



Beyond "eyesight"
SENJU PHARMACEUTICAL CO., LTD.

ПРАВИТЕЛЬСТВО ПРИКАЗАЛО СУБСТАНЦИЯМ ИМПОРТОЗАМЕСТИТЬСЯ



Объемы импорта фармсубстанций бьют исторические рекорды. Власти хотят перевернуть ситуацию: до 2030 года отечественные производители должны закрыть потребности внутреннего рынка и наладить экспорт российских субстанций.

Текст: Константин Анохин

По данным международной аналитической компании P&S Intelligence, в 2020 году объем рынка активных фармацевтических ингредиентов (АФИ), которые используются для изготовления лекарств, составил \$184,3 млрд. Ожидается, что с 2021 по 2030 год рынок будет расти в среднем на 6,9% ежегодно.

Перспективный ингредиент

Ключевыми факторами роста рынка фармсубстанций аналитики считают старение населения Земли, рост числа хронических заболеваний, правительственные инициативы по производству и продвижению дженериков, увеличение расходов на здравоохранение.

Если в 2020 году большую часть мирового рынка субстанций занимали США, в ближайшее десятилетие более динамичный рост производства АФИ будет происходить в Азиатско-Тихоокеанском регионе, считают аналитики P&S Intelligence. Это будет обусловлено увеличивающимся количеством пациентов и большим количеством компаний в этом регионе, производящих дженерики.

Согласно отчету P&S Intelligence, основные игроки рынка субстанций ставят перед собой серьезные задачи по расширению своего бизнеса и получению конкурентного преимущества на новых и развивающихся рынках. Наиболее крупными мировыми игроками в этой отрасли считаются Pfizer, Novartis, MSD, TevaPharmaceutical, Mylan NV, Sanofi SA, Eli Lilly and Company, AstraZeneca.

Некоторые глобальные компании в последнее время приняли ряд инвестиционных решений для усиления своих лидирующих позиций на рынке. Так, в январе 2021 года французская Sanofi SA представила EuroA-PI — новую компанию, занимающуюся разработкой, производством и маркетингом фармсубстанций в Европе. Ожидаемый объем продаж — порядка \$1,17 млрд к 2022 году.

В мае 2021 года компания Sandoz, подразделение транснациональной Novartis AG, объявила о планах по расширению своих производственных мощностей в Австрии и Испании. Sandoz намерена инвестировать \$175,3 млн в новые технологии производства антибиотиков в Европе в течение следующих трех—

пяти лет. Из этой суммы более \$116,9 млн будет инвестировано в новые производственные технологии по производству АФИ для пенициллиновых продуктов.

Мировой замах

Потребность российского рынка в АФИ также растет. Нехватку фармсубстанций российские производители ощутили, когда в марте—апреле 2020 года Китай и Индия практически закрыли свой экспорт субстанций в РФ.

Однако, как только глобальный рынок стал приоткрываться, суммарный объем импорта АФИ в Россию стал расти и по итогам 2020 года оказался рекордным и в денежном, и в натуральном выражении. По данным российской аналитической компании RNC Pharma, всего за прошлый год в страну было ввезено 14,4 тыс. т субстанций на общую сумму 167,1 млрд руб. Динамика относительно показателей 2019 года в рублях составила 26,6%, при этом рост рублевых объемов импорта опережал натуральную динамику более чем в два раза — поставки в тоннах за год увеличились всего на 13%.

Отгрузки АФИ в Россию осуществлялись из 43 стран, максимальные объемы в денежном и натуральном выражении приходились на Китай. Интересно, что поставщики из КНР, даже несмотря на кризисную ситуацию, связанную с остановкой производства в начале 2020 года из-за эпидемии коронавируса, заметно нарастили объемы операций. При этом доля китайских компаний среди импортеров в денежном выражении выросла за 2020 год с 18 до 23,4%, показатель в тоннах увеличился за год с 51,7 до 54,7%, в том числе за счет сокращения отгрузок из Индии.

При всей потребности в субстанциях доля российских производителей на внутреннем рынке составляет, по разным оценкам экспертов, от 10 до 20%, что означает серьезную зависимость страны от поставок из-за рубежа.

Согласно данным RNC Pharma, проблема рекордного роста цен на фармсырье в условиях почти тотальной импортозависимости отечественного фармпрома чревата не только повышением цен на внутреннем рынке. За счет госрегулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты и фактически полной невозможности индексации цен производство отдельных наименований лекарственных препаратов в России иногда просто прекращается.

