

здоровоохранениетенденции

«Наша ценовая политика уравнивошенная»

Венгерская фармкомпания «Гедеон Рихтер» готовит к выводу на российский рынок свой оригинальный препарат карипразин для лечения шизофрении и психических расстройств, уже зарегистрированный в США и Европейском союзе. Доктор **Аттила Варади**, полномочный представитель и директор российского представительства компании, полагает: вывод этого препарата — начало нового этапа в развитии компании. Ибо в условиях усилившейся в отрасли конкуренции выходить на рынок надо или с оригинальным препаратом, или с препаратом, имеющим какое-то дополнительное преимущество.

— взгляд —

Оригинальная комбинация

— У компании прирост за три квартала — 19,1% по сравнению с прошлым годом при общем объеме продаж за этот период в £1,083 млрд. Впечатляющая цифра. Какая доля российская?

— В общий годовой объем продаж фармацевтической продукции мы в России приносим самую весомую часть — порядка 27%. На российском рынке «Гедеон Рихтер» работает более 60 лет, сейчас у нас общий штат сотрудников — свыше 1,5 тыс. человек. В числе первых иностранных производителей мы построили завод недалеко от Москвы. Кстати, если посмотреть долю продаж, которая приходится на страны СНГ, это уже более 35%. Было около 45%, но в последние годы компания начала интенсивнее развиваться на рынках Западной Европы и Латинской Америки. Однако Россия остается рынком номер один, и только на втором месте по обороту — Венгрия. Поэтому очень много разработок, новых продуктов ведется с учетом потребностей именно российского рынка. У нас есть лекарства, которые разработаны для России и зарегистрированы только в России, то есть под запросы российских врачей и пациентов. Хотя, конечно, это не отменяет препаратов, на которые мы делаем ставку глобально, таких как эсмия для безоперационного лечения миомы матки и карипразин для психических расстройств.

— Разве это распространенная практика, когда штаб-квартира интернациональной, международной компании решает разработать какой-то препарат для регионального рынка?

— Все еще зависит и от того, каков этот региональный рынок и насколько перспективен. Впрочем, для больших мультикомпаний это не свойственно. Мы нишевая, специализированная компания, которая ко всему относится достаточно гибко. Это, кстати, одна из наших отличительных черт. Кроме того, мы уже давно не дженериковая компания, поскольку классический дженериковый бизнес очень ограничен, хорошего и стабильного роста, развития и долгосрочной перспективы в нем уже практически нет. Это подтверждают и биржевые данные: капитализация ряда дженериковых мультинациональных корпораций на международной арене сильно упала. Котировки же «Гедеон Рихтер» близки сейчас к своим историческим максимумам.

— Но вы не отказываетесь от дженериковых препаратов, хотя есть компании, которые прекращают выпускать их в принципе.

— Конечно, не отказываемся. Во-первых, в нашем — очень большим — дженериковом портфеле до сих пор есть свои блокбастеры. Во-вторых, у нас есть двойные-тройные оригинальные фиксированные комбинации. В их основе молекулы-дженерики. При этом нашим профессиональным разработчикам нужно постараться, чтобы две-три молекулы правильно соединить в одну таблетку или капсулу, а это сразу делает такой продукт уникальным, с добавленной стоимостью, ближе к новым оригинальным разработкам. Но это уже тонкости R&D.

Эквامر — это как раз пример тройной комбинации, разработкой под запросы российского рынка: три молекулы, три действующих вещества в одной капсуле. Смысл в том, чтобы принимать не три таблетки, а только одну капсулу. Это важно для повышения приверженности пациентов к лечению, особенно для пациентов пожилого возраста, которые забывают правильно или в достаточном количестве принять лекарство. А это критично при лечении любых хронических заболеваний, которые требуют долгосрочной терапии — в кардиологии, психиатрии, неврологии, ревматологии.

— По сути, новый оригинальный препарат получается?

— Мы называем их «оригинальной комбинацией». В этом направлении много компаний работает сейчас, но мы стали одной из первых.

— Без клинических испытаний тут не обойтись?!

— Не обойтись.

— Возникает вопрос ценообразования...

— Пациенту один комбинированный препарат обойдется дешевле, чем три сопоставимых аналога по отдельности. И самое главное, удобнее и легче правильно принимать. Но надо понимать, что это нишевые препараты, и здесь блокбастерного уровня продаж никто не ожидает. Это скорее логичное дополнение к инструментарию современного, грамотного врача. Рынок таких комбинированных препаратов в России пока еще формируется.

— А что для вас блокбастер?

