

Факты от IQVIA | Август 2023

Портфель решений для развития здравоохранения

Дисклеймер

Аналитика, её интерпретация и сопутствующая информация, содержащиеся в настоящем документе, сформированы и представлены с учетом предположений, методологий и переменных, описанных в этом отчете, и основаны на сторонних источниках и данных, которые оцениваются надежными. Не предоставляется никаких гарантий относительно полноты или точности таких сторонних источников или самих данных.

Любые описанные в настоящем документе попытки оценить будущие события и осуществить прогнозы подвержены определенным рискам и неопределенностям и не должны рассматриваться как гарантия какого-либо конкретного результата или события.

Все права на воспроизведение, цитирование, трансляцию, публикации защищены. Никакая часть данной презентации не может быть воспроизведена или передана в любой форме или любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, запись или любую систему хранения информации, без письменного согласия IQVIA.

Copyright © 2022 IQVIA. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States and various other countries.

Содержание:

- 01 [Экономические показатели](#)
- 02 [Фармацевтический рынок](#)
- 03 [Розничный сегмент](#)
- 04 [Сегмент государственных закупок](#)
- 05 [Прогноз динамики фармацевтического рынка](#)
- 06 [Промоционные активности](#)
- 07 [Рейтинги дистрибьюторов и аптечных сетей](#)
- 08 [Рынки стран СНГ+](#)
- 09 [Сервисы IQVIA](#)



В существующем отчете IQVIA используются следующие определения

Дисклеймер

Временной период



Анализируемый период в отчёте:

- Сент 2022 – Август 2023

Сравнение динамики происходит на **MAT** – Скользящая годовая сумма

YoY: сравнение года к предыдущему году

CAGR: совокупный среднегодовой темп роста

Значения



Продажи в денежном выражении

Российский рубль

Продажи в объёмном выражении

Упаковки или стандартные упаковки

Trade price – стоимость отгрузки продукта в аптеку или ЛПУ

Определение рынка



Фармацевтический рынок (все продуктовые категории включая Z98 - БАД)

IQVIA аудиты:

- Розничный аудит ЛС и БАД в России
- Бюджетный аудит ЛС в РФ (за исключением ДЛО и РЛО)
- ДЛО и РЛО (за исключением АТС2 EphMRA2 групп T02, T03)

Каналы



Розничный канал

Покупка за счёт собственных средств пациента

Сегмент государственных закупок

Продукты с возмещением стоимости ЛС – Бюджетный канал, ДЛО, РЛО

Прочее

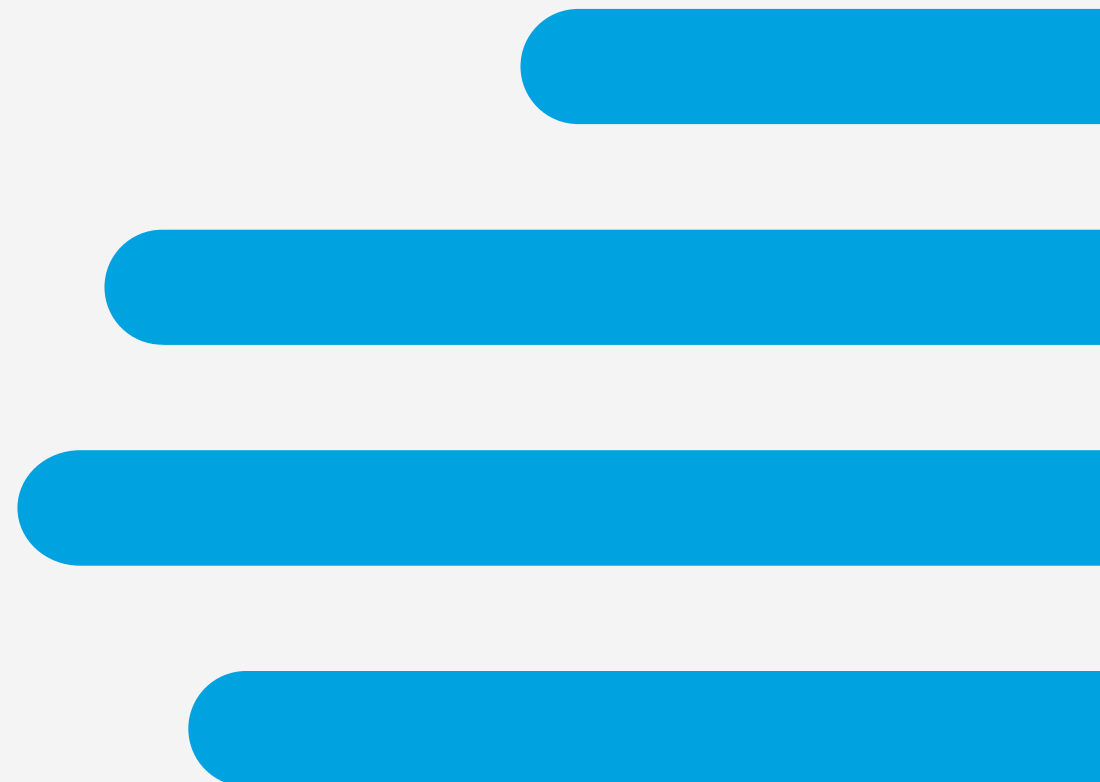


Рейтинги аптечных сетей и дистрибьюторов обновляются ежеквартально

Прогноз рынка основан на глобальном инструменте IQVIA Market Prognosis, в котором не учитывается категория Z98. Данный прогноз рынка обновляется дважды в год – в апреле и октябре.

01

Экономические показатели

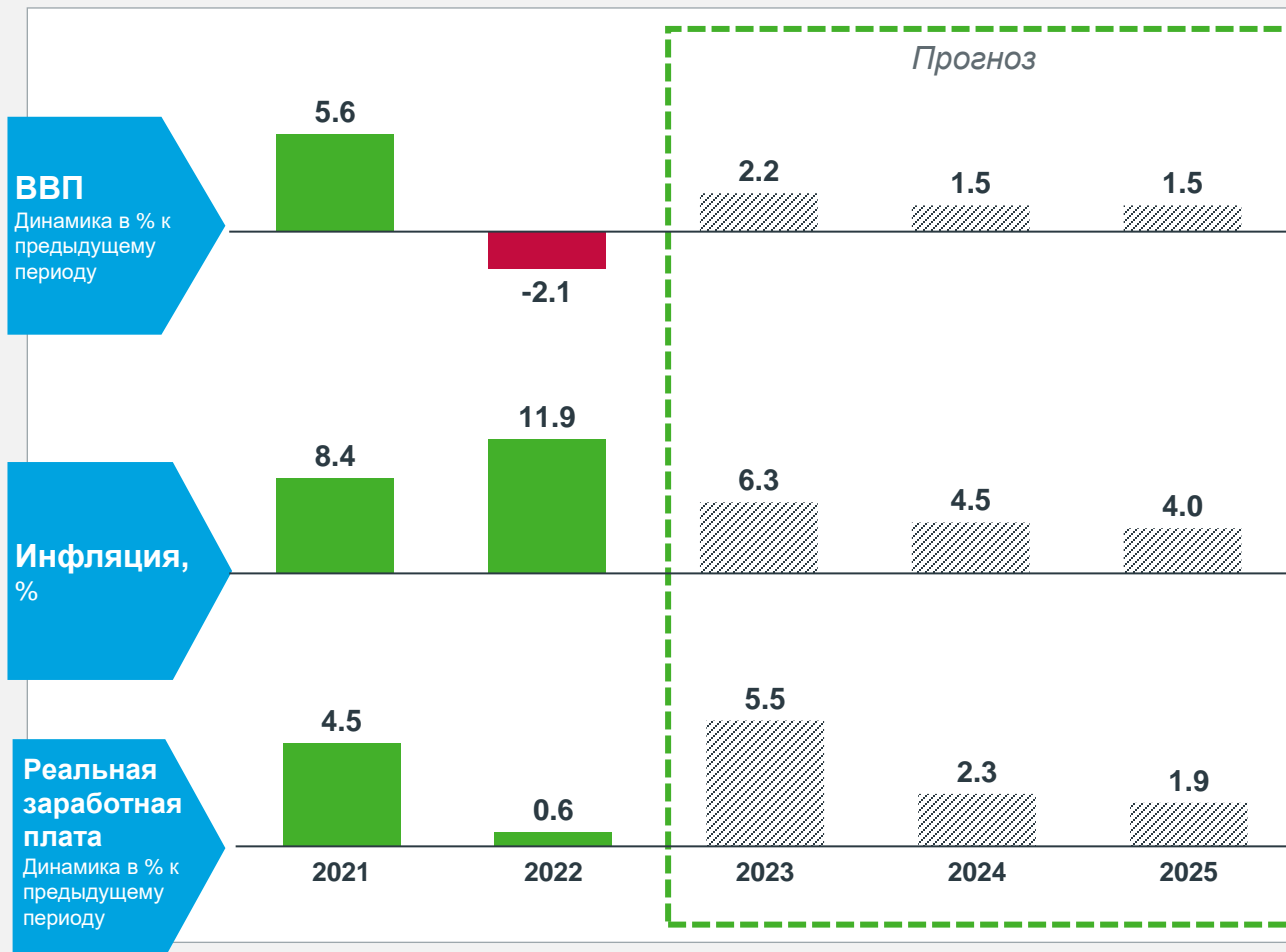


В 2023 в России прогнозируется рост уровня ВВП на 2.2%. В среднем по году курс стабилизируется на уровне 85.5 рублей за 1 \$ США

