



Основные характеристики развития российского фармрынка в 2010 году. Прогнозы.

Николай Демидов

Генеральный директор
ЦМИ «Фармэксперт»



Содержание

Регулирование рынка в РФ

Цифры фармрынка РФ в 2010 г.

Прогнозы для рынка в 2010-2014гг.



Регулирование рынка и государственные инициативы по развитию российской фармпромышленности

События 2010

Перспективы 2011-2014

● **новое регулирование цен на ЖНВЛС***

- более 500 МНН, более 1100 торговых марок
- регистрации цен производителя
- расчет потребительской цены с фиксированной наценкой к цене производителя (дист+розница)

Дата вступления
в силу:
1 апреля 2010



- снижение цен в товаропроводящей цепочке
- снижение маржинальности
- темпы роста в секторе стали ниже в 4 раза
- рост продаж в натуральном выражении
- сокращение вторичной дистрибуции
- снижение доли рынка с 33% в марте 2010 до 30% в августе 2010

*ЖНВЛС – жизненно важные и важнейшие лекарственные средства

● Закон «Об обращении ЛС»

- изменение требований к маркировке упаковки
- изменение условий регистрации
- детализация требований к процедуре клинических исследований (КС) – обязательное проведение КС в РФ

Дата вступления
в силу:
1 сентября 2010



- паника среди производителей во 2м квартале, вызванная отсутствием разъяснений
- создание запасов до конца года
- неразбериха с процедурой регистрации
- спешные дополнения к закону

*ЖНВЛС – жизненно важные и важнейшие лекарственные средства

Почему ЛС регистрируют как БАД?

Статус БАД делает ТМ препарат более конкурентоспособным

короткая и дешевая процедура регистрации

отсутствие ограничений при ценообразовании

меньше ограничений при продвижении

перспектива принятия закона «Об охране здоровья граждан»

до 2010 г.

после 2010 г.

Ожидаемая дата
вступления в силу:
1 января -
сентябрь 2011г.

Дженериковые
компании – *как
жить дальше?*

Инновационные
компании –
очевидно меньше
минусов
(продвижение
меньше зависит
от медрепов)

● Закон «Об охране здоровья граждан»

- ограничение визитов к врачу
- запрет приглашения врачей на развлекательные мероприятия и ограничения для участия в конференциях
- запрет стимулирования выписки
- ограничения стимулирования продаж в аптеке
- запрет распространения образцов



- ограничение доступа к врачам на рабочем месте на усмотрение руководителей клиник
- изменение схемы визита
- смещение направления продвижения на не прямые каналы коммуникации – реклама в проф. прессе и пиар, интернет, спонсорство
- развитие новых схем организации конференций через посредников (некоммерческие организации)
- повышение роли локальных KOL

- **относительная мягкость формулировок актуального законопроекта**
- **контакты фармкомпаний с врачебным сообществом не запрещены**
 - *уже неплохо, учитывая жесткий характер ряда инициатив*
 - сохраняется возможность для визитов и персональных встреч
 - сократится временно, потом восстановится
- **многие формулировки законов уже давно стали нормой внутренних этических кодексов мультинациональных компаний**
 - подарки и т. д.
 - соглашения о выписке
 - распространение образцов
- **распространение профессиональных материалов – брошюр, буклетов и т. д. – с информацией о препаратах не запрещено**
 - *остается надеяться, что они не будут признаны слишком дорогими подарками*
- **ответственность предусмотрена действующими статьями уголовного и административного кодекса**
 - *фактически «привлечь» могут по статье за взятку . Внесение специально «под закон» изменений и дополнений в Административный и Уголовный кодексы потребует переработки большого числа действующих законов.*

На сентябрь 2010 года 15 регионов объявили о создании фармкластеров

Участники фармкластеров

Никомед (Ярославская обл.), Хемофарм, Берлин-Хеми, Тева (Калужская обл.), Герофарм, Биокад, Самсон-Мед (СПб), Химрар, Фармстандарт, Рош, Протек (Мос. Область, Химки), Биннофарм (Зеленоград)...

● Развитие фарм-кластеров

- › политическая воля для инновационной идеи
- › соревнование регионов за часть государственного финансирования
- › цель – разработка и производство инновационных лекарств



- › создание в 2012-14 гг. не менее 8 новых производственных площадок
- › вывод на рынок новых препаратов российского происхождения – после 2014 г.
- › повышение вероятности ввода страхования и расширения гос. программ
- › смешивание дженериковой и инновационной модели
 - › инновационный голод
 - › кадровый голод
 - › инвестиционный голод
 - › внутренняя конкуренция кластеров

Что такое кластер «по-русски»?

- **Кластер**—это отраслево-территориальное добровольное объединение предпринимательских структур, которые тесно сотрудничают с научными учреждениями, общественными организациями и органами местной власти с целью повышения конкурентоспособности собственной продукции и содействия экономическому развитию региона.