Выход из этой ситуации в правительстве видят в развитии отечественных субстанций. Согласно проекту стратегии «Фарма-2030», которую планируется принять до конца года, к 2030 году отечественные производители АФИ должны закрыть потребности внутреннего рынка и наладить их экспорт. «Если мы в течение восьми ближайших лет не создадим условия для появления хотя бы 15 новых заводов по производству ассортимента

стратегически важных препаратов полного цикла, эти социально значимые позиции мы будем вынуждены покупать у иностранных компаний», — уверен президент фармкомпания «Активный компонент» Александр Семенов.

Однако не все эксперты и участники рынка считают планы правительства реалистичными.

«Замах на то, что мы к 2030 году завалим мир субстанциями, на мой взгляд, не имеет под собой реальной основы, — говорит генеральный директор Ассоциации российских фармпроизводителей (АРФП) Виктор Дмитриев. — Надо подойти взвешенно, понять, что нам необходимо в финансовом и технологическом плане помимо просто лозунга «Давайте произведем», чтобы обеспечить свою независимость. Проанализировать, что необходимо производить внутри страны, а что можно безболезненно закупать в интернациональном конгломерате разделения труда». По мнению эксперта, осуществить производство и экспорт всех субстанций, которые требуются для производства лекарств в РФ, невозможно и не нужно с экономической точки зрения. «Нам понадобятся зарубежные интермедиаты, а главное — оборудование, которое у нас в стране не производят. Его приходится покупать за рубежом», — добавляет глава АРФП.

С тем, что не стоит замещать все, согласен основатель и генеральный директор компании «Гротекс» Олег Жеребцов. «Фармацевтическая отрасль очень интернациональна. Все работают, как большая деревня. И Европа пользуется международной кооперацией, и Америка, — комментирует он. — Никто не пытается построить что-то внутри своей страны и тем самым сказать, что мы все сделали локально. В этом нет никакого смысла. Есть специфика стран, культура производства, есть в конце концов сложившиеся технологические цепочки».

Александр Семенов полагает, что если правительство ставит задачу всерьез развивать производство готовых лекарственных форм по полному циклу на территории России, то государство должно использовать все имеющиеся меры по поддержке этого производства.

«В первую очередь нужны длинные кредиты для компаний, вкладывающихся в развитие производства АФИ, — говорит он. — Причем не только инвестиционные кредиты на покупку оборудования, но и деньги на пополнение оборотного капитала».

Виктор Дмитриев, в свою очередь, считает, что главное — стабильное правовое поле: «Здесь нужно говорить не о преференциях, а о том, чтобы не мешать бизнесу и постараться максимально выдержать архитектурную и финансовую стабильность. Также надо подумать, какие механизмы со стороны государства могли бы подтолкнуть развитие этого направления».

«Фармацевтической отрасли очень не хватает экспорта»

Почему за биотехнологиями в фармацевтике будущее и что сделать для развития экспорта российских препаратов, РБК+ рассказал основатель, генеральный директор компании «Гротекс» (Solopharm) Олег Жеребцов.

Фармацевтический рынок в целом оказался в бенефициарах коронакризиса?

Пандемия вызвала гигантский спрос на препараты внутри страны. Но он был неоднороден. На некоторые препараты, формы выпуска спрос упал в разы. Есть обратные примеры. Так, спрос на антикоагулянты — препараты для разжижения крови — оказался в шесть-семь раз выше обычного. И это вызвало гигантское напряжение.

Никто не готовился к пандемии. Рекомендации Минздрава и ВОЗ по лечению коронавируса менялись часто. Никто не мог с такой скоростью реагировать, разрабатывать препараты. Фарма вообще работает на длинных дистанциях: цикл от идеи до разработки, внедрения, выхода препарата на рынок — четыре-пять лет.

Поэтому утверждение, что вся фарма выросла в коронакризис — неверное. Рост — очень фрагментированный, представлен некоторым количеством компаний, препараты которых оказались востребованы. Если вы возьмете данные компаний за девять месяцев текущего года, то увидите, что у большинства участников рынка падение выручки составило 10–15%.

А на вашей компании как отразился кризис?

Все мы последние два года живем в условиях огромной турбулентности. Но наша компания очень гиб-



кая. С самого начала — а я основал компанию как гринфилд-стартап десять лет назад в Санкт-Петербурге — мы ориентировались на современные архитектурные, строительные и инженерные решения. Наша реакция на пандемию была в адаптации скорости того, что мы делали, как меняли производственные планы. Офис компании не закрывался ни на один день: мы сделали все, чтобы сотрудники могли комфортно и безопасно работать в нем.

