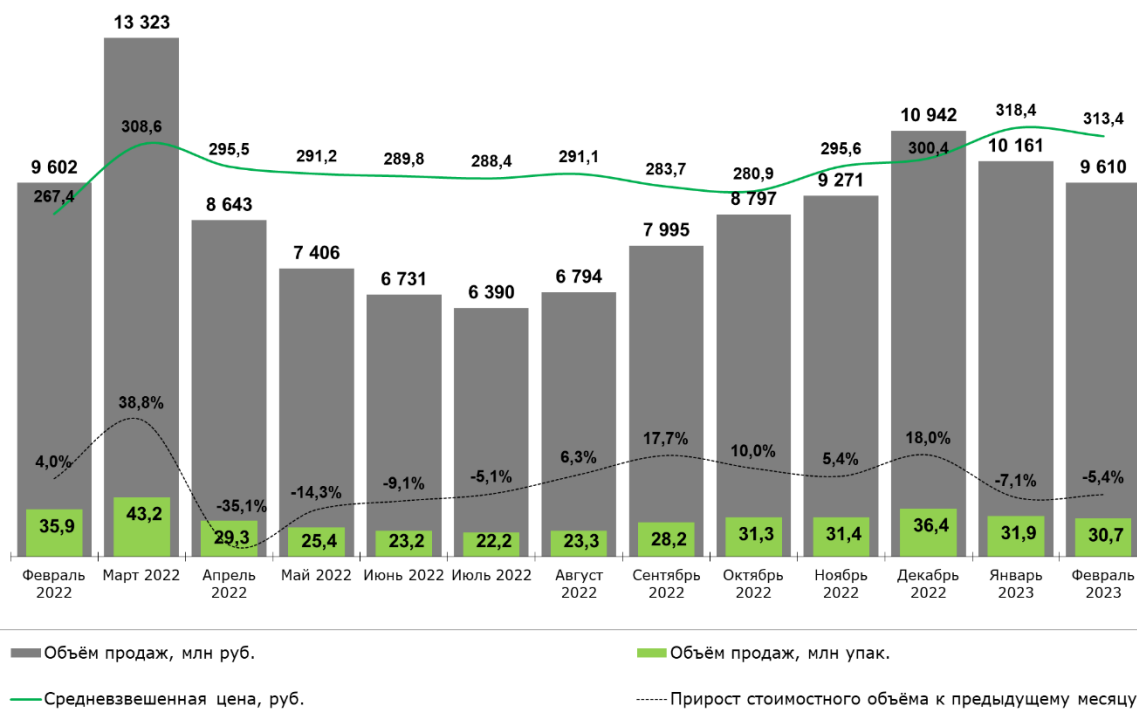
5. Биологически активные добавки

В феврале аптечные организации России реализовали свыше 2 800 брендов биологически активных добавок от 965 производителей.

На графике 6 отражена динамика объёма аптечного рынка БАД России с февраля 2022 г. по февраль 2023 г.

График 6

**Аптечный рынок БАД России
февраль 2022 года – февраль 2023 года**



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

При сравнении с январём объём реализации биодобавок упал на 5,4% в стоимостном выражении и на 3,9% в натуральных единицах измерения. Ёмкость российского рынка БАД в феврале составила 30,7 млн упак. на сумму 9,6 млрд руб.

В феврале средневзвешенная цена упаковки БАД была равна 313,4 руб., что на 1,5% ниже, чем месяцем ранее.

По итогам первых двух месяцев 2023 г. коммерческий рынок БАД вырос в рублях на 5% относительно аналогичного периода 2022 г. и составил 19,8 млрд руб. В упаковках за этот же период ёмкость рынка уменьшилась на 12,2% — до 62,6 млн упак.

В таблице 6 представлены производители БАД с наибольшим объёмом аптечных продаж в России в феврале.

В феврале рейтинг производителей на аптечном рынке БАД заметно изменился по сравнению с аналогичным периодом 2022 г., в ТОП-10 вошёл новый игрок – компания



Dr.Reddy's (+2 строчки). Шесть из десяти ведущих производителей биодобавок продемонстрировали падение объема реализации.