Цели и роль государства

- Модернизация
- Развитие научной базы
- Снижение зависимости от импорта
- Локализация иностранных фармкомпаний
- Стимулы
- Гарантии

Российские компании идут в кластеры потому что:

- Государственные гарантии
- Поиск финансирования
- Льготы
- Доступ к технологиям, ноу-хау
- Партнерство с иностранными компаниями

Иностранные компании идут в кластеры потому что:

- Инвестиции в растущий рынок
- Статус локального производителя
- Важность российского рынка для бизнеса компании
- Доступ к рынку государственных закупок

● Введение GMP

- обязательное соответствие Евро-GMP
- изменение требований к лицензированию производств
- изменение требований к регистрации ЛС
- требования GMP для всех препаратов



- повышение цен на российские препараты
- снижение доли традиционных препаратов
- расширение предложения российских препаратов
- экспортные возможности для российских препаратов

Ожидаемая дата
вступления в силу:
1 января 2014г.

● Введение страховой медицины

- › широкий доступ населения к «бесплатным» медикаментам
- › привлечение частных страховых компаний
- › развитие и внедрение понятия «взаимозаменяемых» лекарств
- › введение в практику стандартов лечения



- › скачок роста рынка, расширение потребления
- › новые возможности для развития инфраструктуры рынка – включение страховых компаний
- › изменения фокуса продвижения ЛС

дата вступления в
силу:
пилотные проекты
- 2012
полноценно - 2014



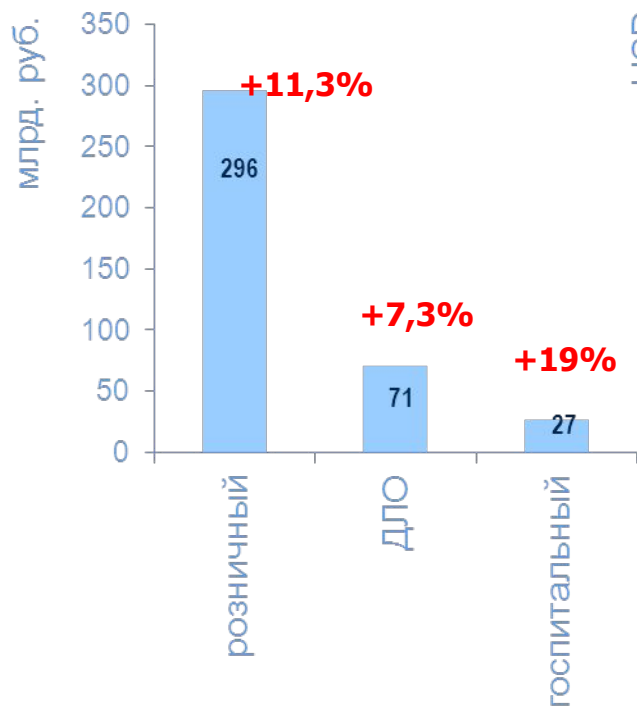
Цифры фармрынка в 2010 г.