Ключевые экономические индикаторы



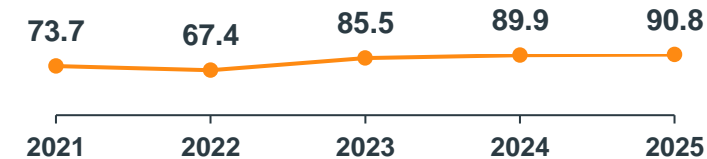
Экономические индикаторы



Комментарии

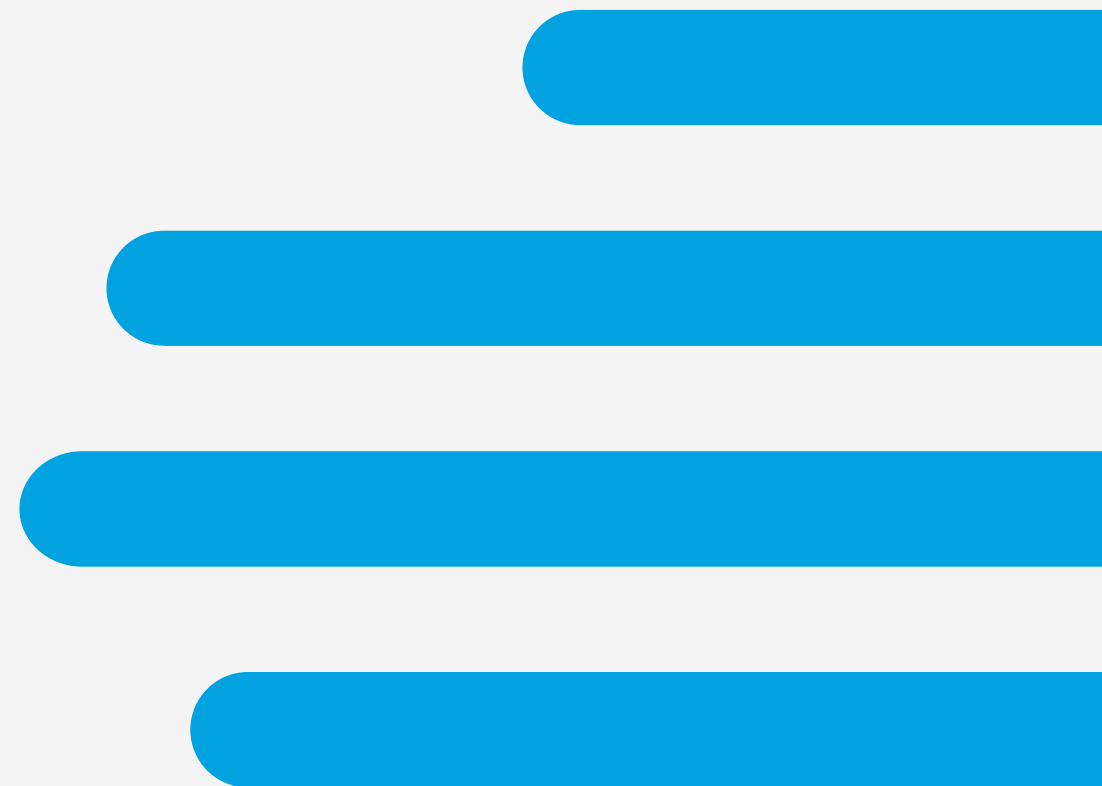
- Несмотря на падение ВВП в 2022 г., начиная с 2023 г. ВВП показывает восстановление до 2.2%; Реальная заработная плата растет 5.5% по сравнению с предыдущим периодом, но не опережает инфляционную составляющую.
- Несмотря на высокую инфляцию в 2022 году, в последующие годы инфляция прогнозируется на уровне 4-6%.
- Неопределенность сохраняется в отношении нескольких событий: устойчивости к инфляции и ужесточения денежно-кредитной политики, динамики спроса и напряженности в глобальных цепочках поставок, волатильности рынков продовольствия и энергоносителей, больших объемов долга и геополитической напряженности.

Exchange rate Rub/US\$



02

Фармацевтический рынок

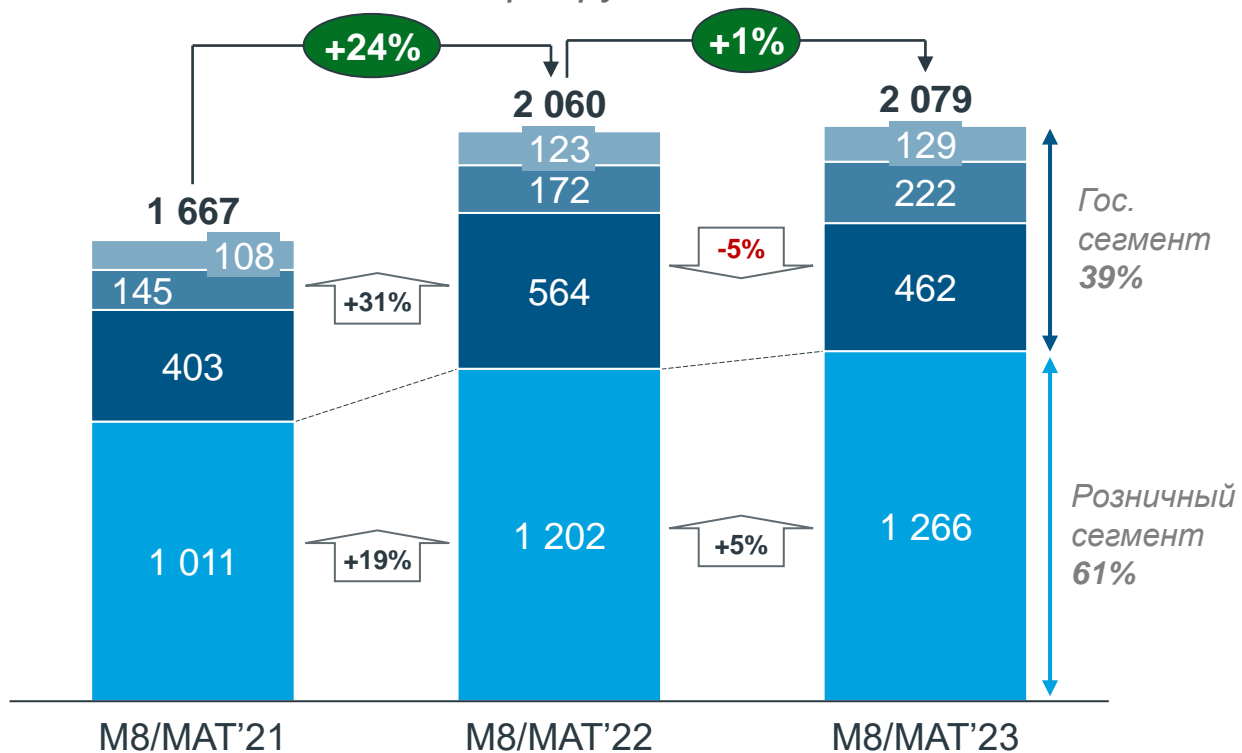


Российский фармацевтический рынок в денежном выражении показывает положительную динамику в розничном сегменте и в каналах ДЛО/РЛО бюджетного сегмента рынка

Российский фарм. рынок по сегментам

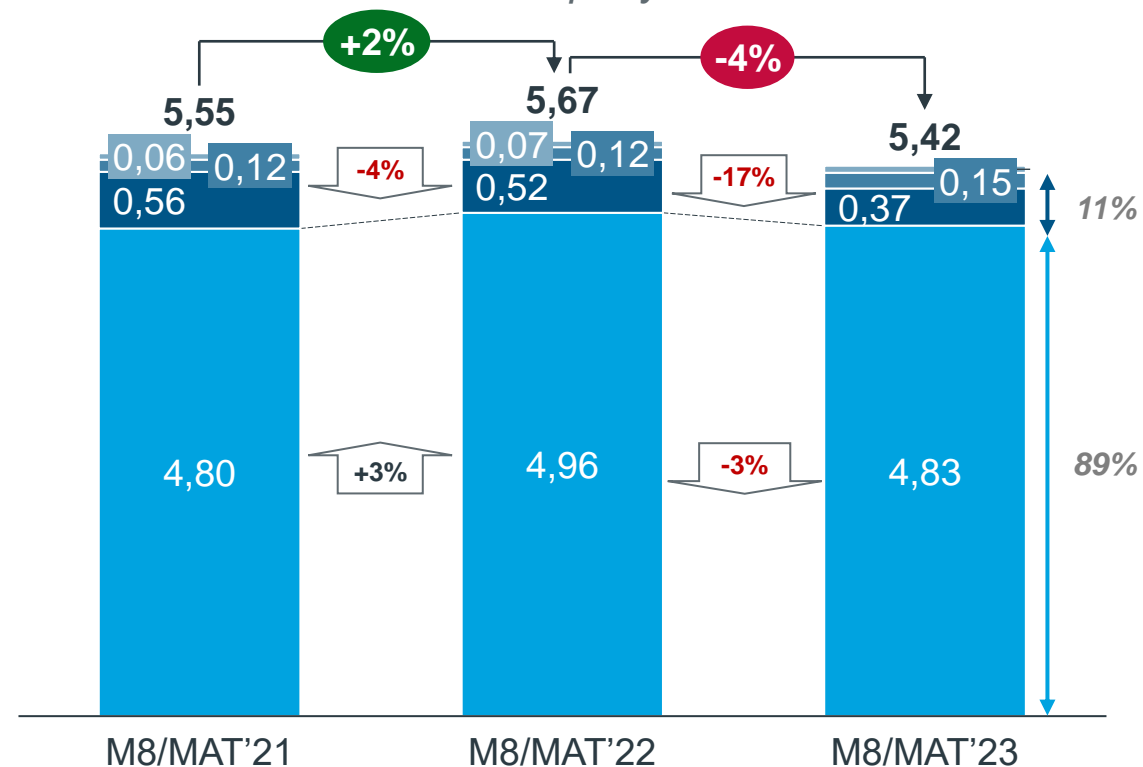
Продажи в денежном выражении

Млрд. руб.



Продажи в упаковках

Млрд. уп.



■ Розничный сегмент
 ■ Бюджетный сегмент
 ■ Федеральная льгота
 ■ Региональная льгота

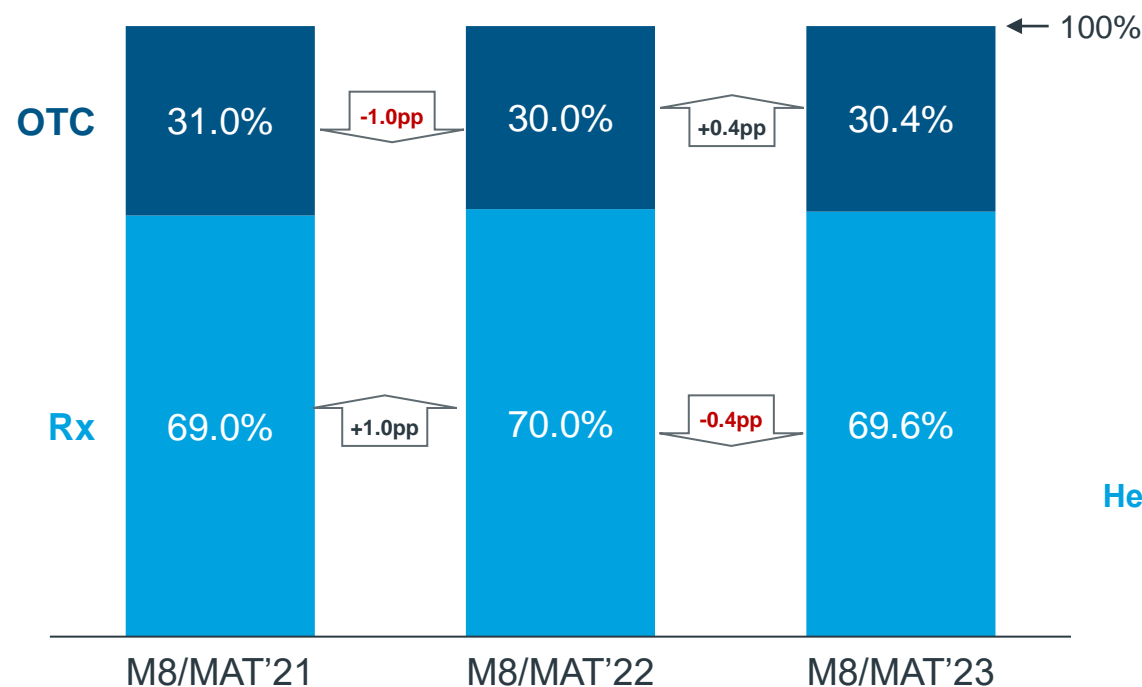
Критерий	Рубль	Доллар США	Евро	Упаковки	Стандартные упаковки (SU)
Продажи в деньгах, MAT'08'23, млрд.	2 079,5	28,7	27,3	5,4	222,5
Рост 23/22, %	1%	-0,4%	4%	-4%	-0,7%

На рынке в денежном выражении преобладают ЛС рецептурного отпуска; доля недженериковых ЛС является преобладающей, так как эти препараты обычно имеют более высокую цену

Российский фарм. рынок по структуре

Продажи по статусу ЛС

Продажи в деньгах, руб.