Таблица 6

ТОП-10 производителей БАД по стоимостному объему продаж в России в феврале 2023 года

Рейтинг		Производитель	Стоимостный объем, млн руб.	Доля	Прирост Февраль 2023 / Февраль 2022
Февраль 2022	Февраль 2023				
1	1	Эвалар	1 353,6	14,1%	-7,1%
2	2	Solgar	745,3	7,8%	1,9%
3	3	PharmaMed	547,6	5,7%	5,5%
4	4	Квадрат-С	480,7	5,0%	27,2%
6	5	ВТФ	305,2	3,2%	4,3%
5	6	Unipharm	269,3	2,8%	-22,8%
7	7	Stada	248,8	2,6%	-11,9%
10	8	Мирролла	210,5	2,2%	-6,1%
8	9	Queisser Pharma	200,1	2,1%	-22,2%
12	10	Dr.Reddy's	196,0	2,0%	-0,5%
Итого:			4 557,1	46,9%	

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

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

Традиционно ведущим производителем БАД является компания «Эвалар» с долей 14,1% в рублях (объем продаж производителя уменьшился на 7,1%). Снижение продаж российской корпорации обеспечили: линейка шипучего витамина С «Эвалар Витамин С» (-69,6% к февралю 2022 г.), добавка, нормализующая процессы возбуждения и торможения в ЦНС, «Формула Спокойствия» (-35,8%) и БАД, применяемый при заболеваниях печени и желчного пузыря, «Овесол» (-24,1%). При этом на добавку, применяемую при сахарном диабете, «Олиджим» (+409,4%), метабиотик, способствующий уменьшению количества Хеликобактер пилори и поддерживающий баланс микрофлоры желудка, «Хелинорм» (+140,9%) и на линейку Gross Hertz (+115,8%) спрос заметно вырос.

Второе место – у американского производителя Solgar (доля на рынке 7,8% в руб.), в феврале объем реализации компании увеличился на 1,9%. У компании всего один бренд – Solgar, который имеет целую серию биологически активных добавок с широким спектром действия: от БАД, действующих на организм в целом, до добавок, поддерживающих функционирование отдельных систем органов. В конце зимы продажи семи из десяти основных торговых наименований компании сократились. Наибольшее снижение было отмечено у добавок к пище «Solgar Пиколинат Цинка» (-47,4% к февралю 2022 г.) и «Solgar Эстер-С Плюс Витамин С» (-36,6%) для поддержания иммунитета и БАД «Solgar Витамин D3» (-37,5%), рекомендуемого в качестве дополнительного источника витамина D. При этом в портфеле компании присутствует и «растущая» группа биодобавок. Максимальный прирост продемонстрировали позиции, рекомендуемые производителем в



качестве дополнительного источника магния – «Solgar Цитрат Магния» (+81%) против стресса, железа – «Solgar Джентл Айрон Легкодоступное Железо» (+21,7%) для женского здоровья и мультивитамины для детей в жевательных таблетках «Solgar Кангавитес Комплексная Формула Мультивитамины/Минералы» (+50,4%).

Третью позицию занимает канадский производитель PharmaMed (доля 5,7% в руб.), объём реализации компании увеличился на 5,5%. Портфель фирмы включает в себя 8 брендов, и на пять из них вырос спрос относительно второго месяца прошлого года. Самый высокий темп прироста показали: добавка для коррекции веса «Диет Формула» (+13% к февралю 2022 г.), мульти-пробиотик для нормализации микрофлоры в кишечнике под маркой «Бак-Сет» (+12,8%) и серия средств от запора, для снижения веса, уровня холестерина и при отравлениях «Фитомуцил» (+7,9%). Однако линейки добавок для мужского и женского здоровья показали существенное падение реализации: «Мен'с Формула» (-18,6%), «Ледис Формула» (-9,8%), «СпермаАктин Форте» (-7,1%).

Основные изменения в рейтинге коснулись следующих производителей:

- Самую высокую положительную динамику продемонстрировал производитель с высокой долей СТМ в своём портфеле – компания «Квадрат-С» (+27,2%), расположившаяся в рейтинге на 4-й строчке. У фирмы достаточно широкий портфель – включает 73 бренда (в феврале 2022 г. было 54 марки). Основное влияние на рост объёма продаж оказали марки Tetralab, «Пробиофиактив» и «Апрель».
- В феврале продажи заметнее всего упали у корпорации Unipharm (-22,8%), которая расположилась на 6-й строчке (-1 позиция в рейтинге за год). У производителя товарная линейка биодобавок была представлена 12 брендами. Наибольшее сокращение объёма потребления принадлежит добавке, нормализующей процессы возбуждения и торможения в ЦНС, «Найтвелл» (-99,7% к февралю 2022 г.); мультипробиотику «Лактобаланс» (-38,4%); БАД, применяемому при воспалительных заболеваниях желудка и/или кишечника, «Гастрарекс» (-31,8%). При этом заметно вырос спрос на новинки: марку, включающую средства при заложенности носа и при заболеваниях горла, «Грипмакс» и добавку, улучшающую состояние кожи, волос и ногтей (БАД «для красоты»), под брендом «Эланс».
- За счёт снижения продаж на 22,2% компания Queisser Pharma опустилась на 9-ю строчку с 8-й. У производителя в ассортименте всего одна марка – линейка разнонаправленных продуктов «Доппельгерц».