Динамика объема рынка

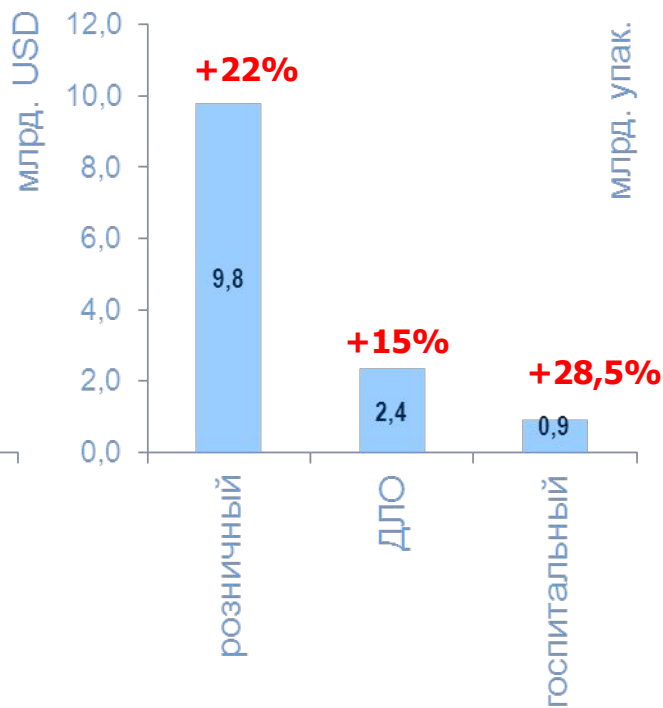
Драйверы роста

Структурные показатели

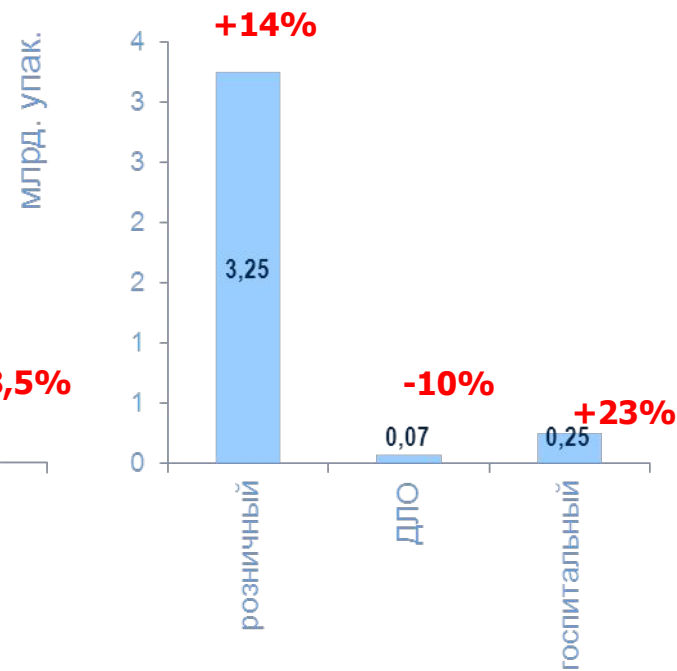
Лидеры и аутсайдеры



■ Объем рынка, млрд. рублей



■ Объем рынка, млрд. USD



■ Объем рынка, млн. упаковок

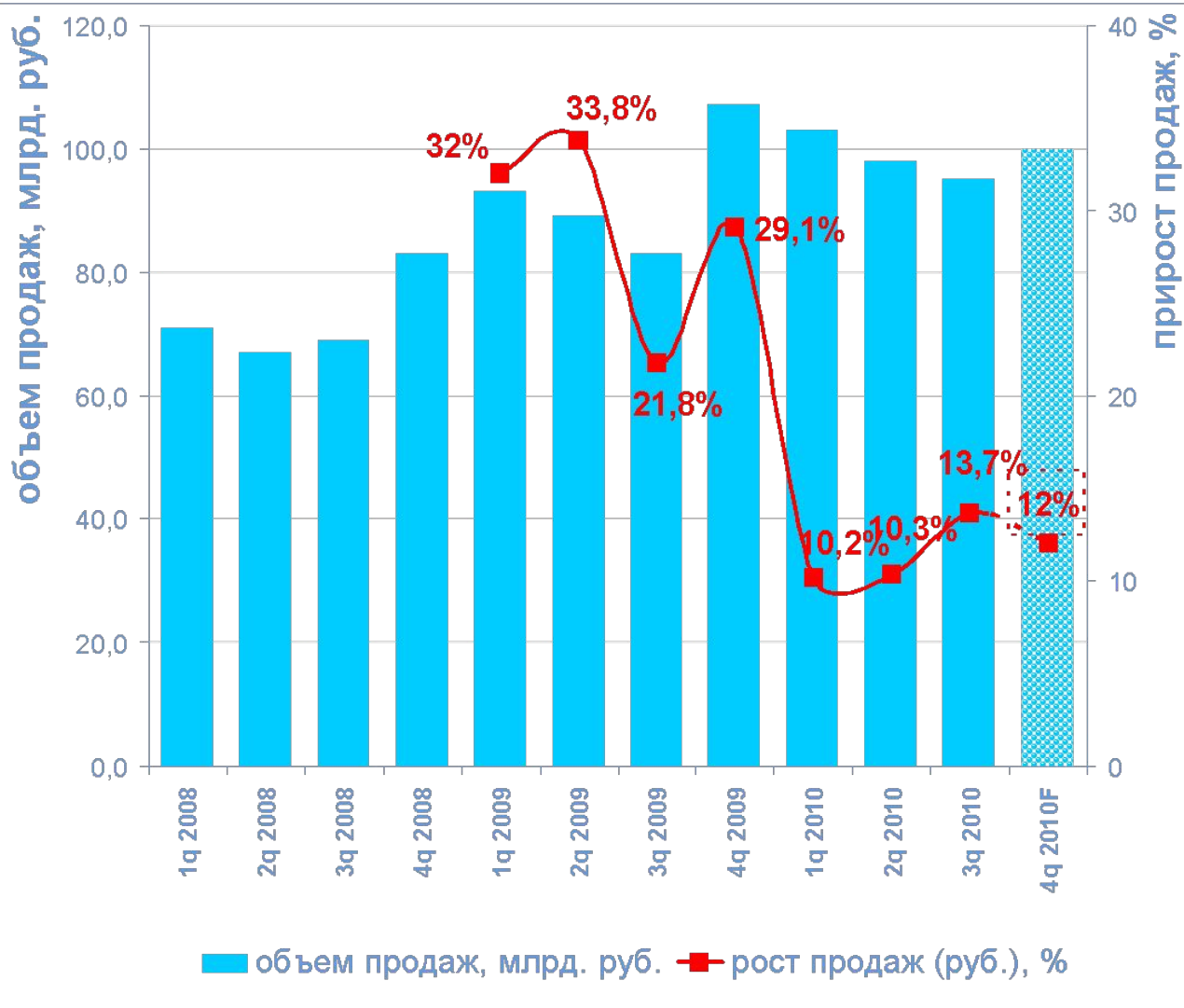
- в 2010 году рынок переживает ощутимый всплеск продаж в натуральном выражении, прежде всего в розничном секторе
- существующая динамика валютного курса в РФ (USD/рубль) обещает новое изменение динамики в 4м квартале 2010 г.