В общем, мы очень живо реагировали на все. В целом выручка компании «Гротекс» (Solopharm) увеличилась на 51% в прошлом году, и в этом году мы растем — по данным за девять месяцев, на 56%.

Сегодня вперед вырываются компании, которые делают ставку на биотехнологии. Вы в тренде?

Мы поставили для себя цель стать биотехнологической компанией

«Нельзя делать ставку только на локальное развитие, иначе мы лишаемся возможности общаться и обмениваться знаниями»

примерно 2,5 года назад. Но любой такой проект должен материализоваться. У вас должны появиться лаборатории, цеха. Все это мы сделали в прошлом пандемийном году.

В перспективе мы хотим создать десять препаратов — это генно-инженерные биотехнологические продукты для лечения аутоиммунных, онкозаболеваний, астмы, остеопороза, для применения в ревматологии и офтальмологии. Это долгая работа. От идеи до выхода препарата будет проходить шесть-семь лет. Мы тратим значительные средства на развитие биотехнологий — столь-

ко, сколько можем. За прошлый год эта сумма составила 1,5 млрд руб. В этом году будет не меньше.

Нам важно сейчас построить команду, наладить кооперацию с научными центрами, организовать исследования, в том числе международные, поскольку это работа не только наших биотехнологов, но и специалистов, находящихся в других странах. Мы активно используем наработки, которые были сделаны в Европе, покупаем эти технологии, инвестируем в их адаптацию в России.

А что с кадрами на рынке?

Я рад, что мы собрали команду биотехнологов, — начали эту работу в 2018 году и закончили в прошлом. Мы прошерстили весь рынок, в офисе провели собеседование с двумя сотнями кандидатов. И отобрали 31 специалиста — это наше главное приобретение. Пусть не у всех большой опыт, но это яркие личности, с харизмой и желанием работать в этой области.

Вообще, огромный процент молодежи уезжает на Запад. В одном Бостоне больше 2 тыс. биотехнологических компаний. Биотех сегодня окружает нас. Это не только сфера здравоохранения — биотехнологии применяются в растениеводстве, животноводстве, агросекторе. Поэтому очень важно создавать лаборатории здесь и давать молодежи работу. Мы никогда не построим биотех, базируясь на знаниях 1980–1990-х годов. Отрасль меняется просто по экспоненте. И очень важно, чтобы страна была открыта для этих технологий. Ряд из них можно перенести сюда уже сейчас, какие-то технологии поставить с нуля. Но нельзя делать ставку только на локальное развитие, иначе мы лишаемся возможности общаться и обмениваться знаниями. Нам важна международная кооперация. Очень важно иметь контакты с европейскими, американскими, азиатскими партнерами. Здесь я сторонник доступа как профессоров и ученых сюда, чтобы они пре-

подавали здесь, так и возможно-сти для нашей молодежи учиться, проходить стажировки за границей и возвращаться с новым опытом обратно. Иначе мы лишимся огромного пласта биотехнологий и генно-инженерных препаратов на горизонте 10–20 лет.

Как вы оцениваете перспективы роста отечественной большой фармы?

Нам очень не хватает экспорта. Так же как российский диплом или водительское удостоверение российского гражданина не признается в большом количестве стран, так и регистрация препаратов, сделанных в России, не признается огромным количеством стран. Этот провал нам нужно ликвидировать как можно быстрее: надо вводить линию на стандартизацию производства, регистрацию, стандартизацию химических субстанций, чтобы наша продукция автоматически признавалась огромным количеством стран. Посмотрите на Индию, посмотрите на те же азиатские страны — они просто сделали ставку на экспорт и выиграли от этого. Возможно, за неимением нефти и газа им ничего не оставалось делать. А мы, к сожалению, здесь не видим потенциала роста для своей страны.

Нам нужно как можно быстрее внедрить настоящий европейский GMP (Good Manufacturing Practice; надлежащая производственная практика) или лучше FDA (Food and Drug Administration — в США в том числе регулятор рынка лекарственных средств). Вот Китай поставил для себя цель внедрить FDA, и за два-три года они изменили качество выпуска препаратов. Но, чтобы этого достичь, им пришлось закрыть ряд заводов, которые не соответствовали стандартам.

И нам нужно поставить такую цель и произвести модернизацию производства. Но, подчеркиваю, не просто модернизацию как таковую, а модернизацию с определенными стандартами, которые приняты во всем мире. Тогда экспорт фар-

продукции станет вопросом будущего. И это будет экспорт продукции с хорошей добавленной стоимостью. Я верю в экспорт, но как предприниматель не могу ничего изменить. Это вопрос воли и усилий регулирующих органов.