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

Перечень брендов БАД, вошедших по итогам февраля в ТОП-20, сильно изменился относительно февраля 2022 г. (+5 новых позиций), так же как заметно поменялось и расположение брендов.

Рейтинг по-прежнему возглавляет бренд «Эвалар» (доля 12,8% в руб.) от российского производителя «Эвалар», несмотря на снижение реализации на 10,2%. На второй строчке – линейка Solgar (7,8%) от одноимённого производителя с приростом 1,9% к февралю прошлого года. Замыкает тройку лидеров в этом месяце с долей 2,9% мульти-пробиотик нового поколения для взрослых и детей под маркой «Бак-Сет» (+12,8% и +1 место) компании PharmaMed.

Таблица 7

ТОП-20 брендов БАД по стоимостному объёму продаж в России в феврале 2023 года

Рейтинг		Бренд	Производитель	Стоимостный объём, млн руб.	Доля	Прирост Февраль 2023 / Февраль 2022
Февраль 2022	Февраль 2023					
1	1	Эвалар	Эвалар	1 232,1	12,8%	-10,2%
2	2	Solgar	Solgar	745,3	7,8%	1,9%
4	3	Бак-Сет	PharmaMed	274,3	2,9%	12,8%
3	4	Доппельгерц	Queisser Pharma	200,1	2,1%	-22,2%
5	5	Детримакс	Unipharm	181,4	1,9%	-24,4%
8	6	Фемибион	Dr.Reddy's	168,0	1,7%	-3,7%
6	7	Максилак	Биннофарм Групп	164,6	1,7%	-30,5%
9	8	Витрум	Stada	145,9	1,5%	0,0%
7	9	Витамир	Квадрат-С	145,7	1,5%	-16,9%
73	10	Импловит	Нео-Фарм	111,0	1,2%	406,9%
12	11	Витамишки	PharmaMed	110,8	1,2%	3,7%
10	12	ВТФ	ВТФ	101,1	1,1%	-19,6%
15	13	Natures Bounty	The Bountiful Company (NBTY)	95,8	1,0%	12,1%
17	14	Будь Здоров!	Разные	91,3	1,0%	32,5%
11	15	Мирролла	Мирролла	81,4	0,8%	-26,9%
new	16	Апрель	Разные	81,3	0,8%	new
18	17	Фитомуцил	PharmaMed	74,2	0,8%	7,9%
27	18	Consumed	Разные	71,0	0,7%	45,3%
26	19	UltraVit Supplements	VP Laboratory	69,0	0,7%	38,5%
24	20	Bificin	Спектрум	67,1	0,7%	22,8%
Итого:				4 211,5	43,8%	

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

В ТОП-20 вошло 5 новых брендов, три из которых относятся к СТМ. Речь идёт о марках: «Импловит» (+406,9% и +63 строчки) от компании «Нео-Фарм», «Апрель» (new) и Consumed (+45,3% и +9 строчек), которые выпускают несколько производителей.

Витамины и пищевые добавки под маркой UltraVit Supplements (+38,5%) в феврале вошли в рейтинг на 19 место (+7 строчек за год). Данный бренд выпускает компания VP Laboratory.