Источник: Аудит продаж ЛС в РФ, Фармэксперт



- пики рублевого роста в 2010 году пришлось пока на январь, август и сентябрь
- в октябре, как и ожидалось наступила просадка, связанная с слабым сезонным спросом на противогриппозную группу
- группа ЖНВЛС растет наиболее медленными темпами, в октябре впервые с начала года показав отрицательную динамику в рублях

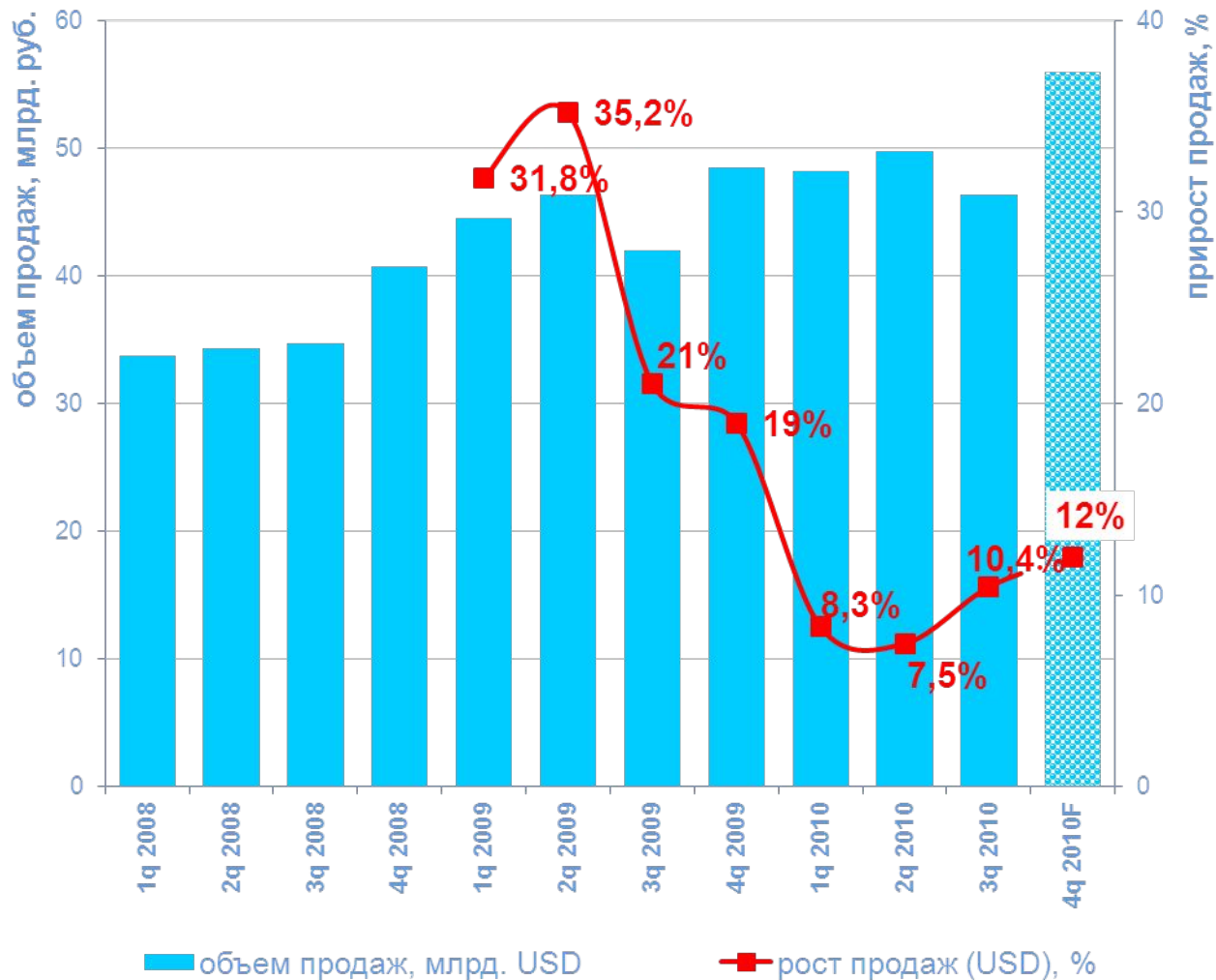
Источник: Аудит продаж ЛС в РФ, Фармэксперт



Предпосылки для указанных темпов роста в конце 2010 года:

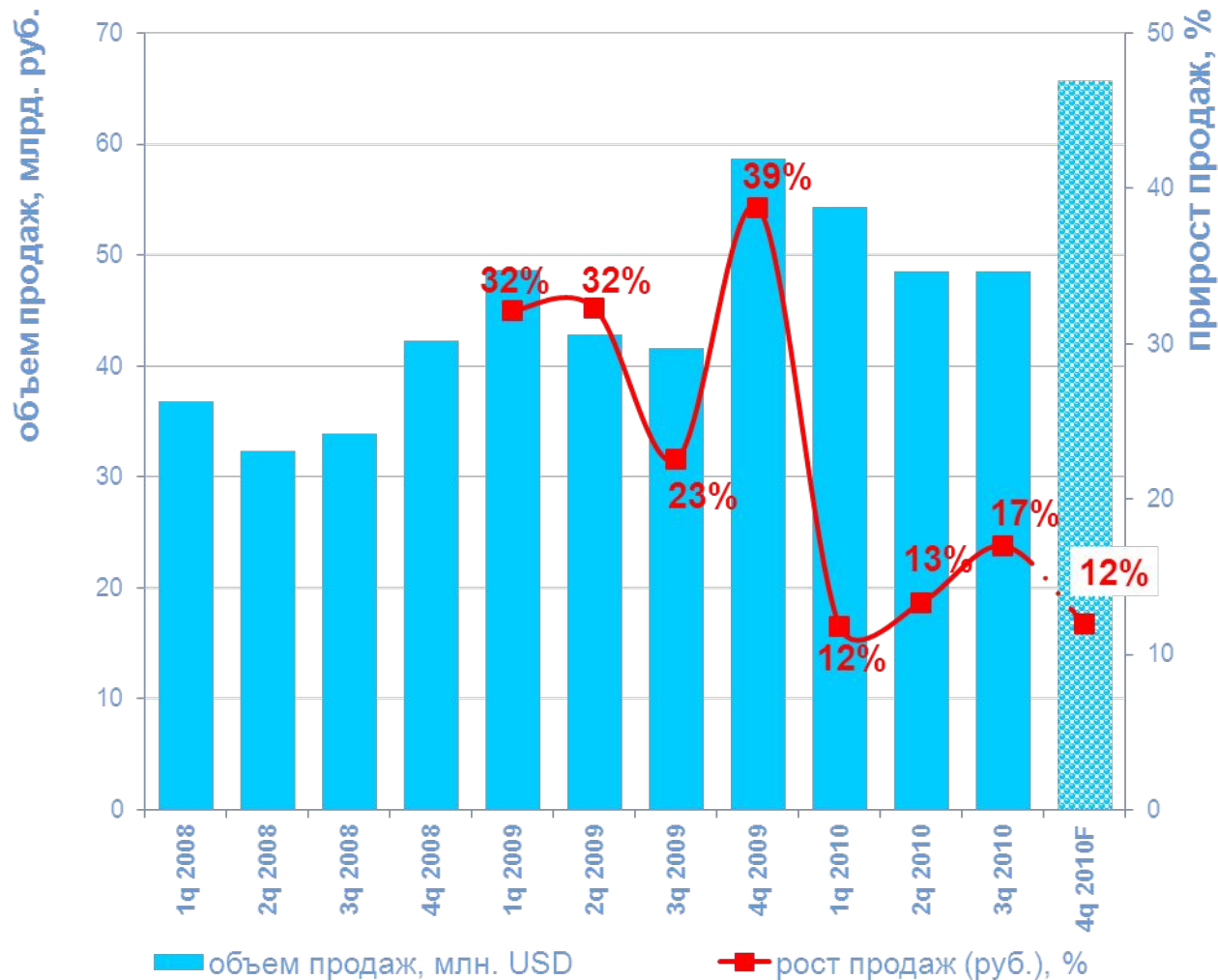
- снижение цен в секторе ЖНВЛС
- укрепление курса доллара относительно рубля в конце года
- «высокая» база сравнения прошлогоднего 4го квартала (ажиотаж свиного гриппа)
- по итогам года темпы роста розничного рынка (при сегодняшнем курсе валюты) составят в пределах +11%-12%

Источник: Аудит продаж ЛС в РФ, Фармэксперт



Источник: Аудит продаж ЛС в РФ, Фармэксперт

- рублевые темпы роста рецептурного сегмента достигли минимума во 2м квартале 2010г.
- в 1 половине 2010 году серьезную поддержку для роста рынка оказал посткризисный всплеск потребления
- Регулирование ЖНВЛС сдерживает роста сектора в 2-4 кв., но стимул – укрепление курса USD в сентябре-декабре 2010
- **в целом прогноз роста в 2010 г. для розничного сектора Rx находится в пределах 9%-10% в рублях**



- текущие высокие показатели роста рынка в USD не гарантированы от резкой корректировки во 2й половине года
- в 2010 году серьезную поддержку для роста рынка оказал посткризисный всплеск потребления
- в целом прогноз роста в 2010 г. для сектора ОТС находится в пределах 13-14% в рублях

