Российские ученые предлагают новые варианты тестирования лекарств | 10

Цветные тематические страницы №9–12 являются составной частью газеты **«Коммерсантъ»**. Распространяются только в составе газеты.

НИЖФАРМ ГРУППА КОМПАНИЙ STADA

Партнер выпуска

Фармацевтика

Вторник 12 сентября 2017 №168 (6162 с момента возобновления издания)

nnov.kommersant.ru

10 | Врачи нашли способ облегчить лечение «детей-бабочек»

12 | У моллюска нашли белок, который может распознать рак

12 | Лекарства предлагают продавать через ЕГАИС

Нижегородцы в первом полугодии 2017 года стали покупать лекарств больше, чем в первые шесть месяцев 2016 года. Потребительский спрос, в том числе, стимулируют аптеки-дискаунтеры. Растущий региональный рынок привлекает федеральных игроков, которые достигли максимума своего развития в столицах и намерены развиваться за счет локальных сетей.

Таблетка привлекательности

— тенденции —

Стимул для лечения

По итогам первого полугодия 2017 года аптечный рынок лекарственных препаратов Приволжского федерального округа (ПФО) вырос на 14% к аналогичному периоду прошлого года до 73,3 млрд руб. Такие данные приводит DSM Group. Рост фармацевтического рынка в натуральном выражении за этот же период составил 8%. За шесть месяцев в Приволжье было реализовано более 429,2 млн упаковок лекарств. По темпам роста фармацевтического рынка в денежном выражении динамика ПФО близка к общероссийской — плюс 15% к первому полугодию прошлого года (емкость рынка — 412,78 мдрд руб.). При этом по динамике проданных лекарств Приволжье слегка отстает: в России за шесть месяцев было реализовано на 13% больше упаковок препаратов, чем за аналогичный период предыдущего года (более 2 млрд).

По данным DSM Group, доля Приволжского федерального округа в фармацевтическом рынке России незначительно снижается как в натуральном, так и в денежном выражении. Если в 2015 году на долю округа в рублях приходилось 18,6% российского аптечного рынка, то к настоящему моменту доля округа снизилась на 17,8%. В упаковках на ПФО в структуре фармрынка России в 2015 году приходилось 20,7%, теперь — 19,6%.

Лидером по объему продаж лекарственных средств (ЛС) в Приволжском федеральном округе с 2016 года является Нижегородская область, до этого момента по реализации препаратов ее опережали Самарская область и Башкирия. Сейчас на долю Нижегородской области в структуре аптечного рынка Приволжья приходится 16% в рублях и почти 18% в упаковках. Емкость фармацевтического рынка региона по итогам первых шести месяцев 2017 года составила 11,8 млрд руб. — на 5% выше показателей аналогичного периода прошлого года. За это время жители региона купили 76,8 млн упаковок ЛС — на 12% больше, чем за шесть месяцев 2016 года. Нижегородцы отдают предпочтение отечественным препаратам — покупают их в 60% случаев, но в рублях доля продаж импортных лекарств выше — 8,1 млрд руб. против 3,7 млрд руб.

На оригинальные препараты за шесть месяцев 2017 года жители Нижегородской области потратили 3,8 млрд руб., купив 8,8 млн упаковок, на дженерики — 7,9 млрд руб. (68 млн упаковок). При этом средняя стоимость оригинального ЛС в регионе в 3,7 раза выше стоимости дженериков и в среднем составляет 438,3 руб.

Директор по аналитике RNC Pharma Павел Расщупкин отмечает, что по его данным динамика аптечного рынка Приволжья более сдержанна: рост составил 10% к аналогичному периоду прошлого года. «В равной степени рост рынка в деньгах подгоняет инфляция и прирост рынка в натуральном выражении. Плюс положительную динамику поддерживает достаточно большое количество дискаунтеров, работающих в округе и стимулирующих спрос на лекарства», — поясняет господин Расщупкин.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Положительную динамику рынка поддерживает большое количество аптек-дискаунтеров

КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ АПТЕЧНОГО РЫНКА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ (%)
ИСТОЧНИК: DSM GROUP



* «Ригла», «Вита», «Мелодия здоровья» и другие.

СПРАВКА

Аптечные сети «36,7» и «Максавит» входят в ООО «Максавит НН», учредителями которого в равных долях являются Виктор Головко и Максим Юдин. Уставный капитал компании составляет 14,4 тыс. руб. Руководит компанией ООО «УК „Максавит“», которое также управляет десятком компаний, работающих в фармацевтике. По данным Kartoteka.ru, в 2015 году выручка ООО «Максавит НН» составила 744,5 млн руб., чистая прибыль — 19 млн руб. Финансовая отчетность УК «Максавит» не раскрывается.

Farmani и «Аптечество» входят в ООО «Нижегородская аптечная сеть» Юрия Гайсинского, который также руководит еще девятью компаниями, которые ведут фармацевтическую деятельность. Уставный капитал — 128,5 млн руб. Выручка по итогам 2015 года составила 1,5 млрд руб., чистая прибыль — 74,9 млн руб.