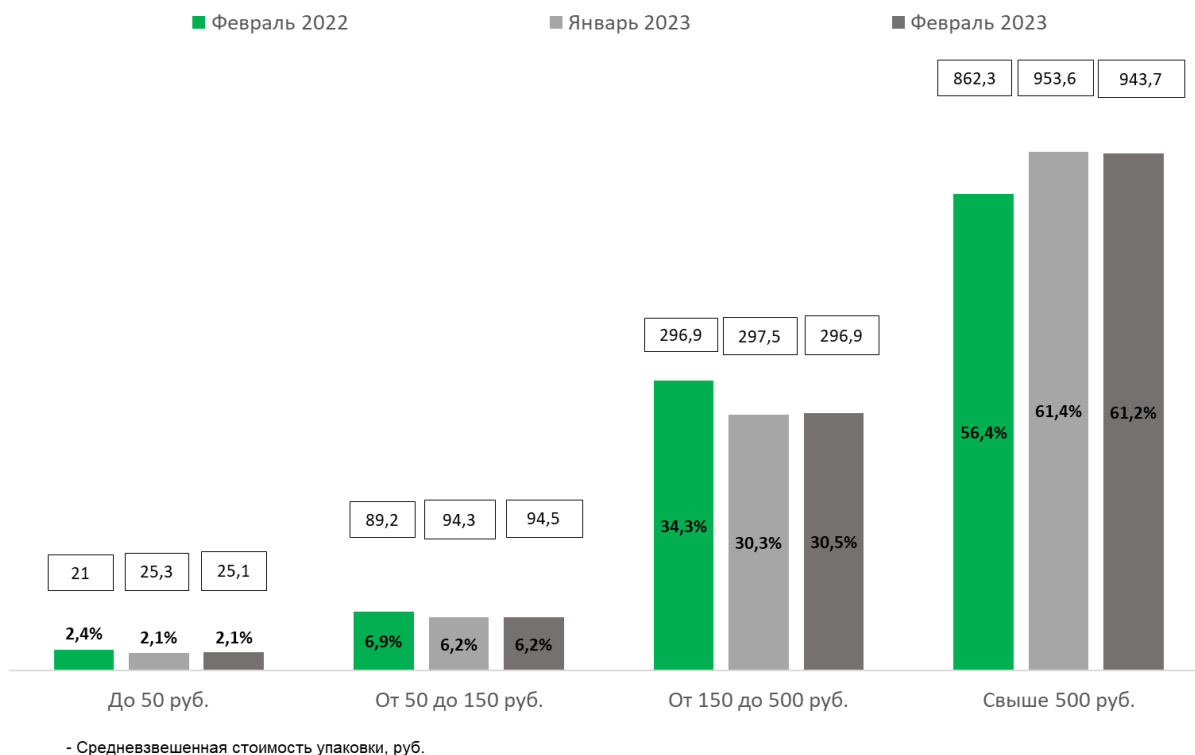
Во втором месяце 2023 г. 20-ю строчку занял синбиотик от компании «Спектрум» под брендом Bificin (+4 места) благодаря увеличению продаж на 22,8%.

12 БАД, вошедших по итогам февраля в ТОП-20 брендов, показали увеличение продаж относительно аналогичного месяца прошлого года.

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

График 7

Структура разных ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке БАД России (в стоимостном выражении) в феврале 2023 года



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

Структура продаж по ценовым сегментам БАД изменилась в пользу БАД из ценовой категории «свыше 500 руб.». Вес группы дорогостоящих биодобавок в феврале вырос на 4,8% по сравнению с февралём 2022 г. и составил 61,2%. Средневзвешенная цена биологически активной добавки из высокого ценового сегмента составила 943,7 руб./упак. (+9,4% относительно февраля 2022 г.).

Доля биодобавок из ценового диапазона от 150 до 500 рублей в феврале сократилась до уровня 30,5%, что на 3,8% меньше удельного веса группы в феврале 2022 г. Средняя цена в категории составила 296,9 руб./упак., как и годом ранее.

Уменьшилась на 0,7% относительно февраля 2022 г. доля сегмента БАД со средней стоимостью упаковки 50-150 рублей (6,2%). Средняя стоимость упаковки при этом стала выше на 5,9% относительно февраля прошлого года (94,5 руб.).

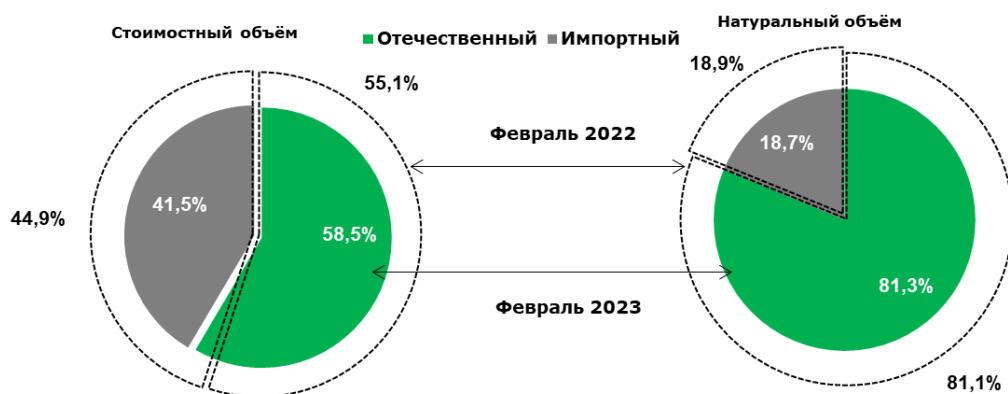
Доля БАД нижнего ценового сегмента в феврале относительно второго месяца 2022 г. сократилась на 0,3%, составив 2,1%. Средняя стоимость упаковки стала выше относительно февраля прошлого года на 19,1% до 25,1 руб./упак.