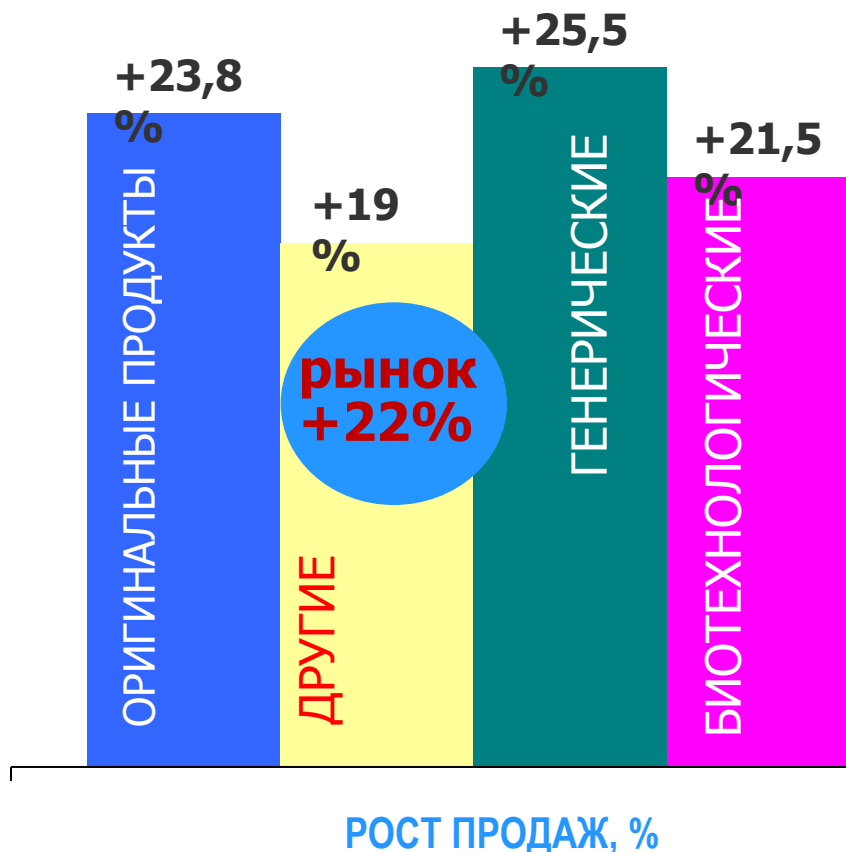
Источник: Аудит продаж ЛС в РФ, Фармэксперт

Структура розничного фармынка по типам продукции



*другие – традиционные препараты

Рост продаж в январе-сентябре 2010



Источник: Аудит продаж ЛС в РФ в 2010г.

Изменения в секторе ЖНВЛС:

цены стали ниже - потребление бурно растет
сектор не ЖНВЛС растет в 5 раз (!) быстрее

(по данным за апрель-август 2010 г. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года)

ЖНВЛС

32,5%

Продажи препаратов группы ЖНВЛС *выросли* на **3%** в рублевом выражении и на **19%** в упаковках

Розничные цены на препараты ЖНВЛС в среднем *снизились* момента введения регулирования на **12,7%**

не ЖНВЛС

67,5%

Продажи препаратов группы не ЖНВЛС *выросли* на **15%** в рублевом выражении и на **18%** в упаковках

Розничные цены на препараты не ЖНВЛС в среднем *снизились* за апрель-август на **2%**

Изменения в секторе ЖНВЛС: в наиболее дешевом сегменте продажи падают

(по данным за апрель-август 2010 г. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года)

Доля		Ценовой диапазон	Рост	
в стоимостном объеме, %	в нат. объеме, %		продаж (рубли) %	продаж (нат.), %
13,4 %	65,4 %	до 50 р.	-3%	+17%
11,1 %	11,7%	50-100 р.	+2,7%	+21%
22%	12,2%	100-200 р.	+6,9%	+25%
33%	8,8%	200-500 р.	+5%	+7%
20,6%	1,9 %	500 р. >	+1%	+26%

- ❑ сравнение данных о продажах с предыдущим годом необходимо рассматривать с учетом разницы в реализации регулирования на практике
- ❑ средний ценовой сегмент (100-200 рублей) демонстрирует наиболее высокие темпы роста, как в денежном, так и в стоимостном выражениях
- ❑ высокий ценовой сегмент – 200-500 рублей занимает наибольшую долю в общем объеме продаж группы ЖНВЛС, при этом потребление в нем выросло с наименьшим значением прироста

Количество торговых марок с формами выпуска **выросло** на **10%** с **3380** до **4218**

Rank	Corporation	MS, %	Sales (value) growth (USD), %	Sales (value) growth (RUB.), %	Sales (volume) growth, %	Price (USD) growth, %	Price (RUB.) growth, %
1	NOVARTIS	7,51	24,33	15,68	8,44	14,66	6,68
2	SANOFI-AVENTIS	6,31	26,14	17,24	8,92	15,82	7,64
3	ROCHE	5,97	20,57	12,48	-4,02	25,61	17,19
4	JANSSEN-CILAG	4,70	-4,26	-10,96	-15,72	13,60	5,64
5	SERVIER	4,40	17,46	8,76	14,97	2,16	-5,40
6	BAYER HEALTHCARE	3,98	-12,12	-18,06	17,01	-24,89	-29,97
7	NYCOMED	3,33	31,75	22,12	29,97	1,37	-6,04
8	SCHERING-PLOUGH	3,20	13,17	5,24	11,79	1,24	-5,86
9	PHARMSTANDARD	3,14	41,68	29,65	25,46	12,93	3,34
10	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD.	2,77	19,97	10,94	22,66	-2,19	-9,55

*Фармстандарт включен в рейтинг с учетом оригинального статуса на российском рынке для препаратов Арбидол, Афобазол и ряда других