В Объединенную аптечную сеть (ОАС) группы «Роста» входит около 1,2 тыс. аптек. Их консолидированный оборот за 2016 год составил 20,2 млрд руб. Кроме ОАС, в «Росту» входит фармацевтический дистрибутор и маркетинговая компания, а также фармацевтический завод «Радуга продакшн» в Петербурге.

Нижегородская областная фармация — государственное предприятие. По данным Kartoteka.ru, создано в июле 2004 года. Уставный капитал — 40,9 млн руб. Учредитель — министерство инвестиций, земельных и имущественных отношений Нижегородской области. Генеральный директор — Теймураз Нижарадзе. В списке учрежденных организаций — 20 аптек. Выручка предприятия за 2015 год составила 9,8 млрд руб., чистая прибыль — 95,8 млн руб.

Регионы вливаются в центр

В 2017 году на фармацевтическом рынке Нижегородской области произошли изменения. В июле группа компаний «Эркафарм», которая владеет сетями аптек «Доктор Столетов» и «Озерки», начала сделку по покупке объединенной аптечной сети «Радуга — Первая Помощь — Ладушка», которая контролируется группой «Роста» Давида Паникашвили. Сделку стороны планируют закрыть до конца года. Ее стоимость не раскрывается. На долю «Ладушки» в Нижегородской области в данный момент приходится около 10% аптечного рынка, она входит в тройку крупнейших аптечных сетей региона.

с12

«Если есть что улучшить, мы делаем это»

— интервью —

О ситуации на российском фармацевтическом рынке, развитии экспорта в условиях геополитических турбулентностей и перспективах открытия новых производств рассказывает генеральный директор компании «Нижфарм», старший вице-президент STADA AG Дмитрий Ефимов.

— Сколько наименований препаратов выпускает «Нижфарм» сегодня и сколько выпускал до момента вхождения в международную группу STADA?

— В 2004 году, до момента вхождения в STADA, портфель «Нижфарм» был немного другим и состоял только из препаратов, произведенных в Нижнем Новгороде. Тогда на заводе выпускалось около 100 наименований традиционных «советских» препаратов. С вхождением в международную группу ассортимент расширился за счет портфеля препаратов самой STADA. Позже произошла интеграция с группой «Макиз-Фарма», потом — объединение с «Хемофармом» и приобретение портфеля компании «Грюненталь». Таким образом, портфель постоянно расширялся за счет препаратов других производителей, кроме того, мы сами на «Нижфарме» все это время занимались разработкой и производством новых препаратов. В итоге портфель вырос больше чем в три раза.

— Как часто происходит обновление линейки препаратов?

— Как и для любой дженериковой компании, для «Нижфарма» это непрерывный процесс. У нас в разработке постоянно находится около 45–50 проектов, каждый из которых рано или поздно завершается выпуском на рынок нового препарата. Получается, что ежегодно мы выпускаем 5–10 новых продуктов, и на такое же количество пополняется pipeline (ассортимент продуктов в разработке. **— „Ъ“**). Мы стараемся поддерживать наш ассортимент в актуальном состоянии, как исходя из потребительского спроса, так и ориентируясь на современные медицинские тренды.

— Требуется ли модернизация производства для запуска новых препаратов?

— Затевая разработку нового препарата, мы в первую очередь ориентируемся на собственные возможности, поэтому новые продукты, если и требуют инвестиций, то точечного характера. Если говорить о долгосрочных планах, мы рассматриваем возможность строительства отдельного участка для производства инъекционных форм. Сейчас инъекции, которые мы продаем, производятся по контракту на других площадках. Если мы посчитаем, что с точки зрения экономики нам выгоднее построить новый цех у себя, чем отдавать часть прибыли в карман контрактного производителя, то в перспективе мы этот проект реализуем.

— Насколько затратно разрабатывать и производить новые препараты?

— Все познается в сравнении. Мы не выпускаем оригинальные препараты, разработка которых требует масштабных инвестиций. В мировой практике выпуск инновационного продукта может стоить от нескольких десятков миллионов до миллиардов долларов. В нашем случае все более бюджетно — «Нижфарм» выводит на рынок в основном дженерики или их комбинации. Это тоже достаточно дорого, но терпимо. В целом наши расходы на R&D (Research & Development, научно-исследовательская деятельность) ежегодно составляют порядка 5–10% от объема продаж.

— Обновляются ли рецептуры старых препаратов?

— Если есть что улучшить, мы делаем это. Но, как правило, традиционные препараты, которые мы до сих пор выпускаем, и ценны тем, что их рецептура или фармацевтическая композиция близка к идеальной. Что такое рецептура лекарства? Каждый препарат состоит из действующего вещества в определенной концентрации, которое менять нельзя, иначе это уже будет другой препарат, и вспомогательных веществ, которые могут определять удобство его использования, скорость усвоения и так далее. Идет время, появляются новые ингредиенты, снижается стоимость патентов на какие-то вещества — за этим мы постоянно следим. Если в поле нашего зрения попадает что-то более интересное или современное, мы используем новые возможности для улучшения потребительских свойств продукта. Это не очень дорогие изменения. Но в целом мы в большей степени сконцентрированы на выводе новых препаратов, чем на совершенствовании старых, проверенных временем.