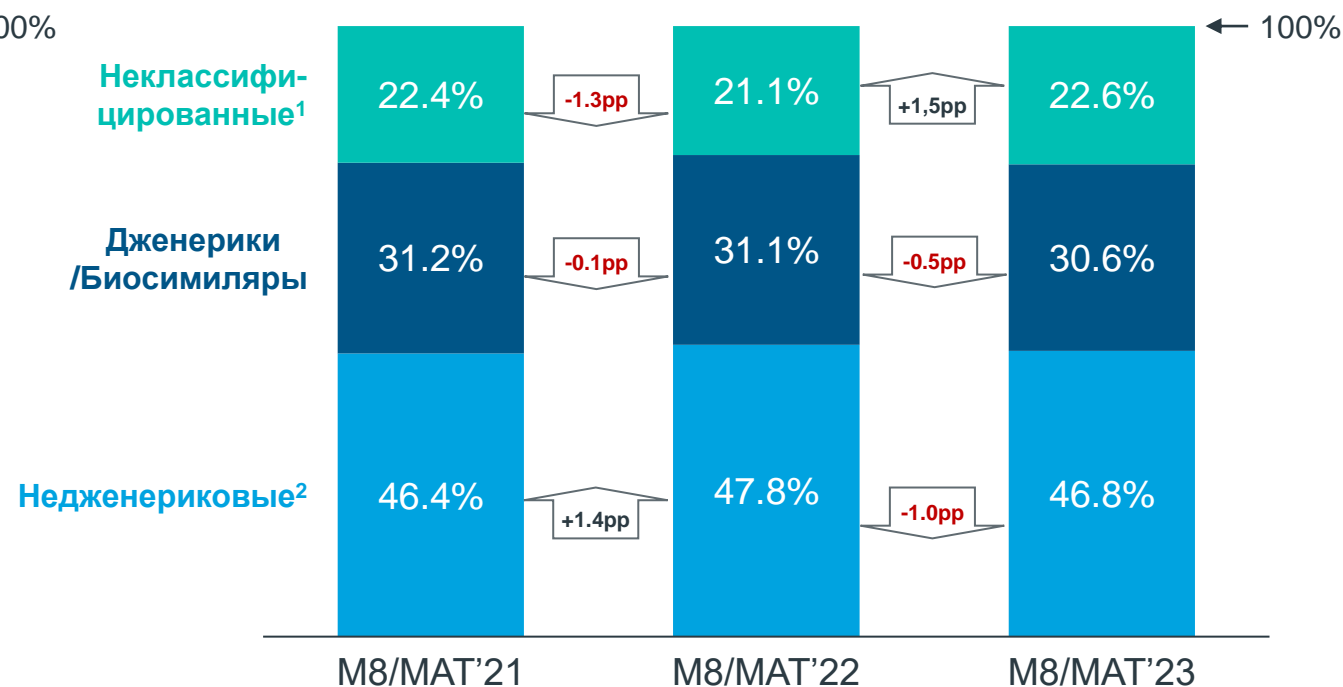


Rx / OTC, %

Розничный	50 / 50	50 / 50	51 / 49
Гос. закупка	98 / 2	98 / 2	99 / 1

Продажи по типу ЛС

Продажи в деньгах, руб.



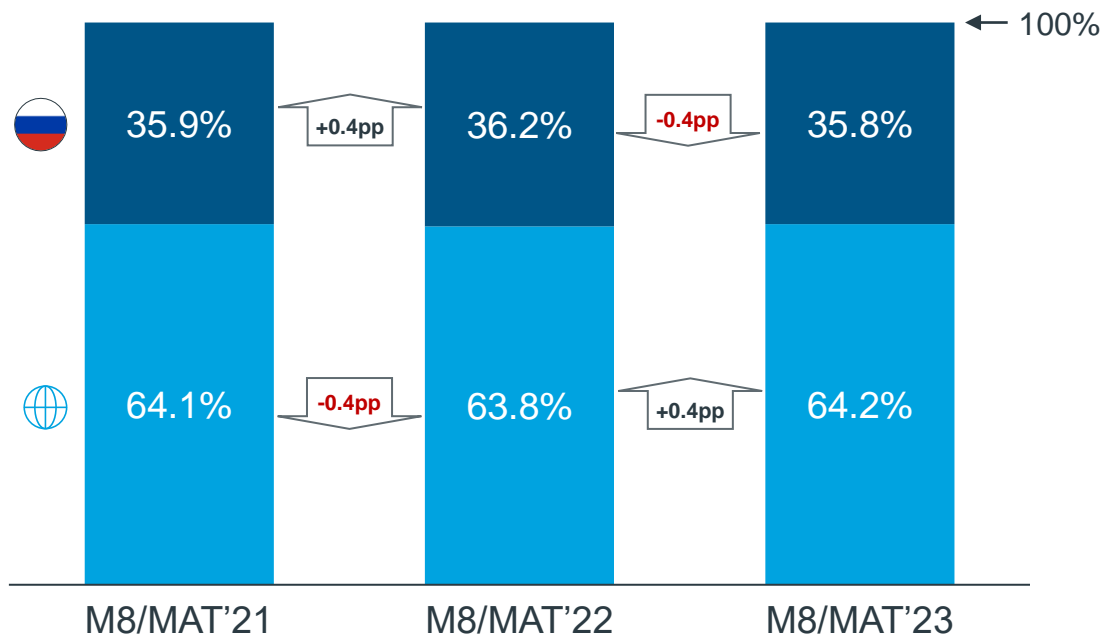
Недженериковые² / Дженерики/Бiosимилляры / Неклассифицированные¹, %

Розничный	34 / 38 / 28	34 / 38 / 28	31 / 40 / 29
Гос. закупка	66 / 21 / 13	68 / 21 / 11	71 / 16 / 13

Локальные компании занимают 36% доли рынка в деньгах и 63% в упаковках, доля рынка в упаковках у локальных компаний выросла против прошлого года

Российский фарм. рынок (локальные / мультинациональные компании)

Продажи в денежном выражении Руб.

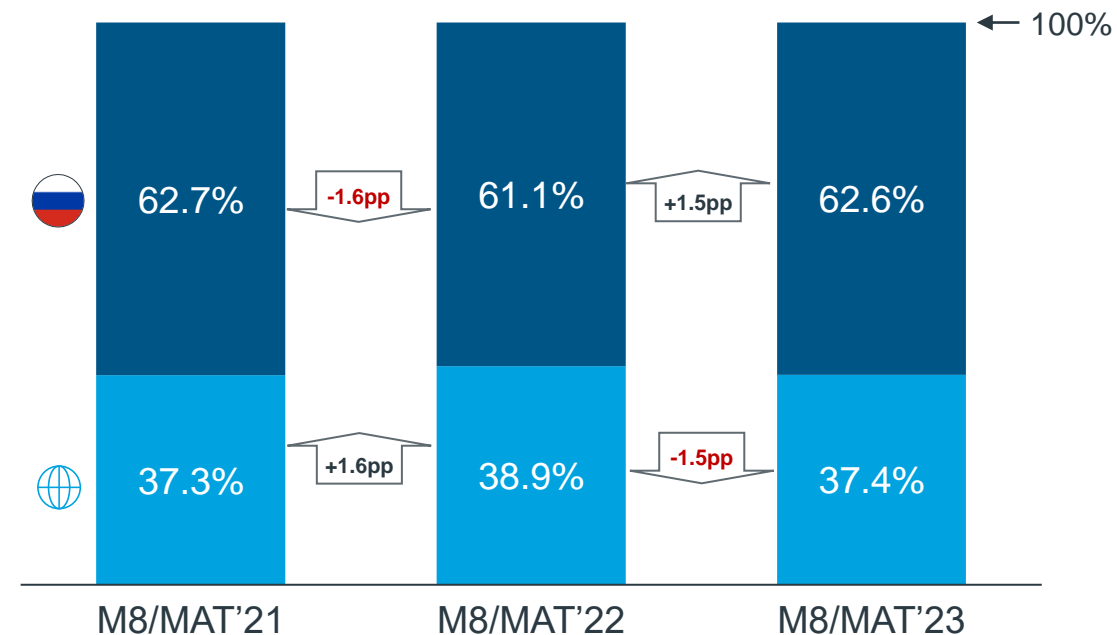


■ Мультинациональные ■ Локальные

Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	63 / 37	63 / 37	61 / 39
Гос. закупка	65 / 35	65 / 35	70 / 30