— Вообще, распространено мнение, что блокбастерным препаратом для фармацевтического рынка России в аптечном сегменте считается топ, продажи которого составляют от 1 млрд руб. в год. Это нижняя планка. Самые продаваемые препараты приносят от 5 млрд руб. в год.

— Сколько у вас таких блокбастеров?

— Именно таких в нашем портфеле нет, их в России вообще единицы. И тут речь идет об оригинальных препаратах: дженериков, которые продаются на 5 млрд руб. в год, не бывает. Для себя мы все же определили свои собственные блокбастеры, в числе которых мидокалм, панангин, дирадон, кавинтон. Да, их продажи ниже традиционных блокбастеров, но в целом в России распространено мнение, что, если препарат продается на полмиллиарда рублей в год, он считается крайне перспективным.

Первая гинекология

— У компании из 100 продаваемых препаратов — 23 в разделе «Акушерство и гинекология».

— Глобально продажи гинекологического портфеля во всей структуре компании идут на первом месте и составляют 38%.

— То есть пятая часть дает 38% продаж!

— Да. Большую часть доходов обеспечивают именно эти препараты. Но здесь я бы сделал ремарку: в продажи входит и реализация субстанций стероидных гормонов. В мире очень мало компаний, которые умеют производить гормональные субстанции с невероятной высокой степенью чистоты. Мы в «Гедеон Рихтер» умеем.

Такие субстанции имеют гормональное происхождение, это высший пилотаж неорганической химии. Среди них есть молекулы, цикл производства которых составляет многие месяцы.

— И это не биотехнология?

— Нет, обычная химия, но это вершина классической неорганической химии. Мы одни из немногих, кто производит такие субстанции и продает их партнерам по всему миру.

— А как сложилось, что у вас такая большая доля портфеля именно гинекологических препаратов?

— Это было предопределено историей развития компании. Подразделение «гинекология» стало первым выделенным подразделением, и до сих пор оно не теряет своей самостоятельности и в штаб-квартире, и в России. Год от года это направление усиливалось и продолжало развиваться, и сейчас мы понимаем, что такая накопленная за столетие экспертиза, как у нас, мало у кого есть на фармрынке.

— На женщин какого возраста вы ориентируетесь как фармпроизводитель?

— Начиная с совсем юных девушек, для которых важно половое образование, понимание того, как функционирует их организм. Я имею в виду в первую очередь менструальные циклы, влияние гормонов, причем не только физиологические, но и психологические. Ведь все прекрасно знают, что гормоны сильно влияют на различные аспекты жизни женщины, на ее красоту, здоровье, сексуальную жизнь и даже на карьерные результаты.

Другое направление — женщины репродуктивного возраста. Чудеса, конечно, есть, но я бы сказал, что это женщины от 18 до 40 лет включительно, хотя можно родить и в 50.

— Библейская Сара родила в 89!

— В нашей реальности все должно быть строго доказуемо! Еще одна категория — женщины после родов, гормональный статус которых за несколько месяцев претерпевает очень большие изменения.

Дальше уже менопауза — это следующая категория, женщины после 50. Тут важно понимание, чем действительно можно помочь им в этот период.

— Мне показалось, что в списке ваших гинекологических препаратов главное место занимают контрацептивные?

— В быденном понимании контрацепция — это противозачаточные таблетки. Но с медицинской точки зрения комбинированные оральные контрацептивы (КОК)

полномочный представитель
Доктор Аттила Варади — директор представительства ОАО «Гедеон Рихтер» (Венгрия) в Москве и полномочный представитель компании «Гедеон Рихтер» в Российской Федерации. Окончил Медицинский университет Земмельвайса (г. Будапешт), специализация в области клинической фармакологии. Работу в фармацевтической отрасли начал в 1997 году с должности медицинского представителя. За

ПЕРВАЯ ПУБЛИЧНАЯ

«Гедеон Рихтер» — международная фармацевтическая корпорация, чья продукция представлена более чем в 100 странах. Штаб-квартира компании расположена в г. Будапеште (Венгрия). У компании девять производственных и исследовательских предприятий в мире. «Гедеон Рихтер» — первая фармацевтическая компания в Венгрии, осуществившая публичное размещение своих акций в 1994 году. Общий доход компании в 2016 году составил £1,25 млрд (около 81 млрд руб.). В 2016 году производственные компании «Гедеон Рихтер», расположенные в Венгрии и в том числе поставляющие в Россию лекарственные препараты, среди первых на фармацевтическом рынке получили российский сертификат GMP. С 1954 года препараты компа-



Аттила Варади верит в то, что в компании жив дух ее основателя Гедеона Рихтера, что он до сих пор с компанией и до сих пор объединяет коллектив на новые свершения

обладают еще рядом свойств, в том числе лечебных. Что я имею в виду?