Rank	Corporation	MS, %	Sales (value) growth (USD), %	Sales (value) growth (RUB.), %	Sales (volume) growth, %	Price (USD) growth, %	Price (RUB.) growth, %
1	SANOFI-AVENTIS	7,21	21,58	14,15	8,72	11,83	4,99
2	SERVIER	5,87	14,98	7,71	18,15	-2,68	-8,84
3	NYCOMED	4,92	33,23	24,95	33,81	-0,43	-6,62
4	BAYER HEALTHCARE	4,70	13,05	6,14	17,74	-3,98	-9,85
5	PHARMSTANDARD*	4,35	20,99	13,12	18,58	2,04	-4,60
6	NOVARTIS	3,82	10,51	4,04	6,48	3,78	-2,30
7	PFIZER	3,76	25,53	18,22	11,20	12,89	6,32
8	SOLVAY PHARMA	3,68	29,23	21,47	25,05	3,34	-2,86
9	SCHERING-PLOUGH	3,41	10,39	3,51	11,97	-1,42	-7,56
10	BOEHRINGER INGELHEIM	3,40	18,96	11,39	21,86	-2,38	-8,59

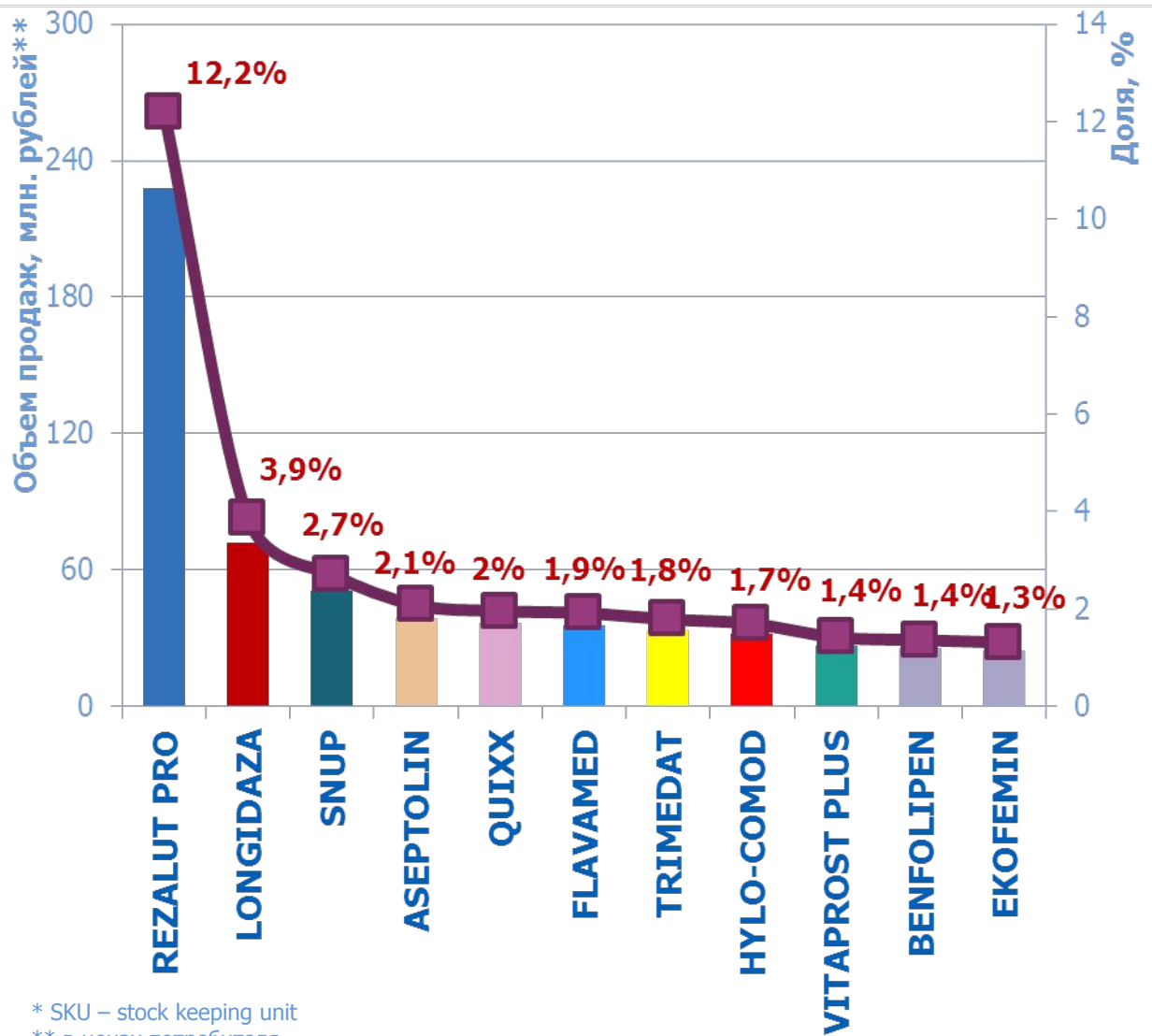
*Фармстандарт включен в рейтинг с учетом оригинального статуса на российском рынке для препаратов Арбидол, Афобазол и ряда других