Вы сильно увеличили производственные мощности. Рассчитываете на рост рынка?

Если вы выпускаете препараты высокого качества, понижаете их стоимость, делаете их доступными, то это в конце концов находит отклик у пациентов и врачебного сообщества. И мы это видим. Я уверен, что Solopharm продолжит рост в ближайшие пять лет с динамикой 20–40% в год. А для этого нужны мощности.

Вы удивитесь, но сегодня мы вынуждены отказывать партнерам в сезон: 40% заказов, которые идут к нам, мы не можем обеспечить. Это происходит уже не первый год.

С одной стороны, мы растем на 50% в год и делаем это много лет. В компании работают 1520 сотрудников, только за прошлый пандемийный год мы наняли на работу 300 человек. Мы — активный работодатель.

С другой стороны, нам не хватает мощностей, потому что мы стараемся делать продукцию, которая имеет высокий уровень качества. Я лично посещал — и продолжаю это делать — большое количество конференций, участвую во встречах с врачами, фармацевтами, чтобы менять стереотипы. А стереотип следующий: мы, как граждане своей страны, не любим свою продукцию. Нужно это менять. Но изменить ситуацию можно только за счет доверия, открытости. Поэтому мы каждый год принимаем 3 тыс. гостей. Мы — самая открытая компания, делаем огромное количество экскурсий для студентов, врачей, чтобы они видели, как производится наша продукция. У нас даже стены «чистой комнаты» сделаны из стекла, чтобы был виден весь процесс производства.

«Компания планирует разнообразить экспорт офтальмологических продуктов»

О планах японского фармпроизводителя на российском рынке РБК+ рассказал генеральный директор компании ООО «Сэндзю Фармацевтикал РУС» Таро Кавай.

Каковы, на ваш взгляд, перспективы российского фармацевтического рынка?

Российский фармацевтический рынок является крупнейшим в странах Центральной и Восточной Европы и занимает достаточно важное положение во всем мире. Несмотря на некоторый экономический спад и последствия распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19, российский рынок по-прежнему остается привлекательным для иностранных фармацевтических компаний.

С 2005 года в стране реализовался нацпроект по улучшению качества медицинской помощи и повышению качества жизни «Здоровье», который систематизировал развитие отрасли. Например, в 2009 году была принята и одобрена программа «Фарма-2020». Позднее, с 2016 года, «Здравоохранение» стало одним из приоритетных проектов, который систематически актуализируется и способствует внедрению в России новых медицинских технологий, обеспечению доступа пациентов к передовым лечебным практикам, реформированию качества и эффективности медицинских услуг, а также развитию фармацевтической промышленности. Мы видим тенденцию расширения российского фармрынка и ожидаем его дальнейшего роста.

На каких направлениях офтальмологии вы специализируетесь?



«Сэндзю Фармацевтикал» (Senju Pharmaceutical) — фармацевтическая компания научно-исследовательского типа, которая разрабатывает, производит и продает различные инновационные оригинальные продукты, в основном в области офтальмологии.

Компания основана в 1947 году в Японии в городе Осака, в 1958 году впервые выпустила в продажу глазные капли против катаракты, в 1965 году — глазные капли «искусственная слеза», в 1980 году в Японии впервые были выпущены в продажу глазные капли, которые можно было использовать, не снимая линз. Фирменным продуктом компании по-прежнему является преемник данного продукта — серия

«С российским потребителем у нас достаточно длительные отношения: наш препарат против катаракты присутствует в стране с 1980-х годов»

New MyTear CL. Даже те потребители, которые не знают о компании Senju, наверняка знакомы с нашим брендом.

Среди всех наших разработок только около 6% препаратов относятся к категории безрецептурных, более 90% — это препараты, которые отпускаются по рецепту врача. При этом наш ассортимент включает противо-глаукомные, противомикробные, противовоспалительные и противоаллергические глазные капли.

Что влияет на развитие офтальмологических заболеваний?

В последние годы возросла распространенность заболеваний глаз, та-

ких как глаукома, катаракта и других, связанных с образом жизни и возрастом. Темпы развития офтальмологических заболеваний варьируют в зависимости от страны. Однако общая тенденция заключается в том, что экономическое развитие, развитие медицинских технологий, совершенствование системы здравоохранения приводят к увеличению продолжительности жизни. Это, в свою очередь, влияет на увеличение доли пожилого населения, что приводит к росту числа пациентов, страдающих офтальмологическими заболеваниями.