Правильная работа механизма женской половой системы предопределяет здоровье организма как в биологическом, так и в психологическом плане, и одно невозможно без другого. Например, КОК назначают для регулирования менструального цикла, потому что регулярные циклы — основа фертильности.

— Где в контрацепции, в какой момент начинается зло?

— Зло начинается тогда, когда женщина не понимает, что женское гормональное здоровье — это вопрос, который следует обсуждать с врачом-гинекологом. Ни в интернете, ни с подружкой. Зло — это самолечение, которое, к сожалению, очень распространено. Потому что интимная жизнь в некоторой степени табу, об этом не хочется говорить с посторонним человеком. Кроме того, в моем понимании, неправильное употребление любого лекарства уже зло.

Мы никогда не выступаем за то, чтобы люди принимали больше лекарств. Мы за то, чтобы люди знали, что нужно делать в конкретной ситуации и где найти того специалиста, который может эффективно помочь.

— Какие группы ваших препаратов в сфере женского здоровья помимо контрацепции вы могли бы выделить?

— Контрацепция — это одна история, другая — гормонозаместительная терапия. Еще одно направление, которым мы занимаемся, — лечение миомы матки, болезни XXI века, которая во многом связана с тем, что женщины стали намного меньше рожать, и которая может привести к бесплодию. Применение нашего оригинального препарата эсмия до операции делает миоматозные узлы меньше, и оперативное вмешательство оказывается более успешным. Препарат используется и для безоперационного лечения при долгосрочном курсовом приеме. Вообще, нехирургическое лечение миомы матки — это очень серьезный прорыв в фармакологии, который позволяет сохранить женщине возможность забеременеть и родить ребенка. Поскольку терапия эсмией показывает хорошие результаты, продажи этого препарата из года в год растут.

Еще одно интересное направление, для нас оно совершенно новое, — это биотехнологические препараты, связанные с гинекологией. Например, карипразин, новый препарат для стимуляции яичников бемфоло.

— Он уже зарегистрирован в России?

— Еще нет, он продается пока только в Западной Европе, в России он на стадии подготовки клинических исследований. Мы приобрели этот препарат вместе со швейцарской компанией Finox, и, к сожалению, она не проводила регистрационных процедур на территории России, так что нам придется восполнить это.

В качестве отдельного направления я бы упомянул еще экстренную контрацепцию.

— Речь о препаратах, которые принимают после, например, незапланированного сексуального контакта, или если оказался поврежден презерватив, или после совершенного насилия? В течение какого времени их нужно принять, есть ограничения?

— 48–72 часа. Но не надо ждать 72 часа.

полномочный представитель
четыре года проделал профессиональный путь до регионального руководителя по маркетингу и продажам в Венгрии. В 2002 году перешел на позицию международного продукт-менеджера в компании «Гедеон Рихтер». В 2006 году назначен на должность заместителя директора представительства компании «Гедеон Рихтер» в России. С июля 2014 года — полномочный представитель компании в РФ.

нии «Гедеон Рихтер» представлены на российском фармацевтическом рынке. Первое представительство открыто в Москве в 1995 году. Сейчас в России восемь представительств компании: помимо Москвы они есть в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Волгограде, Казани, Новосибирске, Иркутске, Краснодаре. В фокусе внимания компании находятся такие терапевтические области, как женское здоровье, неврология, сердечно-сосудистые заболевания. Кроме того, компания обладает значительным портфелем безрецептурных препаратов. Входит в топ-10 иностранных фармацевтических компаний, работающих на территории Российской Федерации. Штат работников компании в России составляет около 1,5 тыс. человек.

— По сути, это предотвращение будущего аборта?

— Именно так. Я должен сказать, что мы выступаем за снижение числа абортс. Но реалии наших дней таковы, что девушки рано начинают жить половой жизнью, сексуальная активность у молодежи высокая. Не всегда хватает знаний и практических навыков, чтобы предотвратить нежелательную беременность. И эта тема тоже из категории табу. По результатам «Индекса женского здоровья „Гедеон Рихтер“» — исследования, которое мы делаем совместно со ВЦИОМом в рамках социального проекта «Неделя женского здоровья „Гедеон Рихтер“», около 2% россиянок предпочитают вообще не предохраняться, а «если что», сделать аборт. Мы всегда за сохранение жизни, однако если нужно выбирать из двух зол, то лучше выбрать меньшее — не доводить дело до оперативного и сильно травмирующего организм и психику аборта. Но опять же решение остается за девушкой, женщиной.