Продажи в объёмном выражении Упаковки



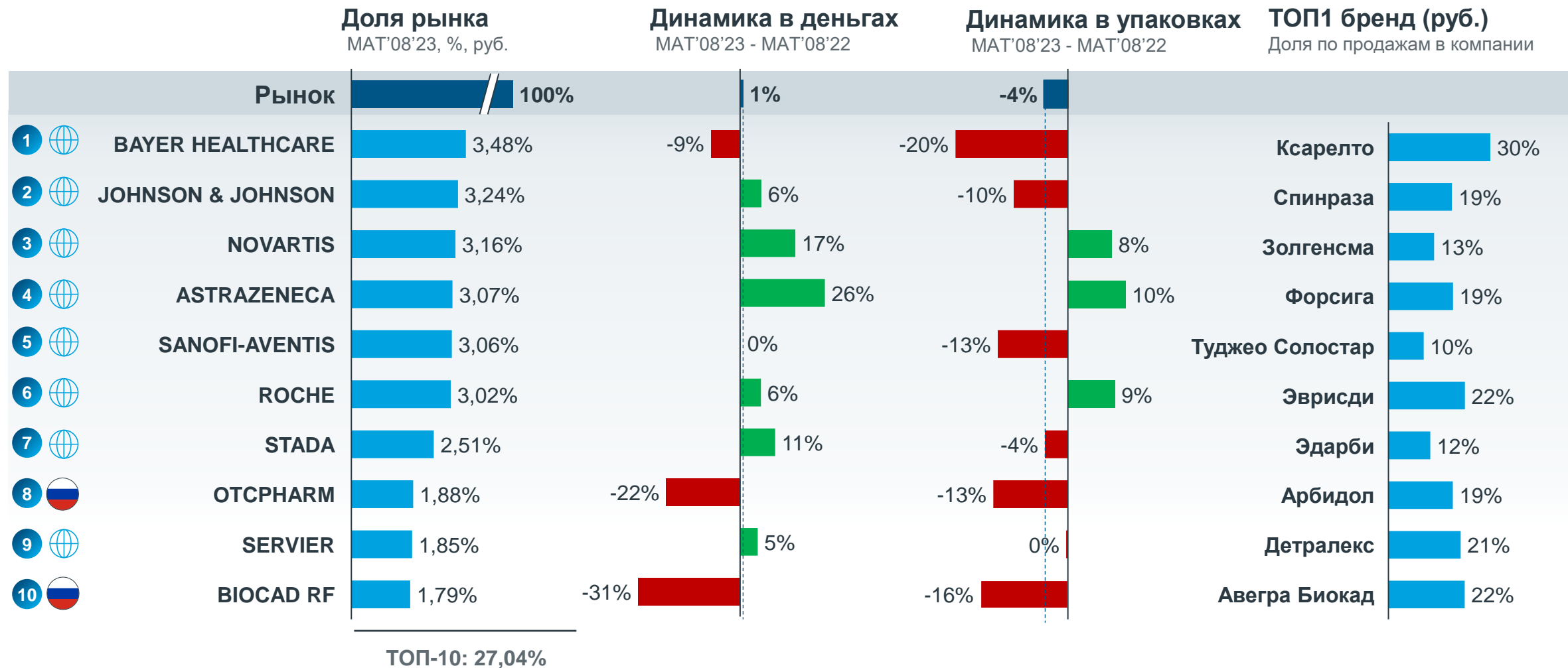
■ Мультинациональные ■ Локальные

Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	40 / 60	42 / 58	39 / 61
Гос. закупка	21 / 79	21 / 79	21 / 79

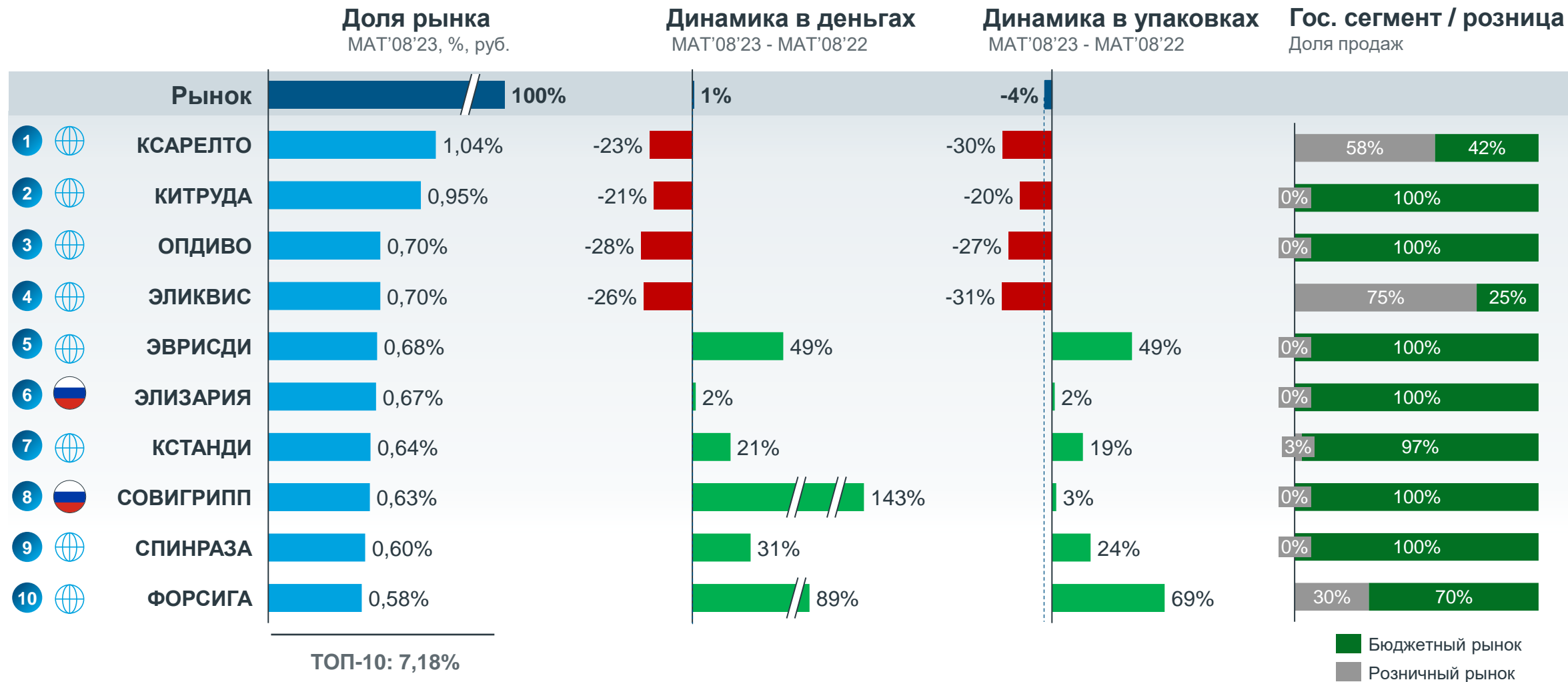
Среди ТОП-10 три компании демонстрируют прирост одновременно в денежном выражении и в упаковках – Novartis, AstraZeneca и Roche

ТОП-10 компаний по объёму продаж



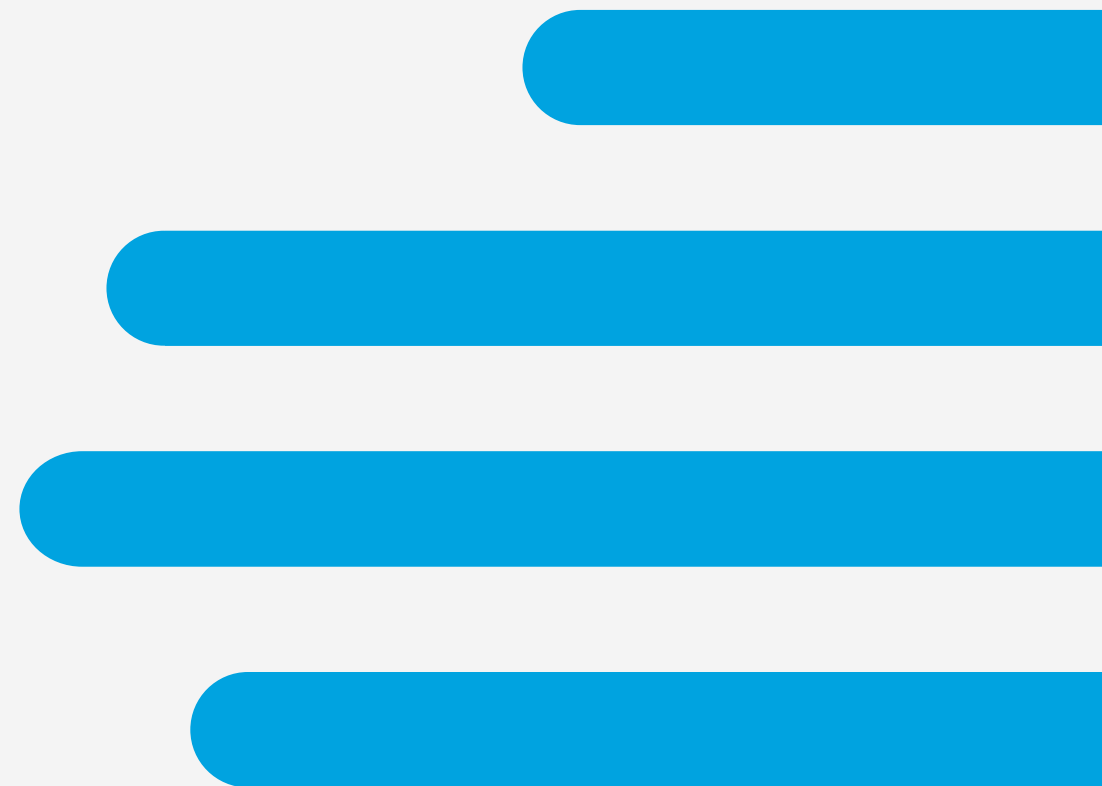
Большинство препаратов из ТОП-10 реализуются в сегменте гос. закупок; Среди ТОП-10 препаратов лишь 2 препарата локальных производителей

ТОП-10 брендов по объёму продаж



03

Розничный сегмент

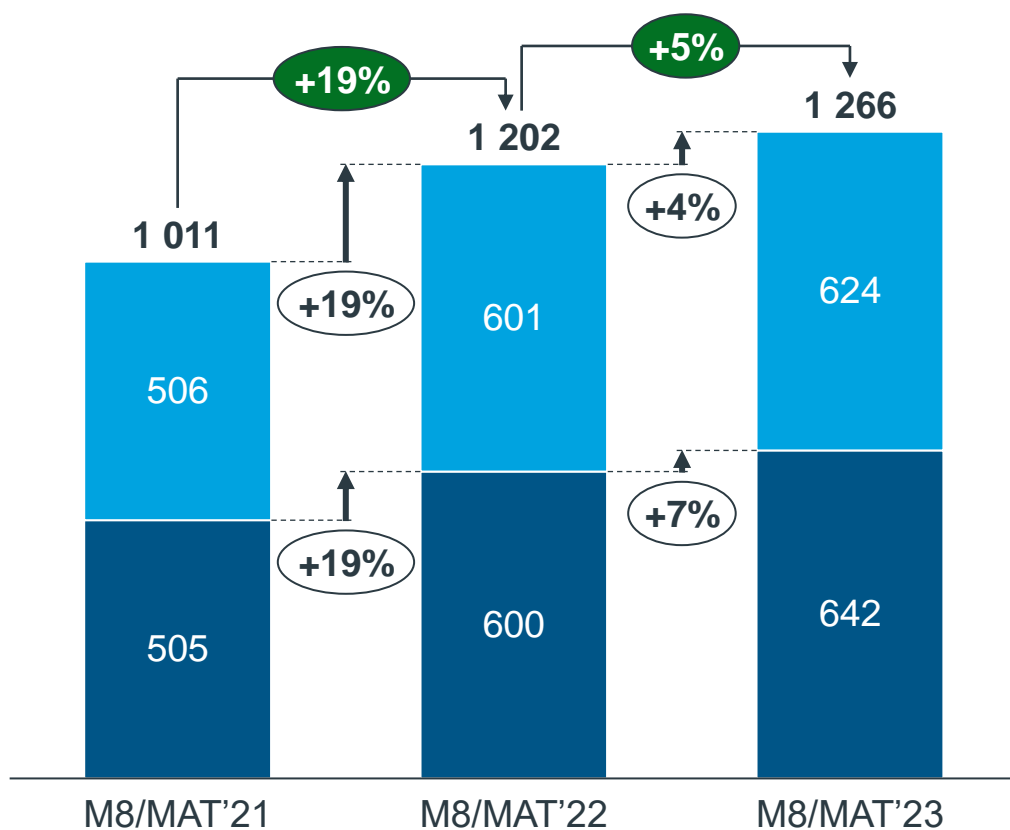


**В денежном выражении доли ОТС/Rx продуктов равны.
В объёмном выражении преобладают ОТС продукты**

Динамика розничного сегмента (рецептурные / безрецептурные препараты)