Одной из острых медико-социальных проблем, в том числе в России, считается катаракта. С какими рисками связано распространение этого заболевания?

Картинка, которую мы видим нашими глазами, — это изображение, сфокусированное на поверхности сетчатки глаза светом, проходящим через роговицу и хрусталик. Заболевание, при котором хрусталик — ткань, выполняющая роль линзы, становится мутной, называется катарактой. Основные причины возникновения и распространения катаракты связаны со старением населения. Самый ранний возраст развития этого заболевания — от 40 лет, а у людей в возрасте от 80 лет катаракта развивается в 100% случаев.

Кроме того, причинами развития заболевания являются врожденные заболевания, травмы, atopические реакции, в том числе на некоторые лекарства, последствия радиационного облучения, а также другие заболевания глаз, которые могут привести к развитию катаракты.

Когда хрусталик начинает мутнеть, свет в нем рассеивается и, как следствие, появляются такие симптомы, как дымка, двоящиеся объекты и блики. Если данные симптомы прогрессируют, то зрение ухудшается и ношением очков его уже не исправить. В некоторых случаях глазные капли позволяют замедлить прогрессирование очень ранней катаракты, но восстановить уже мутный хрусталик не-

возможно. При прогрессирующей катаракте обычно применяют консервативное лечение: удаляют мутный хрусталик хирургическим путем и вставляют интраокулярную линзу.

В каких регионах мира представлена ваша продукция?

Компания представлена более чем в 50 странах, причем мы как экспортируем готовую продукцию, так и оформляем за рубежом патенты и регистрируем технологии производства.

Наши зарубежные филиалы расположены в США, Китае, Вьетнаме, Польше и России. Мы продолжаем создавать основу для развития международного бизнеса. В последние годы, например, особенно расширилось присутствие компании на китайском и российском рынках.

Мы стремимся первыми осваивать передовые технологии и быстро внедрять их в процессы компании вне зависимости от региона присутствия, отрасли и масштаба.

Вы достаточно давно на нашем рынке. Каковы ваши стратегии в России?

Действительно, с российским потребителем у нас достаточно длительные отношения: наш препарат против катаракты присутствует на российском рынке с 1980-х годов. Этот наш продукт пользуется авторитетом у многих местных офтальмологов.

В 2000-х в связи с запросом на полномасштабное присутствие компании в России мы выстроили систему, которая обеспечила нам полноценное присутствие. Так, в 2012 году было открыто российское представительство, и мы стали единственным японским фармацевтическим производителем, который в России осуществляет бизнес по экспорту фармацевтической продукции из Японии.

При поддержке врачей и пациентов мы продолжаем расширять бизнес в России. Например, мы также поставляем в РФ наш нестероидный

противовоспалительный препарат и в будущем планируем еще больше разнообразить линейку экспортируемых продуктов. В частности, опросы врачей показывают, что у нас достаточно возможностей для внедрения наших продуктов на российский рынок.

Корпоративная философия компании «Если бы я был на вашем месте», а также «Не большая, а достойная компания» предусматривает дальнейшее внесение значительного вклада в обеспечение здоровья российскому населению.

Каков объем инвестиций компании в R&D? В какой области вы ведете исследования и разработки?

«Сэндзю Фармацевтикал» создала собственную исследовательскую систему, включающую международные совместные исследования и совместные исследования промышленных и академических секторов.

Например, наша исследовательская лаборатория окулярных наук в городе Кобе (Япония) совместно с Орегонской лабораторией (США) проводят фундаментальные исследования по созданию терапевтических препаратов с использованием передовых технологий, таких как идентификация молекул, вызывающих заболевания глаз.

Кроме того, наш отдел R&D проводит исследования, непосредственно связанные с разработкой продукта, такие, например, как создание данных, необходимых для утверждения фармацевтических препаратов.

Каждое из наших научных подразделений связано с другими, они тесно взаимодействуют друг с другом в рамках проведения исследований. В 2019 году в целях повышения эффективности исследований и разработок был создан инновационный центр в Кобе, объединивший в одном месте все отечественные площадки по разработкам. Наша цель — как можно оперативнее разрабатывать безопасные лекарства, которые действительно необходимы.

«Фармкомпаниям предстоит обучить потребителей думать об экологичности лекарств»

Для чего фармбизнесу необходимо придерживаться экологических подходов при производстве продукции, РБК+ рассказала генеральный директор компании «Буарон» в России Ирина Никулина.

Сегодня производители из разных отраслей ориентируются в своей деятельности на осознанное потребление, экологичность, ресайклинг. Фармкомпания в тренде?