— Выпускает ли «Нижфарм» препараты по зарубежным рецептам?

— Сначала нужно определиться — что такое зарубежный рецепт? Если мы говорим, что это некое вещество, придуманное не в России, то могу сказать, что подавляющее большинство действующих фармацевтических ингредиентов были придуманы не в России. Дело в том, что Россия, к сожалению, никогда не была лидером в разработке новых молекул и субстанций. Все, что мы комбинируем, когда-то было изобретено за рубежом. Но вот препараты, которые мы производим в стенах «Нижфарма», в основном были здесь и разработаны. То есть мы взяли известные ингредиенты, скомбинировали, испытали, подтвердили клинический эффект и запустили препарат в производство.

Если же говорить о выпуске препарата, который был разработан за рубежом, а потом мы перенесли производство на «Нижфарм», то такие препараты есть, но их единицы. Работая с импортными препаратами, мы выполняем дистрибьюторскую функцию: закупаем препарат за границей, а здесь продаем.

— Какая доля препаратов, выпускаемых «Нижфармом», экспортируется, а какая остается на внутреннем рынке?

— В целом доля экспорта составляет около 20% от объема продаж. При этом «Нижфарм» является крупнейшим экспортером лекарственных препаратов из России. География экспорта простая: в основном это страны бывшего Советского союза и Балтии — рынки, которые нам давно знакомы и понятны. Иногда, правда, появляется экзотика типа Монголии. Ограниченная территорией бывшего советского союза география экспорта объясняется еще и тем, что «Нижфарм» является частью большой международной группы STADA, в рамках которой зоны поставок четко распределены. Однако у нас есть небольшие продажи в Германии — это заказы наших партнеров, которые мы выполняем как контрактная площадка. Поскольку «Нижфарм» традиционно является большим специалистом по производству суппозиториев, то у нас и экономика производства «свечей» лучше, как следствие, партнерам выгоднее заказать такие препараты у нас.

— Вы говорите, что поставляете продукцию в страны СНГ. Экспортируете ли вы препараты на Украину и изменились ли отношения с покупателями в связи с политическими событиями?

— В условиях геополитических турбулентностей нам непросто работать с Украиной. Для украинских регуляторов мы все-таки российская компания, пусть и входящая в международный холдинг. Есть сложности, которые приходится преодолевать, но даже в такой ситуации мы продолжаем расти на этом рынке.



МИХАИЛ СОЛУНИН

— А в целом как обстоят дела с объемами производства и продажами «Нижфарма»?

— В национальной валюте продажи растут. По этому показателю мы традиционно опережаем рост рынка где-то в полтора раза. При этом на нашей финансовой отчетности, безусловно, сказываются курсовые колебания, и с этой точки зрения 2016 год нельзя назвать успешным. Мы растем и в натуральном выражении (в упаковках), что отличается от ситуации на фармацевтическом рынке России в целом. Уже несколько лет, как бы ни рос рынок в денежном выражении, в натуральном он стагнирует. Это объясняется тем, что в России потребление лекарственных средств практически достигло своего предела — россиянин съедает примерно столько же таблеток, сколько и среднестатистический европеец.

— «Нижфарм» стал участником пилотного проекта по маркировке лекарственных препаратов. Как вы относитесь к этой идее?

— Нам идея нравится, и мы с удовольствие участвуем в «пилоте», понимая, что масштаб этого проекта глобальный и нужно аккуратно подходить к его реализации. Задача в том, чтобы к условленному сроку все фармацевтические производители успели подготовиться и начали выпуск маркированной продукции. Мы понимаем мотивы регулятора: сейчас фармрынок не очень прозрачный, однако история с фальсификатом, о котором говорится очень много, на мой взгляд, немного преувеличена. С другой стороны, дополнительные меры защиты точно не помешают, тем более что это мировая практика. Нам, производителям, реализация этой инициативы позволит увидеть , где находятся и продаются наши препараты. После достижения определенного масштаба производства это становится очень важным.

— Существенны ли расходы компании на закупку оборудования для маркировки и отразится ли это на цене препаратов?

— По сути, речь идет о покупке принтера, который ставит код, сканера, который считывает данные и отправляет их в информационную систему, и софтовой части. Оборудовать одну линию — не очень дорого, но, если этих линий много, это уже недешево. Полагаю, что кому-то эти затраты покажутся существенными, и таким компаниям будет сложнее пережить этот период. С другой стороны, повторюсь, что масштаб затрат определяется масштабами производства — чем больше линий, тем больше оборудования нужно приобрести, тем больше инвестиций вложить, и — наоборот. Для нас, например, инвестиции в несколько миллионов евро будут значительными, но в целом для бизнеса погоды не сделают.

Отмечу, что никто не говорил о том, что эти вложения должны окупиться. И, безусловно, это отразится на себестоимости производства, но не на цене препаратов. Например, половина наших препаратов входит в перечень ЖНВЛП (Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты), цены на которые фактически заморожены. Проект отразится на марже производителей, не на потребителе, но понимая, какой эффект даст внедрение маркировки, мы считаем проект разумным.

Беседовала Александра Викулова