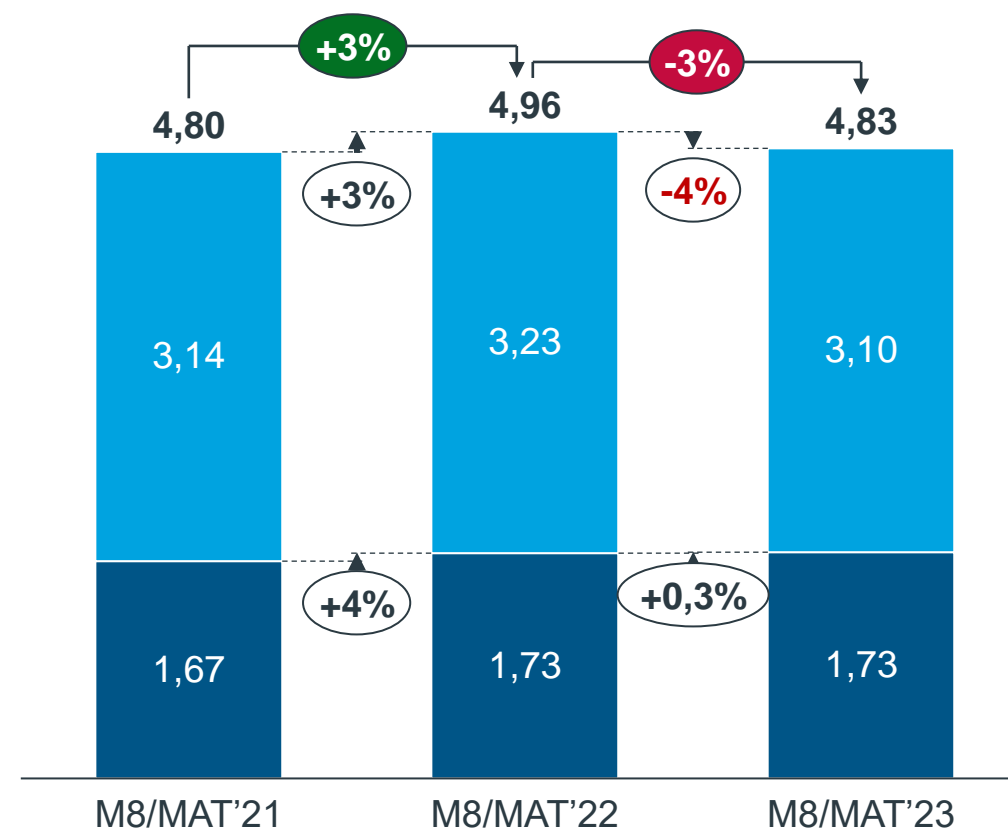
Розничные продажи в деньгах

Млрд. руб.



Розничные продажи в упаковках

Млрд. уп.



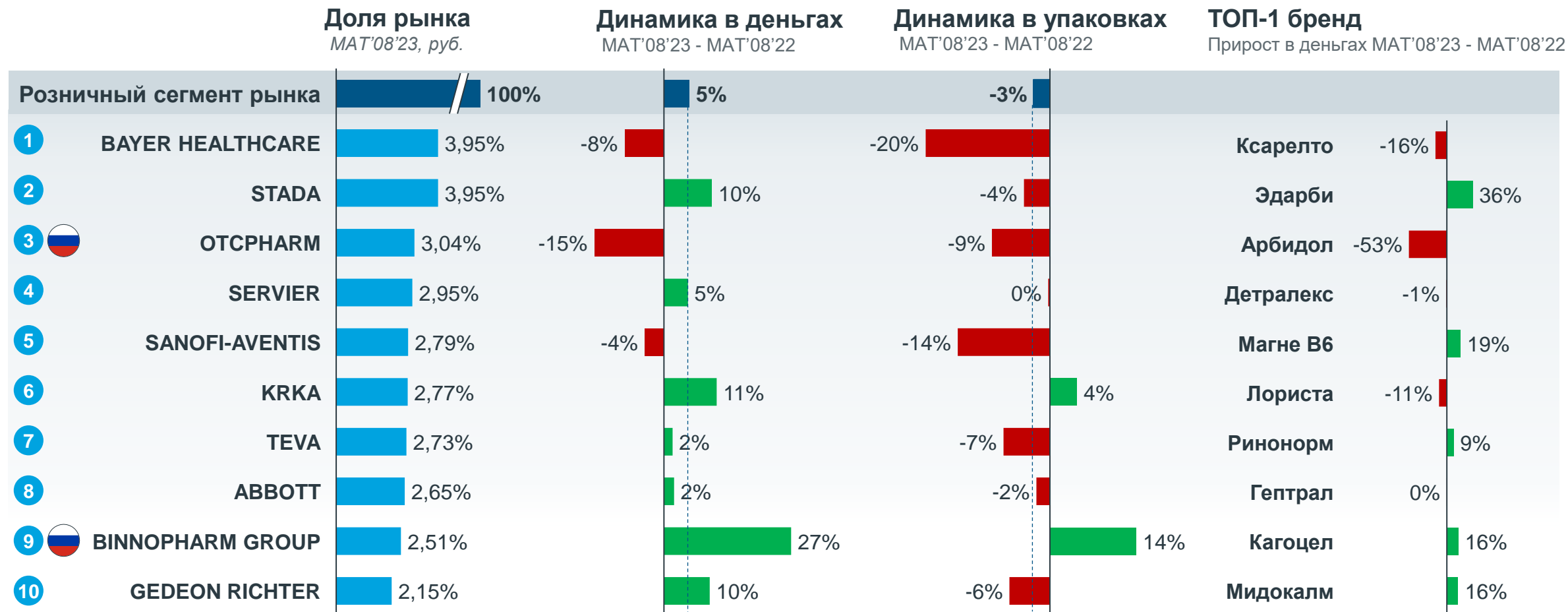
Только категория В01 (Антитромботические препараты) демонстрирует негативную YoY динамику; Остальные категории имеют позитивный тренд в денежном выражении

Динамика ТОП10 EphMRA2 категорий в розничном сегменте рынка

EphMRA2 категория		Доля рынка МАТ'08'23 Bln RUB, %	CAGR, МАТ'08'23 - МАТ'08'21 %	YoY, МАТ'08'23 - МАТ'08'22 %	Топ-1 бренд Доля рынка % в EphMRA2 категории
1	Z98 - Sotc Product	82 (6%)	14%	11%	Бак-Сет 3%
2	C09 - Препараты, Влияющие На Ренин-Ангиотензиновую Систему	62 (5%)	12%	9%	Эдарби 10%
3	R05 - Противопростудные И Противокашлевые Препараты	55 (4%)	17%	8%	Терафлю 13%
4	R01 - Препараты Для Лечения Заболеваний Носа	46 (4%)	19%	13%	Снуп 9%
5	G03 - Половые Гормоны И Модуляторы Половой Системы	44 (4%)	17%	9%	Фемостон 12%
6	В01 - Антитромбические Препараты	43 (3%)	-1%	-15%	Ксарелто 29%
7	G04 - Препараты Для Лечения Заболеваний Органов Мочеполовой Системы	37 (3%)	8%	1%	Канефрон 13%
8	N02 - Анальгетики	37 (3%)	17%	12%	Нурофен 21%
9	M01 - Противовоспалительные И Противоревматические Препараты	37 (3%)	16%	10%	Нимесил 14%
10	M05 - Прочие Препараты Для Лечения Нарушений Костно-Мышечной Системы	36 (3%)	27%	16%	Алфлутоп 11%
ТОП10		479 (38%)	14%	7%	

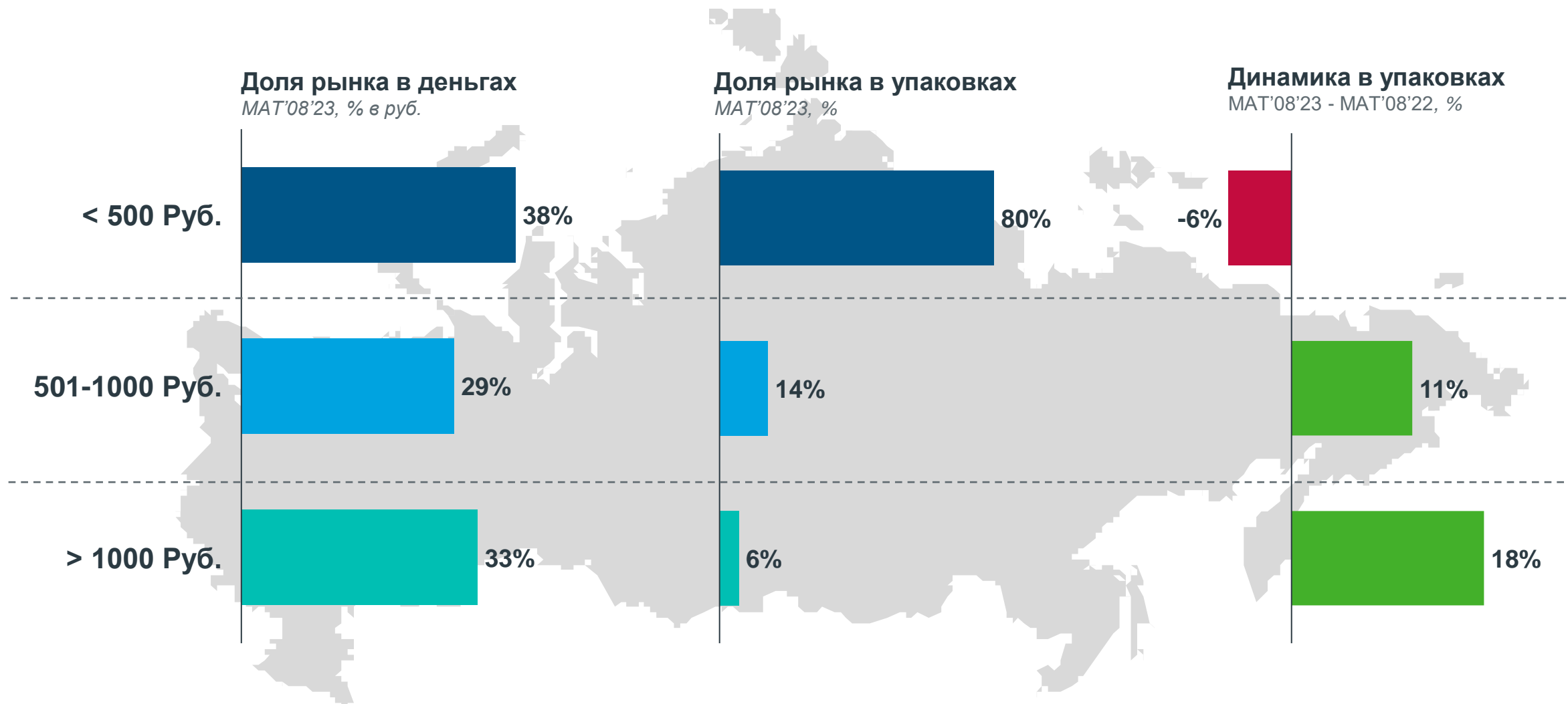
Все компании из ТОП-10 за исключением Биннофарм и КРКА в красной зоне по динамике продаж в упаковках