Лекарства — это не просто «товар». Требования к их качеству и контроль за производством существенно выше требований к другим ежедневным товарам. А вот экологичность лекарств пока не на повестке дня. Сегодня получение так называемых экологических сертификатов не является для фармотрасли обязательным, равно как и указание их наличия на упаковке лекарства. Тем не менее и среди фармкомпаний есть те, которые идут с опережением и осознанно относятся к своему влиянию на экологию. Например, компания «Буарон» не только сделала осознанный выбор в пользу выпуска лекарств исключительно из натуральных природных компонентов, но и строго придерживается в своей работе правил, которые ограничивают антропогенное воздействие на окружающую среду. Большинству же фармкомпаний еще предстоит сделать важный шаг по усилению «экологичности лекарств», научиться самим и помочь потребителям думать об этом.

Чем опасна неправильная утилизация лекарств?

Отходы фармпрома считаются одними из наиболее токсичных: их запрещено использовать для производства детских товаров или упаковки для продуктов питания даже после переработки.

Но помимо промышленных отходов, которые определенным образом утилизируются производителями, есть и фактор масштабного потребления людьми «готовых» лекарств. Если в 2020 году россияне купили более 5 млрд упаковок лекарств, то вы можете представить объем наших «домашних аптек», накопившийся за годы. Мы часто применяем большое количество препаратов, в том числе сильнодействующих, даже без назначения врача, не задумываясь ни об их токсичном

воздействии на организм, ни впоследствии — на окружающую среду.

Некоторые препараты при употреблении не перерабатываются полностью — эти активные вещества или их метаболиты возвращаются в окружающую среду, а затем и в питьевую воду. Добавьте сюда все просроченные лекарства, выброшенные вместе с мусором и захороненные на наших полигонах.

К примеру, часть эстрогенов, которые содержатся в противозачаточных таблетках, при выводе из организма естественным путем попадает в канализацию и дальше — в природу. Их пассивное потребление с водой и другими продуктами питания способно нарушать функцию эндокринной системы и оказывать на организм опасный феминизирующий эффект. Влияние на экологию усугубила и текущая пандемия — люди стали чаще употреблять антибиотики.

Длительное воздействие многих препаратов на флору, фауну и самого человека могут иметь непредсказуемые последствия: снижать иммунитет человека, провоцировать генетические нарушения, формировать устойчивость возбудителей к антибиотикам.

По статистике Международного союза охраны природы (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources), уже до 50% материковых вод Европы имеют неудовлетворительный химический состав: в воде, рыбе и моллюсках, в частности, находят следы антидепрессантов, антибиотиков, противовоспалительных средств и гормональных препаратов. Источниками загрязнения стали отходы предприятий и потребителей, а также неправильно утилизированные лекарства и их упаковка.

А недавнее исследование Института водных проблем РАН показало, что вода, которую ежедневно употребляют жители Москвы и Московской области, содержит бо-



лее 40 действующих лекарственных средств, больше десятка вспомогательных веществ и 38 метаболитов.

Как следует поступать с просроченными, ненужными лекарствами, которые накапливаются в домашней аптечке?

Для начала — регулярно проводить ревизию домашней аптечки, чтобы не покупать дубликаты препаратов, лекарства впрок или не по назначению врача.

И в целом стараться минимизировать потребление лекарств, использовать их только тогда, когда это действительно необходимо и по рекомендации врача.

Также важно поощрять лекарственную продукцию, созданную с уважением к окружающей среде. К сожалению, эту информацию не найти на упаковке лекарства, но на сайте производителя чаще всего будет указано, каких практик он придерживается, — есть и специальные протоколы сбора растений, и программы сохранения биотопов, как в случае с продукцией компании «Буарон».

И наконец, следует искать возможности экологичной утилизации тех препаратов, которые вам не пригодились или исчерпали срок годности. Компания «Буарон» приложила усилия, чтобы помочь людям в этом важном деле.

Каким образом?

По нашей инициативе под слоганом «С вниманием к здоровью, с заботой о будущем» в середине октября на территории центра дизайна Artplay в Москве был установлен первый Pharma-Ecobox — специальный контейнер, куда каждый желающий сможет сдать просроченные и ненужные медикаменты для обезвреживания и дальнейшей безопасной переработки. А о правильной и экологичной утилизации собранных лекарств

«Важно поощрять лекарственную продукцию, созданную с уважением к окружающей среде. К сожалению, эту информацию не найти на упаковке»

и их упаковки позаботится Национальная экологическая компания, которая использует максимально безопасные технологии их обезвреживания. Кроме того, при утилизации лекарства будут отделены от упаковки, часть которой (пластик ПВХ, алюминиевая фольга) можно будет впоследствии использовать, к примеру, для производства труб. В результате в печь попадет всего 30% оставшейся массы, а все выбросы максимально нейтрализуются очистными фильтрами.