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 феврале 2023 года



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

Структура продаж биодобавок по происхождению за год изменилась в пользу отечественных производителей на 3,5% в рублях и на 0,1% в упаковках. Российские биодобавки удерживают превосходство на рынке с долей 81,3% в упаковках и 58,5% в рублях по итогам февраля.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить снижение продаж у обеих категорий в натуральном объёме: реализация импортных добавок в феврале к аналогичному месяцу 2022 г. сократилась на 15,3%, отечественных БАД – на 14,5%. Объём потребления в рублях у зарубежных биодобавок уменьшился на 7,6%, а реализация отечественных БАД, наоборот, возросла на 6,4%.

Если в среднем одна упаковка российской добавки к пище отпускалась в аптеках по 225,6 руб. (+24,3% к февралю 2022 г.), то упаковка импортной добавки стоила 695,3 руб. (+9,1%).



II. События фармацевтического рынка

Данный раздел посвящён значимым событиям, произошедшим на российском фармацевтическом рынке в марте 2023 г.

В марте стартовал пилотный проект по дистанционной продаже рецептурных препаратов в трёх регионах, он продлится 3 года. Также был опубликован перечень документов необходимых аптекам для онлайн-продажи рецептурных средств.

1. Законодательные новости

1. В Ставропольском крае введут систему электронных рецептов на препараты

В Ставропольском крае начали внедрять систему электронных рецептов на лекарственные препараты. Для подключения к сервису «Электронный рецепт» необходимо, чтобы медицинские организации зарегистрировались в федеральном реестре, также к сервису должны подключиться и аптеки. Для получения препарата покупателю будет нужно предъявить специальный QR-код и документ, удостоверяющий личность.

Источник: «ТАСС».

2. Фонд помощи детям с орфанными заболеваниями «Круг добра» расширил перечень заболеваний для оказания помощи

Фонд помощи детям с орфанными заболеваниями «Круг добра» добавил в перечень заболеваний для оказания помощи новые нозологии. В начале марта в список добавили 7 новых нозологий: синдромы врождённой костномозговой недостаточности; гемоглобинопатии (бета-талассемия и др.); приобретённая идиопатическая апластическая анемия; нарушения обмена глюкозамингликанов; остеопетроз; PROS – спектр синдромов избыточного роста, ассоциированных с мутацией PIK3CA; хронический гепатит С.

Источник: «Фармацевтический Вестник».

3. Маркировка добавок к пище может быть введена уже с октября 2023 года

В пилотном проекте по нанесению маркировки участвовали порядка 500 производителей и импортёров БАД. Тестировались как разные виды упаковок, так и три способа нанесения кода маркировки.

Обязательную маркировку биодобавок планируется ввести уже в октябре 2023 г. Введение будет происходить поэтапно в течение нескольких лет. В соответствии с документом, разработанным Минпромторгом, с 1 сентября 2023 г. начинается регистрация в информационной системе маркировки, с 1 октября производители и импортёры должны будут начать маркировать товар, а с 1 марта 2024 г. станет обязательной фиксация кода маркировки при розничной продаже.

Источник: «GxP News».

4. Минздрав рекомендует внести лекарственные средства в эксперимент по борьбе с продажей просроченных товаров

Минздрав предлагает включить лекарственные препараты в эксперимент, исключающий техническую возможность продажи просроченных или контрафактных



товаров, который проводит оператор системы маркировки (срок проведения: 1 февраля – 1 августа 2023 г.). Стоит отметить, что доля просроченных препаратов в обороте фармацевтической розницы составляет менее 0,5%.

Источник: «РБК».

5. Опубликован список необходимых документов для дистанционной торговли рецептурными препаратами

Был опубликован проект приказа Росздравнадзора об утверждении перечня документов, необходимых аптекам для дистанционной продажи рецептурных препаратов. Согласно списку, организации должны будут предоставлять сведения о наличии специально оборудованных помещений для хранения, курьерской службы, сайта и электронной системы платежей.