ТОП-10 компаний розничного рынка по объёму продаж



80% упаковок розничного сегмента приходится на лекарственные средства стоимостью <500 рублей за упаковку

Распределение продаж розничного сегмента в зависимости от стоимости упаковки



ТОП10 категорий в E-commerce (OTC / Rx)

OTC сегмент

ТОП10 EphMRA2 категорий

Продажи / MS MAT8'23

Млрд. руб. / %

Сплит продаж

E-com/аптеки

%, MAT8'23

Ранг	Категория	Продажи (Млрд. руб.)	MS (%)	E-com (%)	Аптеки (%)
1	Z98A – БАД, Витамины	22,6	28,6%	21%	79%
2	C05C – Системные препараты при варикозе	3,0	3,8%	15%	85%
3	R02A – Препараты при заболеваниях горла	2,9	3,6%	7%	93%
4	R01A – Местные препар. при заболев. носа	2,6	3,3%	6%	94%
5	N02B – Анальгетики-антипиретики	2,0	2,5%	5%	95%
6	A05B – Преп. при забол. печени, гепатопр.	1,9	2,4%	12%	88%
7	M05X – Преп. для лечен. костн-мыш. сист.	1,9	2,4%	21%	79%
8	R05C – Отхаркивающие препараты	1,7	2,1%	7%	93%
9	J05B – Противовирусные препараты	1,6	2,0%	7%	93%
10	M02A – Топические НПВС	1,4	1,7%	6%	94%

MS% ТОП10: 52.5%

E-com Аптеки

Средняя доля E-com сегмента: 11%

Rx сегмент

ТОП10 EphMRA2 категорий

Продажи / MS MAT8'23

Млрд. руб. / %

Сплит продаж

E-com/аптеки

%, MAT8'23

Ранг	Категория	Продажи (Млрд. руб.)	MS (%)	E-com (%)	Аптеки (%)
1	G03A – Системные гормональные контрацепт.	8,5	6,9%	28%	72%
2	M05X – Преп. для лечен. костн-мыш. сист.	8,5	6,9%	30%	70%
3	B01F – Прямые ингибиторы фактора Ха	5,1	4,1%	21%	79%
4	C09D – Антагонисты ангиотензин II, комбинац.	3,2	2,6%	16%	84%
5	C10A – Преп. сниж. уров. холестерина и тригл.	3,2	2,6%	15%	85%
6	C04A – Периферические вазодилататоры	3,1	2,5%	14%	86%
7	N06A – Антидепрессанты и стабил. настроен.	2,8	2,3%	27%	73%
8	M01A – Системные НПВС, противоревматич.	2,8	2,3%	7%	93%
9	C09B – Ингибиторы АПФ в комбинации	2,6	2,1%	14%	86%
10	G03F – Эстрогены в комб. с прогестагеном	2,5	2,0%	32%	68%

MS% ТОП10: 34.3%

E-com Аптеки

Средняя доля E-com сегмента: 20%

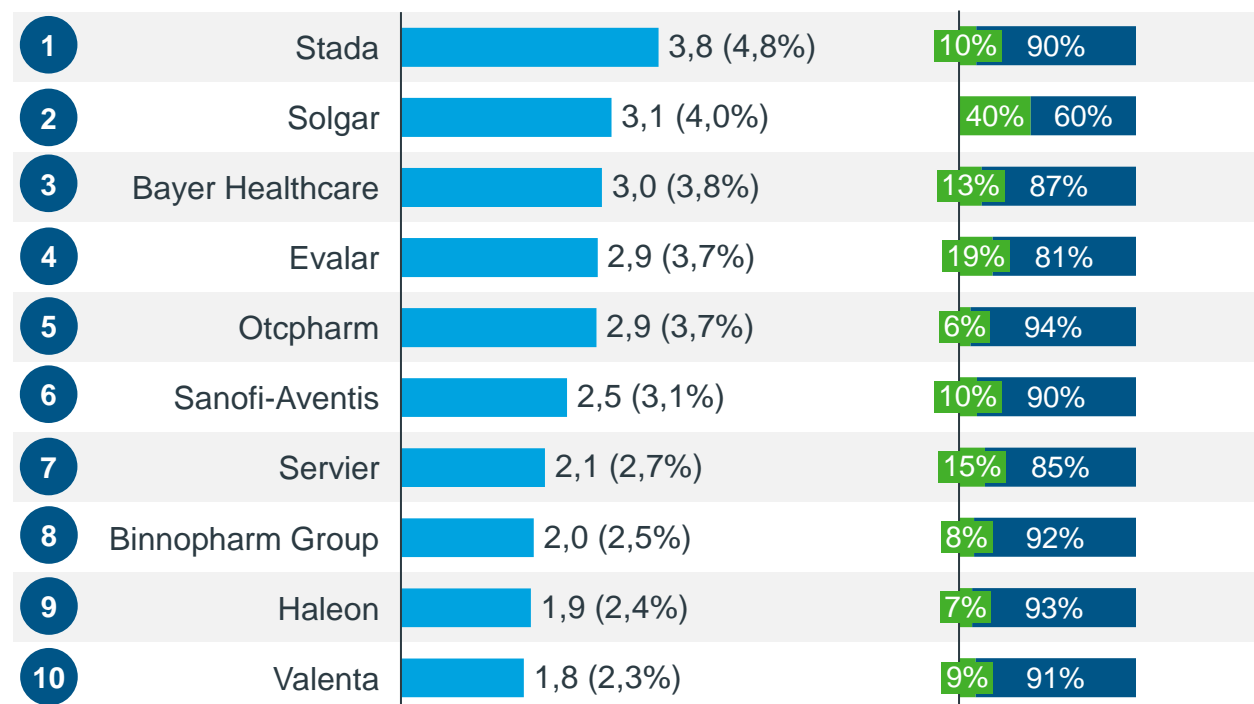
ТОП10 компаний в E-commerce (OTC / Rx)

OTC сегмент

ТОП10 компаний
Продажи / MS MAT8'23

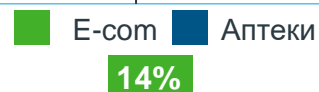
Сплит продаж
E-com/аптеки
%, MAT8'23

Млрд. руб. / %



MS% ТОП10: 33.0%

Средняя доля E-com сегмента:

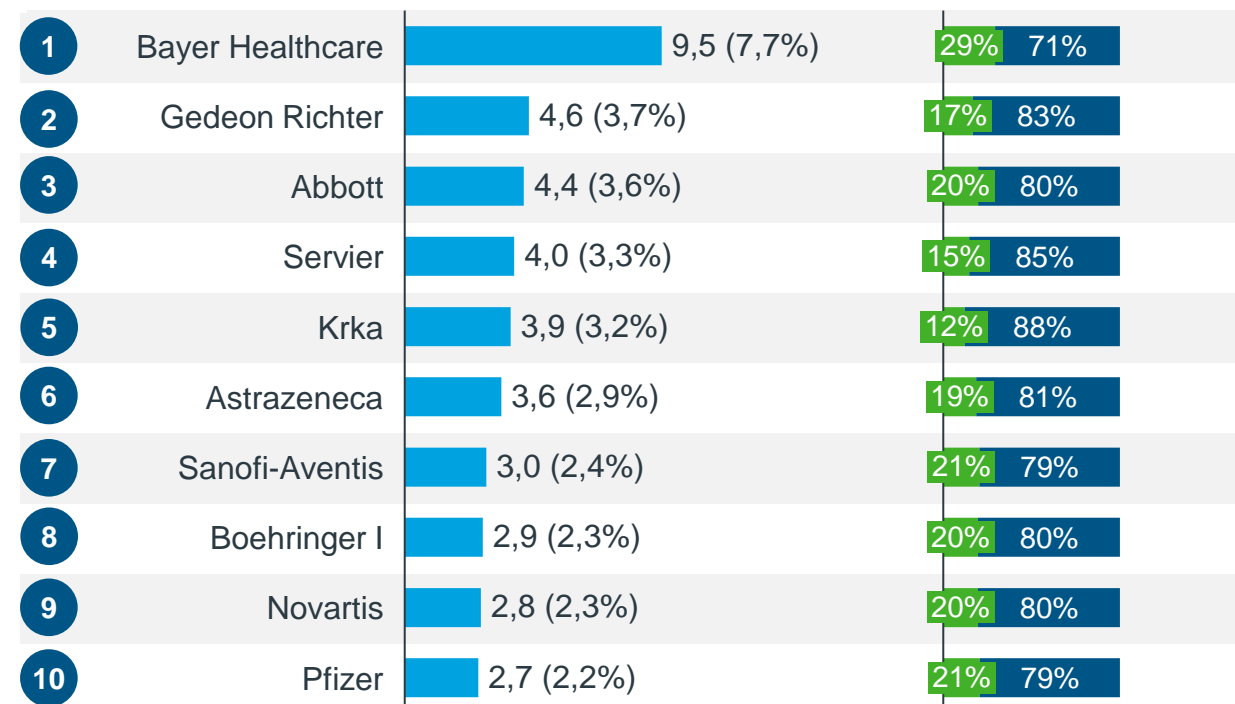


Rx сегмент

ТОП10 компаний
Продажи / MS MAT8'23

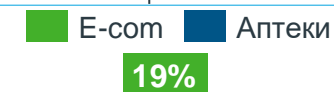
Сплит продаж
E-com/аптеки
%, MAT8'23

Млрд. руб. / %



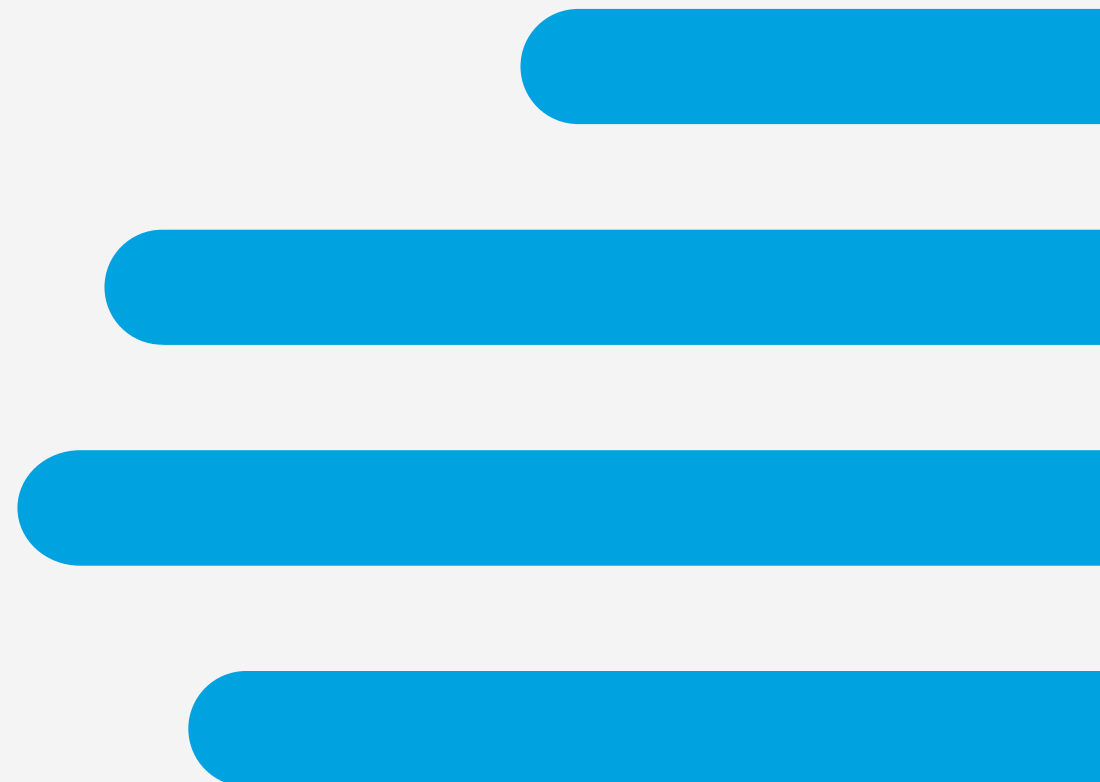
MS% ТОП10: 33.6%

Средняя доля E-com сегмента:



04

**Сегмент
государственных
закупок**

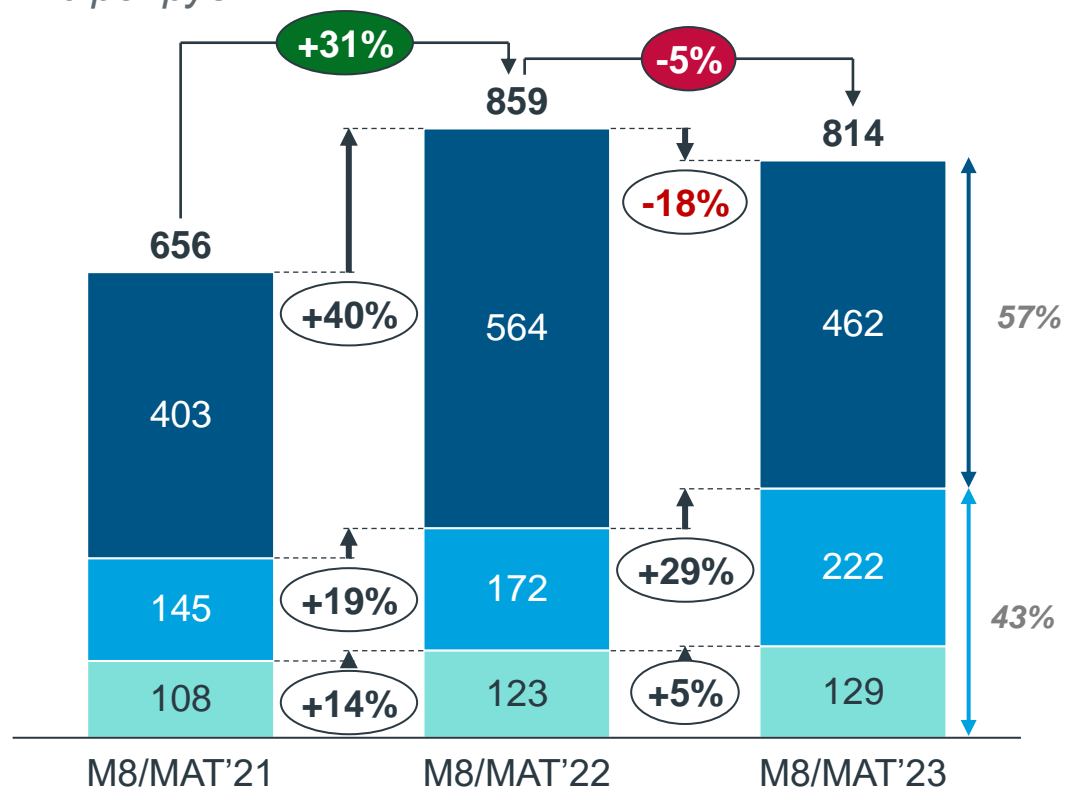


Госпитальные продажи (бюджетные) составляют 57% от всего сегмента гос. закупок в России; Оставшиеся 43% (РЛО и ДЛО) реализуются в аптеках

Сегмент государственных закупок

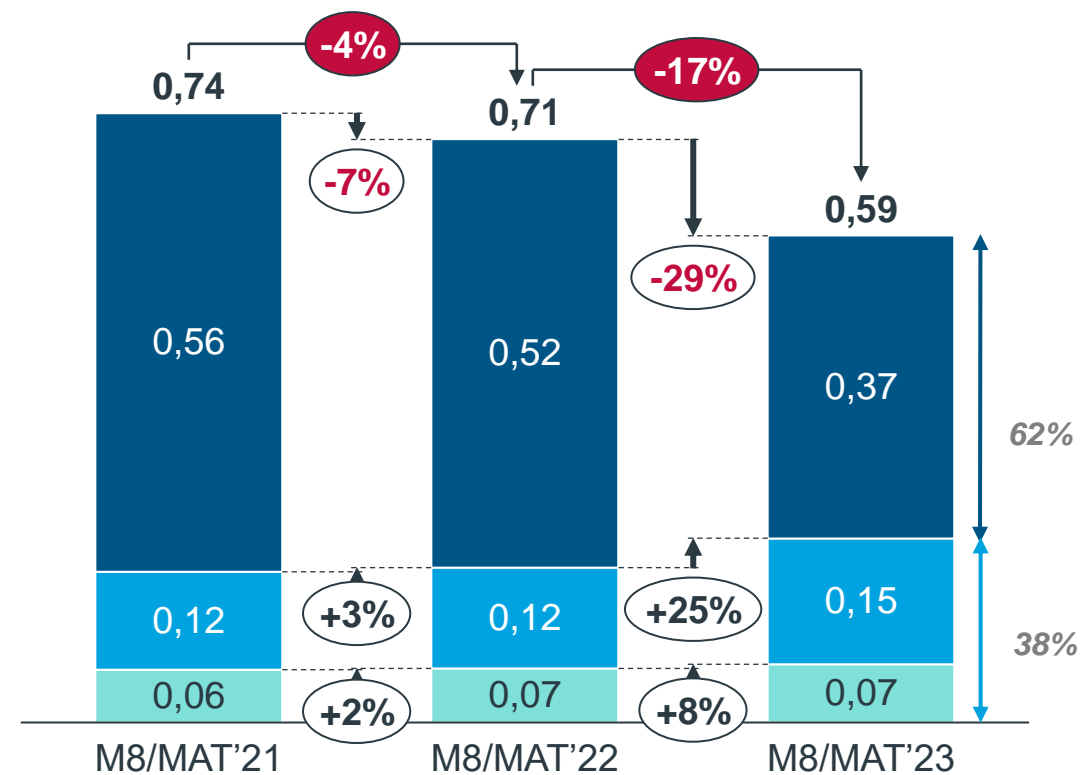
Продажи в денежном выражении

Млрд. руб.



Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.



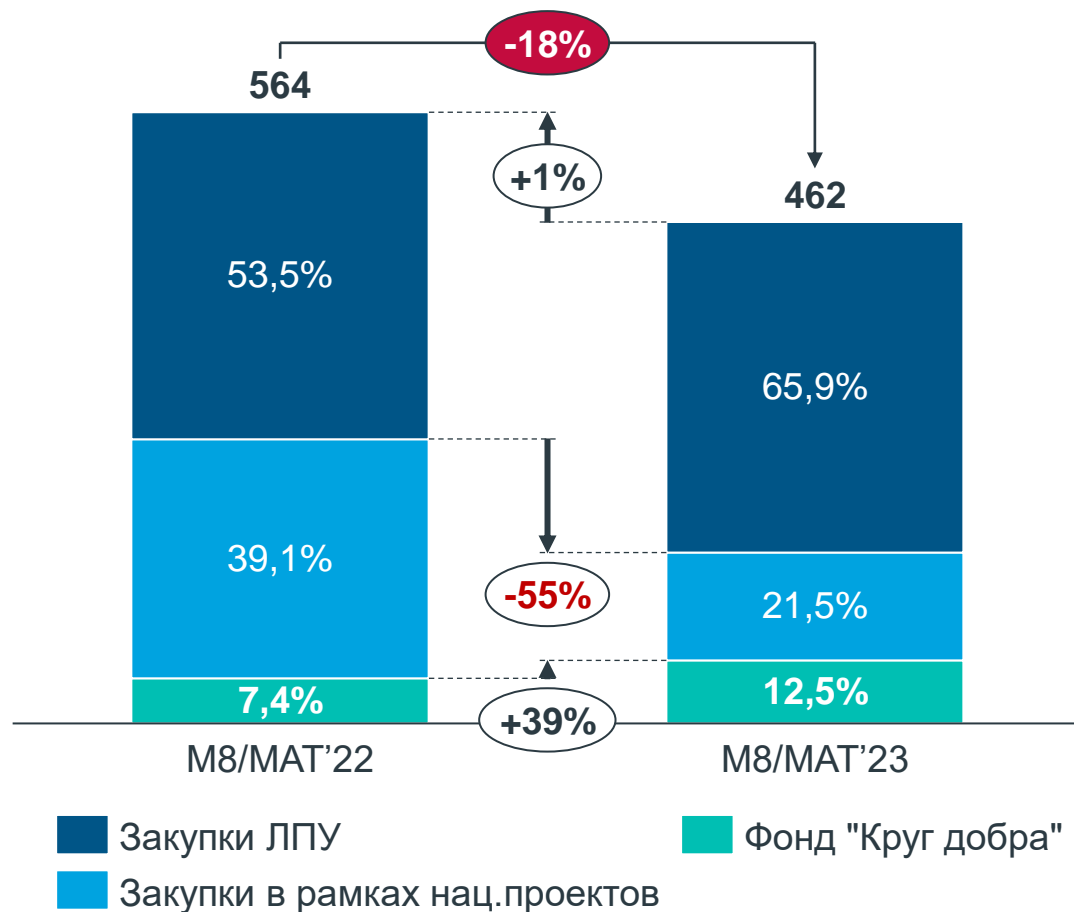
■ Бюджетные закупки, искл. ДЛО и РЛО ■ Региональная льгота ■ Федеральная льгота

Национальная государственная программа «Круг добра» - основной драйвер роста бюджетного сегмента; Трансларна – крупнейший продукт

Бюджетный (госпитальный) сегмент

Сегментация бюджетных продаж

Млрд. руб.