Мы наблюдаем, что потребность людей в экологичной переработке препаратов возрастает — недавно проведенное компанией Online Market Intelligence всероссийское исследование говорит, что 32% россиян уже задумываются о том, как правильно поступать с просроченными лекарствами. Более 70% россиян уделяют внимание аспектам экологичности лекарственных препаратов. К примеру, люди озадачены тем, насколько фармпроизводитель ответственен, а его производство экологично, не был ли нанесен вред окружающей среде самим производством.

Поэтому перед производителями и потребителями лекарств встает абсолютно новый вызов — формирование ответственного поведения не только при выборе препаратов, но и при их использовании и утилизации.

Насколько вашей компании удастся сочетать принципы экофармацевтики с производством лекарственной продукции?

Компания «Буарон» — один из немногих фармпроизводителей, предлагающих натуральную, но эффективную терапию. Мы выбираем для своих продуктов исключительно экологичные, природные компоненты. Поэтому для нашей компании так важны инициативы, предполагающие снижение нагрузки на природные ресурсы.

Мы, как производитель, способствуем сохранности и воспроизводимости используемых природных ресурсов и сохранению биотопов. Начиная с процесса бережного сбора сырья: его компания получает в экологически чистой среде естественного произрастания, «забирая» при помощи ручного сбора из среды не более двух третей от всей популяции, что гарантирует естественное восстановление резервуара.

А наш готовый продукт — гомеопатические препараты — в итоге, безусловно, более безопасны не только для человека, но и для окружающей среды. А значит, перерабатываются проще и не наносят ущерб природным ресурсам.

АЖИОТАЖ ПО РЕЦЕПТУ

Отечественный фармрынок растет третий год подряд. Основными драйверами стали высокая готовность населения страны лечиться всеми доступными и разрекламированными препаратами и падение курса рубля к основным валютам.

Текст: Константин Анохин



В период пандемии российский фармацевтический рынок продолжал расти, несмотря на кризисные экономические явления в мировой экономике. Но рост происходил в рублевом выражении, то есть за счет повышения цен на лекарства, при этом продажи лекарственных препаратов в натуральном выражении заметно снизились. В 2021 году тренд только укрепился.

Ненатуральный рост

Согласно аналитическому отчету консалтинговой компании «Деловой профиль», финансовые итоги фармрынка 2020 года выглядели оптимистично: динамика в денежном выражении составила 9,8% вместо прогнозируемых 5–6%. Его объем достиг 2,04 трлн руб. против 1,86 трлн руб. годом ранее, а прибыль российской фармы от продаж увеличилась почти вдвое, с 126,3 млрд до 244,4 млрд руб. Ана-

литики считают, что рост 2020 года стал продолжением трендов 2019-го, среди которых повышение цен на лекарственные препараты и смещение акцента на более дорогие лекарства.

По утверждению старшего партнера, исполнительного директора группы «Деловой профиль» Ксении Архиповой, несмотря на финансовый рост, в прошлом году в натуральном выражении российский рынок просел почти на 4%. При этом падение курса рубля по отношению к доллару и евро негативно отразилось на динамике цен на российском рынке, так как доля импорта лекарственных средств все еще преобладает и по итогам 2020 года составила 56,3% рынка. «По данным Росстата, лекарства в 2020 году выросли в цене на 9,8%», — говорит эксперт.

Стимулом роста цен также послужил пересмотр стоимости препаратов, в том числе из Списка жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов, которых в 2020 году было продано на 417,9 млрд руб., считает Ксения Архипова. «В то же время по некоторым позициям пересмотр цен привел к отрицательной маржинальности их производства, отчего преимущества получили производители препаратов с более высокой разрешенной предельной отпускной ценой, дешевые аналоги постепенно вымываются с рынка, — говорит она. — Но в целом на волне распространения коронавирусной инфекции рост прибыли от операционной деятельности отметили практически все участники рынка».

Податливый спрос

Одним из главных новых драйверов роста фармрынка стал ажиотажный спрос населения на препараты. Под воздействием паники, вызванной пандемией, граждане начали запасаться различными лекарствами на фоне роста цен на них. Отчасти по этой причине произошло снижение продаж в натуральном выраже-

нии, но улучшились финансовые показатели фармкомпаний.