— В сентябре завершился ваш пресс-курс «Идеальный гинеколог, какой он». И какой же он?

— Конечно, идеальный гинеколог — вопрос индивидуальных предпочтений. Но вот что мы поняли из присланных на конкурс работ: в первую очередь это человек, который умеет слушать. Идеальный гинеколог не осуждает, не критикует, не высказывает какого-то несогласия с образом жизни, который ведет пациентка.

Работа на репутацию

— Для компании главное — прибыль. Еще у вас есть премия в области медицины («Репродуктивное завтра России» — премия, учрежденная по инициативе компании. Как эти альтруистические мероприятия капитализируются в результате продаж? Или же вы это не связываете?

— К слову, эта премия учреждена совместно с компанией Status Praesens. На мой взгляд, это авторитетная премия, отражающая выдающиеся достижения практикующих врачей, их значительный вклад в российскую медицину в части решения демографических задач и вопросов репродуктивного здоровья российских женщин.

Надо понимать, что кропотливая, адекватная, открытая и честная работа ведет к формированию у компании определенной репутации. В фарматрасии вообще отношения между пациентами и компанией — очень деликатный вопрос. Полагаю, что имидж фармкомпаний все больше и больше будет влиять на выбор пациентов в аптеке. Самое главное этим не злоупотреблять, предлагать препараты по адекватной цене. Наша политика, кстати, по этому вопросу очень уравнивошенная. Мы стараемся во всех сегментах, в которых работаем, предлагать высокое качество препаратов, держать цены на среднем уровне.

— Если говорить о социальных проектах, что это для вас? Инструмент поддержки определенной репутации? Или что-то большее?

— Социальные проекты для нас — это еще и очень мощный инструмент для усиления и развития самоидентификации сотрудников. Для сотрудников, которые принимают участие в таких проектах, это способ самореализации, дополнительная гордость, дополнительная мотивация, повышение корпоративного самоуважения!

— Что такого дают медицинские представители, если всю информацию можно получить на сайте компании, других ресурсах?

— Сейчас больше проблем приносит избыток информации, чем ее недостаток. Встает вопрос: где среди этой массы получить адекватную информацию? И тут на первый план выходит медицинский представитель, который приносит адекватную информацию о самом актуальном, самом современном, экономном времени врачу и в конечном счете обеспечивая лучшее лечение пациенту.

Инновационный подход

— Какой процент доходов идет на R&D?

— Порядка 10% ежегодно. У нас в компании работает более 1 тыс. научных сотрудников.

— А на производство?

— Если говорить о России, то могу сказать, что условия за последние годы сильно изменились и вывод на этот рынок любого препарата стал намного сложнее. Поэтому выходить на рынок надо или с оригинальным препаратом, или с препаратом, который имеет какое-то дополнительное преимущество перед другими. Это в основном нишевые продукты. А если говорить про дженерики, то надо выводить очень-очень оперативно, первыми. Выйти третьим дженериком — это уже не успех.

Отмечу, что недавно, компания вывела на рынок очередной оригинальный препарат. Он предназначен для лечения шизофрении и биполярного расстройства, с действующим веществом карипразин, который под торговой маркой VRAYLAR вышел в марте 2016-го на рынок США, а в этом году под названием Reagila зарегистрирован в Европе. Началась новая эра в истории венгерской фармацевтической компании «Гедеон Рихтер», чья заслуга в продвижении знаменитого галоперидола стала уже забываться теми, кто имеет отношение к психиатрии. Хотя в свое время этот препарат тоже был прорывным. История с карипразином начиналась не менее интересно: в 1990-е венгерские ученые вернулись к изучению активного вещества нашего ноотропного препарата кавинтон и обнаружили сходство некоторых взаимодействий с рецепторами дофамина D2. Молекула 11, которая позже станет карипразином, впервые была произведена в декабре 2002 года. На этой волне «Гедеон Рихтер» привлекает внимание компании Allergan (ранее — Forest, потом — Actavis), сов-

местно с которой продолжает изучение молекулы и осуществляет разработку препарата, который стал эффективным для лечения шизофрении и биполярного расстройства. А для нас главная новость в том, что мы готовим его к регистрации и выводу на рынок России.

— Какие основные группы препаратов выпускает на сегодняшний день компания, на чем сосредотачивается?