Rank	Corporation	MS, %	Sales (value) growth (USD), %	Sales (value) growth (RUB.), %	Sales (volume) growth, %	Price (USD) growth, %	Price (RUB.) growth, %
1	GEDEON RICHTER	6,77	4,84	-2,83	9,37	-4,13	-11,15
2	KRKA	6,04	16,02	7,40	10,25	5,23	-2,59
3	DR.REDDY'S	4,96	21,66	13,25	21,71	-0,04	-6,95
4	BERLIN-CH/MENARIN I	4,65	8,36	0,34	4,37	3,83	-3,85
5	SANDOZ	4,39	12,65	4,27	14,64	-1,74	-9,05
6	ZENTIVA A.S.	3,99	51,79	41,44	19,45	27,07	18,4
7	STADA	3,97	9,09	1,29	16,02	-5,97	-12,69
8	TEVA	3,34	2,61	-4,79	0,09	2,51	-4,88
9	EGIS	2,69	3,62	-4,15	8,20	-4,23	-11,41
10	VEROPHARM ZAO	2,42	36,06	26,25	-25,12	81,70	68,59

TOP-10 дженериковых компаний в январе-сентябре 2010 г. (Rx, розница, USD/руб.)

Rank	Corporation	MS, %	Sales (value) growth (USD), %	Sales (value) growth (RUB.), %	Sales (volume) growth, %	Price (USD) growth, %	Price (RUB.) growth, %
1	GEDEON RICHTER	7,82	7,70	-0,20	17,05	-7,99	-14,74
2	KRKA	6,72	21,33	12,27	19,56	1,48	-6,09
3	DR.REDDY'S	6,21	22,36	13,92	23,18	-0,66	-7,51
4	BERLIN-CH/MENARINI	5,01	14,31	5,69	17,25	-2,51	-9,86
5	ZENTIVA A.S.	4,84	62,57	51,58	37,53	18,21	10,22
6	STADA ARZNEIMITTEL AG	4,62	15,42	7,16	22,40	-5,70	-12,45
7	SANDOZ	4,62	18,37	9,57	24,89	-5,22	-12,27
8	EGIS	3,19	5,62	-2,30	16,60	-9,42	-16,21
9	TEVA	2,76	10,25	2,32	9,45	0,73	-6,52
10	ASTELLAS PHARMA INC	2,42	38,32	27,79	20,24	15,03	6,27

Rank	Corporation	MS, %	Sales (value) growth (USD), %	Sales (value) growth (RUB.), %	Sales (volume) growth, %	Price (USD) growth, %	Price (RUB.) growth, %
1	Pharmstandard	8,92	16,41	8,99	8,39	7,39	0,55
2	Berlin Chemie / Menarini	4,64	29,58	21,67	20,31	7,70	1,13
3	Sanofi-Aventis	4,53	31,98	24,05	10,74	19,19	12,02
4	Sandoz	4,36	26,28	18,31	26,23	0,04	-6,27
5	Novartis	3,97	9,86	3,17	0,74	9,05	2,41
6	Bayer Healthcare	3,88	23,53	15,46	15,23	7,20	0,19
7	Stada Arzneimittel AG	2,82	26,60	18,89	14,79	10,29	3,57
8	Reckitt Benckizer Healthcare	2,82	42,21	33,81	32,86	7,04	0,71
9	Johnson&Johnson	2,59	16,82	9,39	41,00	-17,15	-22,42
10	Nycomed	2,33	22,66	14,93	19,67	2,50	-3,96



* SKU – stock keeping unit
** в ценах потребителя

- абсолютный лидер по продажам – Ризолут про , гепатопротектор (Берлин Хеми)
- наиболее активно компании действовали в секторе «капли в нос» – 9 новых суб-ТМ + 1 новая ТМ (Снуп) в 2х вариантах у Ксилометазолина, 7 новых суб ТМ и 2 новых ТМ в 4х вариантах (Квикс и Мореназал)
- половина новых ТМ на рынке имеет отечественное происхождение



* SKU – stock keeping unit

- ☐ ТОП-10 МНН собрали 47% от суммы продаж новых препаратов
- ☐ Аципол и Снуп – две новых успешных торговых марки в ТОП-10 МНН
- ☐ новые SKU* Арбидола, вышедшие в 2008-2009 гг., МНН уверенное первое место среди лончей



Прогнозы для рынка в 2010-2013гг.

Темпы роста

Определяющие факторы

Market	Growth, %				
	F2010	F2011	F2012	F2013	F2014
Total Retail	+13%	+13%	+11%	+10%	+10%
Retail Rx	+12%	+10%	+8%	+7%	+7%
Retail OTC	+15%	+15%	13%	+11%	+11%

ФАКТОРЫ РОСТА ОТС

- ОТС - расходы на self-care растут год от года, российский рынок недонасыщен в сравнении с зарубежными
- активное развитие розничной инфраструктуры
- возможности для вывода новых продуктов
- либеральное ценовое регулирование оставляет большие возможности для развития сегмента

ФАКТОРЫ РОСТА RХ

- вывод новых дженериков
- замещение устаревших позиций
- повышение информированности врачебного сообщества
- развитие новых систем финансирования потребления
- страхование в 2014 (?)