Источник: «Фармацевтический Вестник».

6. Процедуру госзакупок хотят упростить

В Государственную Думу был внесён законопроект, предусматривающий корректировку процедуры госзакупок с целью сократить и упростить проведения тендеров. Изменения планируется внести в Федеральный закон № 44-ФЗ от 05.04.2013 г. Предлагается увеличить лимиты начальной максимальной цены контракта (НМЦК) по запросам котировок с 3 до 10 млн руб. Кроме того, в документе допускается использование товарных знаков при закупках медицинской продукции по жизненным показаниям.

Источник: «Фармацевтический Вестник».

2. Новости производителей

1. Инвестиции в производство жизненно важных лекарств в Дубне вырастут в 1,7 раза

Резидент ОЭЗ «Дубна» в Московской области – компания ООО «ПСК Фарма» (ГК Rus Biopharm) вложит дополнительно 2 млрд руб. в разработку технологий и организацию производства жизненно важных лекарств для терапии болезней органов дыхания, онкологии, сердечно-сосудистых заболеваний, ревматоидного артрита и аутоиммунных заболеваний. Таким образом, показатель инвестиций увеличился с 3 до 5 млрд руб.

Реализация проекта также позволит наладить разработку и производство препаратов для лечения гиперфосфатемии у взрослых пациентов с хронической почечной недостаточностью, терапии ИТП (идиопатической тромбоцитопенической пурпуры). Вместе с тем 3 продукта в 2-х различных лекарственных формах будут производиться по полному циклу, включая синтез АФИ.

Источник: «mii.mosreg.ru».

2. «Промомед» запланировал несколько инвестиционных проектов

ГК «Промомед» запланировала несколько инвестиционных проектов на территории своего предприятия «Биохимик» в Мордовии. Компания начала строительство цеха по выпуску препаратов против рака, инвестировав в организацию производства 4,7 млрд руб. Помимо этого, «Промомед» намерен осуществить ещё два проекта: запуск производства активных фармацевтических субстанций с мощностью 340 тонн в год на 150 видов (объём вложений составит 3,5 млрд руб.) и ввод в эксплуатацию участка по производству



лекарственных препаратов в виде лиофилизатов с мощностью более 4 млн флаконов в год (инвестиции оцениваются в 1,2 млрд руб.).

Источник: «GxP News».

3. Новости аптечных сетей

1. Маркетплейс «Здравсити» завершил интеграцию с платформой Ozon

Онлайн-ресурс «Здравсити» (проект дистрибьюторского сегмента ГК «Протек») стал поставщиком товаров аптечного ассортимента на платформе Ozon: каталог включает порядка 5 тыс. наименований препаратов, в том числе до 70% рецептурных. В рамках партнёрства маркетплейс Ozon станет витриной для продажи лекарственных средств. Проект реализован в формате самовывоза заказов из партнёрских аптек «Здравсити».

Источник: «Фармацевтический Вестник».



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 организация конференций и корпоративных мероприятий (MICE).

Штат компании – это более 60 профессионалов в области фармацевтики, маркетинга, рекламы и организации мероприятий. Экспертное мнение специалистов DSM Group высоко ценится в фармацевтической среде и деловых кругах.

ИССЛЕДОВАНИЯ

- Ежемесячный розничный аудит фармрынка РФ у вас через 21 день **(СМК соответствует требованиям ISO 9001:2015)**
- E-Commerce
- Еженедельный розничный аудит
- Сегментация продаж по кластерам аптек
- Пенетрация
- Аудит товарных остатков
- Аптечная база
- База врачей
- Field Force Targeting
- Дистрибьюторский аудит
- Госпитальный аудит
- ВЗН, ОНЛС, РЛО, Орфанные
- Импорт & Экспорт
- Ежемесячный анализ ёмкости рынка, тенденции и прогнозы
- Ad-hoc исследования

РЕКЛАМА

- Сувенирная продукция
- Полиграфия
- Дизайн и разработка фирменного стиля
- POSM

MICE

- Цикловые, Конференции, Events
- Тимбилдинги
- Гибрид (online + offline)
- Регаты (Яхтинг)
- Застройка стендов

ИД «Стриж Медиа»

- Газета «Фармация и Медицина»
Доставка в 30 000 Аптек
- ФМ LIFE портал для провизоров

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, ул. Правды, д.8, корп.7
Телефон: 8 (495) 780-72-63/64

www.dsm.ru
www.dsmgifts.ru