— Я бы выделил три группы: гинекология, кардиология, а также неврология и психиатрия. Это стратегически выбранные направления, поэтому основные разработки ведутся именно в данных областях, в них же заключаются сделки.

— Какую долю в продажах в России обеспечивают препараты, произведенные на вашем заводе в подмосковном Егорьевске?

— Около 40%, хотя совсем недавно было 30%. Мы целенаправленно переносим производство всех важных для российского рынка препаратов на подмосковное предприятие. Объемы производства тоже наращиваем, но это долгосрочная перспектива, ведь самое главное, чтобы продукция, которая здесь производится, была востребована.

Дух основателя

— Из 20 лет в профессии, фармакологии, большую часть времени вы провели в России.

— Да. Сейчас уже 11-й год посел.

— Из которых восемь лет вы работали в должности замдиректора представительства и вот уже три года — директором. Тут не нужно быть семи пядей во лбу, чтобы понять: именно при вашем участии компания стала той, которая есть.

— Вы хотите задать вопрос, за что я люблю Россию?

— Сейчас я о другом. Как вам представляется, в чем главная ваша заслуга по отношению к компании?

— Я очень хорошо помню свой приезд в Москву — это было 6 января 2006 года. На улице стоял 30-градусный мороз, у меня не заходила машина, и я не знал, как добраться до офиса на общественном транспорте. Несколькими днями ранее в Россию мне предложил приехать работать тогдашний коммерческий директор «Гедеон Рихтер». Шесть месяцев испытательного срока и наказ: выплывешь — останешься. Я чувствовал очень большой драйв, понимая, что именно к такому вызову и стремился.

Я же пять лет ждал, чтобы меня взяли работать в «Гедеон Рихтер» — пять лет, с 1997 по 2002 год, подавал резюме. Почему не отступал? Интуитивно понимал: мое место там. У меня была сильная вера в то, что это правильная компания. И тогда, в 2006-м, был уверен, что все получится и все будет хорошо, хотя и невероятно сложно было первые полгода — интереснейший период! И сейчас еще в памяти сильные эмоции и переживания того времени...

— Приезд в Россию — это был карьерный скачок?

— Бывший коммерческий директор компании видел во мне большой потенциал. И он мне сказал: «Аттила, ты работаешь хорошо, но нужно видеть долгосрочную перспективу». Эти слова мне зашли в душу, и я тогда понял, что «Гедеон Рихтер» — компания, в которой, чтобы реализоваться, нужно больше времени и много терпения. Могу сказать, что он был абсолютно прав, потому что за прошедшие 11 лет я ни одного дня не скучал. Конечно, бывали сложные времена, но всегда находилась выход из ситуации. У меня были всегда прекрасные коллеги и легендарные наставники, например предыдущий глава представительства, с которым у нас сложились хорошие отношения, перед выходом на пенсию готовил меня к тому, чтобы я продолжил его дело.

Я поверил, что в компании жив дух ее основателя Гедеона Рихтера, что он до сих пор с нами. Может, это легенда, но она объединяет большую часть коллектива до сих пор. И это тоже наша особенность!

— Вы хорошо говорите по-русски. А думаете по-венгерски?

— И думаю по-русски, когда говорю по-русски.

— Вы диктатор в компании?

— У нас высокая доля демократии, и я сторонник того, чтобы руководители на всех уровнях самостоятельно принимали решения. Каждый руководитель в пределах своей компетенции имеет очень высокую свободу принятия решений. Считаю такой подход важным, ведь если я начну принимать все решения сам, то долгие буду и работу сотрудников выполнять. У них интерес тогда пропадет, а у меня не хватит времени на все.

Я противник того, чтобы проводить долгие совещания, и сторонник того, чтобы все работали.

Бывали случаи, когда я, предполагая, что прав, не продавливал свое мнение, чтобы не вмешиваться в зону ответственности коллег. И коллеги ошибались. Но при этом учились и стали мудрее. Это было каждый раз личное решение, понимаю? Хотя и ошибочное. И, беря на себя ответственность, этот человек тоже профессионально растет, даже если его решение оборачивается ошибкой. И это правильно.

— Что для вас главное в работе?

— Знания в широком смысле этого слова, потому что без них управлять фармбизнесом очень сложно. Наверное, я не смог бы так хорошо разбираться в ситуации, если бы был только врачом, не занимался после института клинической фармакологией, не учился в экономическом вузе. То есть я целенаправленно строил себя, готовился к работе в фармбизнесе. Я не знал, как у меня сложится с карьерой, но я делал все для того, чтобы знать больше и как можно глубже, разбираться в нюансах.

Бесседовал Владислав Дорофеев