Российский фармрынок состоит из двух сегментов — коммерческого и государственного. Приобретение лекарств за счет собственных средств населения — одна из основных частей лекарственного обеспечения системы здравоохранения. По оценкам «Делового профиля», она составляет порядка 64% в денежном выражении и почти 85% — в упаковках. Распространение коронавируса в период пандемии изменило рыночную конъюнктуру фармацевтического ретейла не в лучшую сторону. Появляющаяся время от времени информация, в том числе рекламного характера, об изменениях в официальных схемах лечения COVID-19, публикации результатов многочисленных исследований об эффективности и безопасности антиковидных средств заметно влияли на спрос в течение года. В итоге в период пандемии резко возросла потребность населения в противовоспалительных и противовирусных препаратах, антикоагулянтах, антибиотиках, иммунодепрессантах и т.д. Ажиотажный спрос возникал даже вокруг некоторых препаратов для лечения малярии и ВИЧ, пока не были выявлены их неэффективность и побочные эффекты.

С оценкой тенденции согласна и директор Института экономики здравоохранения НИУ ВШЭ Лариса Попович: «Сейчас много покупок случайных препаратов, которые рекламируются в СМИ. Это отражение повышенного влияния СМИ на мнения населения. Думаю, что впереди у нас рост антидепрессантов и иммуномодуляторов». По ее словам, рост рынка происходил в основном за счет госсектора и перехода населения к покупкам более дорогих брендов в рознице. А основными рыночными драйверами стали массовые закупки гражданами антивирусных и противобактериальных препаратов.

Рост произошел только у тех компаний, которые производили противовирусные, жаропонижающие препараты, солидарен генеральный директор Ассоциации российских фармацевтических производителей Виктор Дмитриев.

«У них увеличилась прибыль, потому что много лекарств закупалось как государством, так и людьми за свой счет, — добавляет он. — Я думаю, что не все из купленного было использовано, потому что многие в этом ажиотажном спросе просто забивали лекарствами свои холодильники и шкафы».

Привычка лечиться

Виктор Дмитриев сомневается, что стоит ожидать в дальнейшем такого высокого спроса на лекарства, но допускает, что сегодня на рынке все еще сильны тренды повышенного потребления противовирусных, жаропонижающих препаратов, а также дезинфицирующих средств.

И потребительский спрос продолжит двигать рынок. Среди новых трендов — лечение последствий коронавируса. Например, с помощью БАДов и витаминных добавок, отмечают эксперты. А разрешение дистанционной продажи безрецептурных лекарств и БАДов открыло новую веху в фармретеиле, констатирует Ксения Архипова: «Пока законодательство предусматривает возможность только заказа и оплаты лекарств через интернет, в то время как для получения покупки все равно необходимо посетить аптеку. Но даже при таких ограничениях аптеки смогут существенно расширить предлагаемый к продаже ассортимент, не ограничиваясь имеющимися торговыми помещениями и площадью витрин, формируя и упаковывая заказы прямо на складе».

Прогноз дальнейшей положительной динамики рынка подтверждается данными отчета аналитической компании RNC Pharma, авторы которого подсчитали, что по итогам первых трех кварталов 2021 года денежный объем производства лекарственных препаратов в РФ достиг 432,7 млрд руб. Это говорит о внушительной динамике в 20% относительно аналогичного периода прошлого года. При этом часть доходов компаний вновь придется на подорожание препаратов. «По нашим оценкам, в текущем году цены на препараты поднимутся еще на 8–8,5%», — прогнозирует Ксения Архипова.

« ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК » (18+)

Тематическое приложение к журналу «РБК» является неотъемлемой частью журнала «РБК» №11-12/2021. Распространяется в составе журнала. Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+

Партнеры проекта: ООО «Гротекс», ООО «Сэндэу Фармацевтикал РУС», ООО «БУАРОН». Реклама

Учредитель: ООО «БизнесПресс»
Издатель: ООО «БизнесПресс»
Директор ИД РБК: Ирина Митрофанова
Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Кулакова
Редактор РБК+ «Фармацевтический рынок»: Константин Анохин
Выпускающий редактор: Андрей Уткин
Руководитель дизайн-департамента: Николай Реутин

Дизайнеры: Дмитрий Иванов, Сергей Пивоваров
Фоторедактор: Алена Кондюрина
Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко

Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342
Коммерческий директор издательства РБК: Анна Брук

Директор по продажам РБК+: Евгения Карлина
Директор по производству: Надежда Фомина

Адрес редакции: 115280, Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 26, стр. 3