ТОП-10 брендов в фонде «Круг добра»

Продажи в денежном выражении
MAT'08'23, % в млрд. руб.

Динамика продаж
MAT'08'23 vs MAT'08'22, % в руб.

Бренд	Продажи в денежном выражении (млрд. руб.)	Динамика продаж (MAT'08'23 vs MAT'08'22, % в руб.)
Трансларна (Ptc Therapeutics)	10,45	101,9%
Эврисди (Roche)	10,26	48,1%
Золгенсма (Novartis)	8,78	0,4%
Спинраза (Johnson & Johnson)	8,17	22,0%
Оркамби (Vertex Pharm)	6,30	16,6%
Коселуго (Astrazeneca)	3,49	172,2%
Стрензик (Alexion Pharma Sw)	2,54	36,1%
Вимизайм (Biomarin Ireland)	2,48	38,8%
Канума (Alexion Pharma Sw)	1,69	63,5%
Гэттестив (Takeda)	1,58	6,5%

L01 - крупнейшая категория гос. сегмента с 29% долей рынка; Категории J05, L04, B01 показывают негативную динамику в связи с завершением пандемии COVID

Динамика ТОП-10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок

EphMRA2 категория	Доля рынка		CAGR,		YoY,		ТОП-1 бренд	
	МАТ'08'23		МАТ'08'23-МАТ'08'21		МАТ'08'23 - МАТ'08'22		Доля рынка % в EphMRA2 категории	
	Млрд. руб., %		%		%			
1 L01 - Антинеопластики	239	(29%)	17%		9%		Китруда	8%
2 N07 - Прочие Препараты Для Лечения Заболеваний Нервной Системы	57	(7%)	14%		6%		Эврисди	25%
3 A10 - Препараты Для Лечения Сахарного Диабета	57	(7%)	23%		25%		Форсига	15%
4 J05 - Противовирусные Препараты Системные	51	(6%)	0%		-56%		Тивикай	13%
5 J07 - Вакцины	42	(5%)	8%		32%		Совигрипп	31%
6 L04 - Иммунодепрессанты	41	(5%)	8%		-35%		Элизария	34%
7 B02 - Препараты Для Лечения Системы Свертывания Крови	34	(4%)	16%		22%		Гемлибра	16%
8 B01 - Анти тромбические Препараты	33	(4%)	-10%		-37%		Ксарелто	28%
9 L02 - Цитостатическая Гормональная Терапия	26	(3%)	28%		29%		Кстанди	50%
10 A16 - Прочие Препараты Для Лечения Заболеваний ЖКТ И Нарушений Обмена Веществ	22	(3%)	19%		12%		Элапраза	15%
ТОП10	603 (74%)		12%		-7%			

На мультинациональные компании приходится примерно 74% продаж в деньгах и около 32% продаж в упаковках

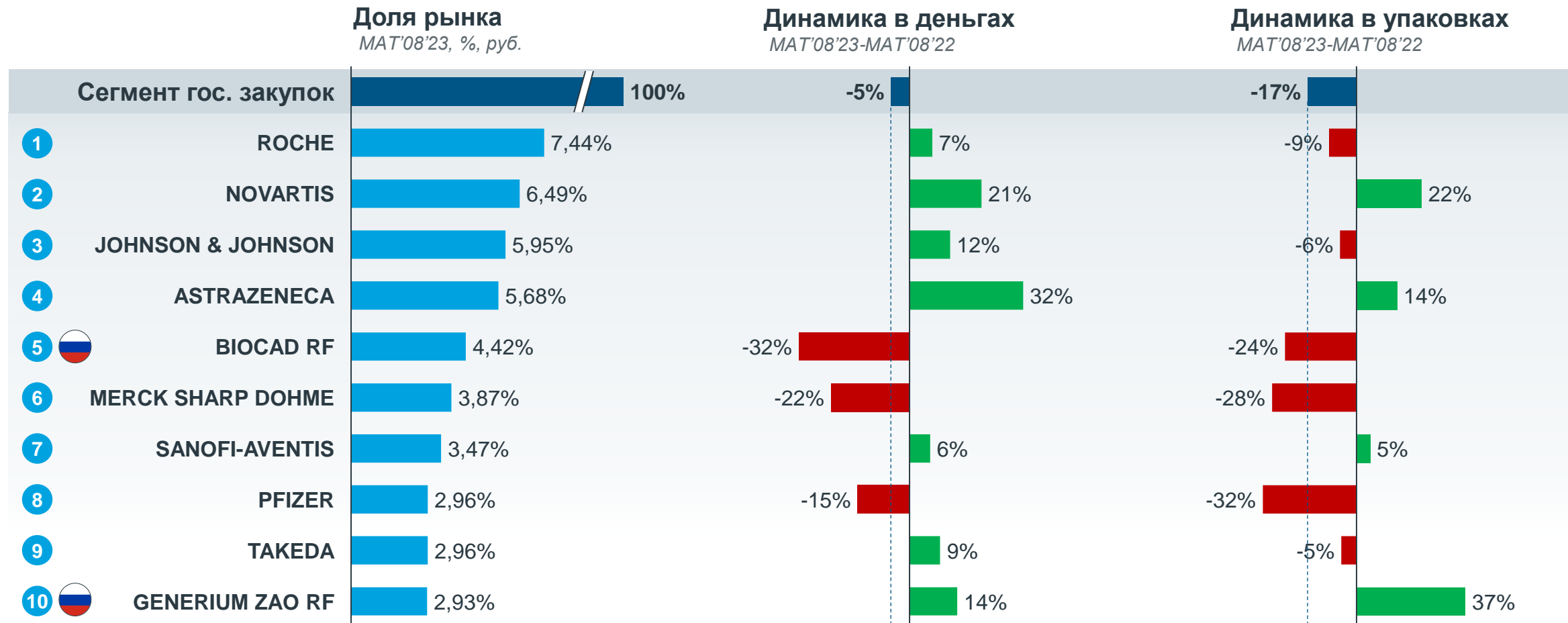
Динамика ТОП-10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок

EphMRA2 категория	Доля рынка МАТ'08'23		Продажи в денежном выражении МАТ'08'23		Продажи в объёмном выражении МАТ'08'23	
	Млрд. руб., %		Руб., %		Упаковки, %	
1 L01 - Антинеопластики	239	(29%)	79%	21%	32%	68%
2 N07 - Прочие Препараты Для Лечения Заболеваний Нервной Системы	57	(7%)	90%	10%	17%	83%
3 A10 - Препараты Для Лечения Сахарного Диабета	57	(7%)	76%	24%	31%	69%
4 J05 - Противовирусные Препараты Системные	51	(6%)	71%	29%	25%	75%
5 J07 - Вакцины	42	(5%)	35%	65%	34%	66%
6 L04 - Иммунодепрессанты	41	(5%)	51%	49%	61%	39%
7 B02 - Препараты Для Лечения Системы Свертывания Крови	34	(4%)	80%	20%	34%	66%
8 B01 - Антитромбические Препараты	33	(4%)	75%	25%	36%	64%
9 L02 - Цитостатическая Гормональная Терапия	26	(3%)	78%	22%	37%	63%
10 A16 - Прочие Препараты Для Лечения Заболеваний ЖКт И Нарушений Обмена Веществ	22	(3%)	88%	12%	55%	45%
ТОП10	603	(74%)	74%	26%	32%	68%

■ Мультинациональные компании
■ Локальные компании

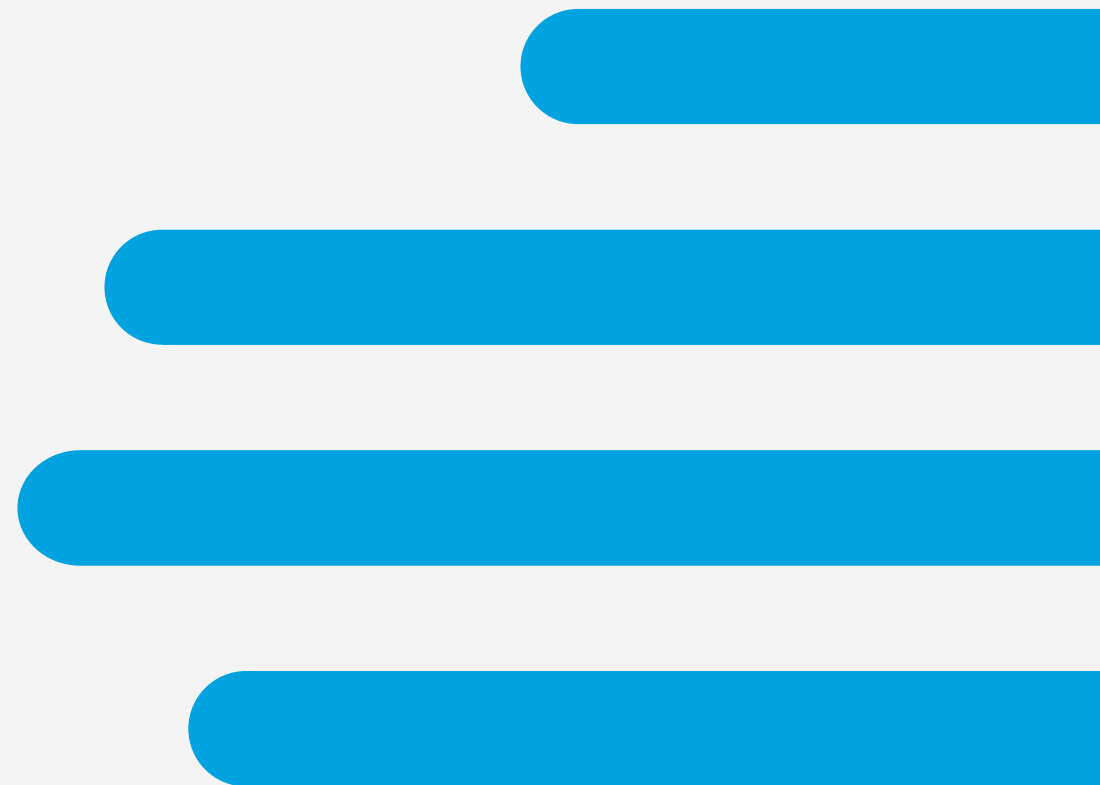
Novartis, AstraZeneca и Generium – лидеры рынка государственных закупок в денежном выражении по темпам роста в деньгах и упаковках с приростами >10%

ТОП-10 компаний сегмента гос. закупок по объёму продаж



05

Прогноз динамики фармацевтического рынка

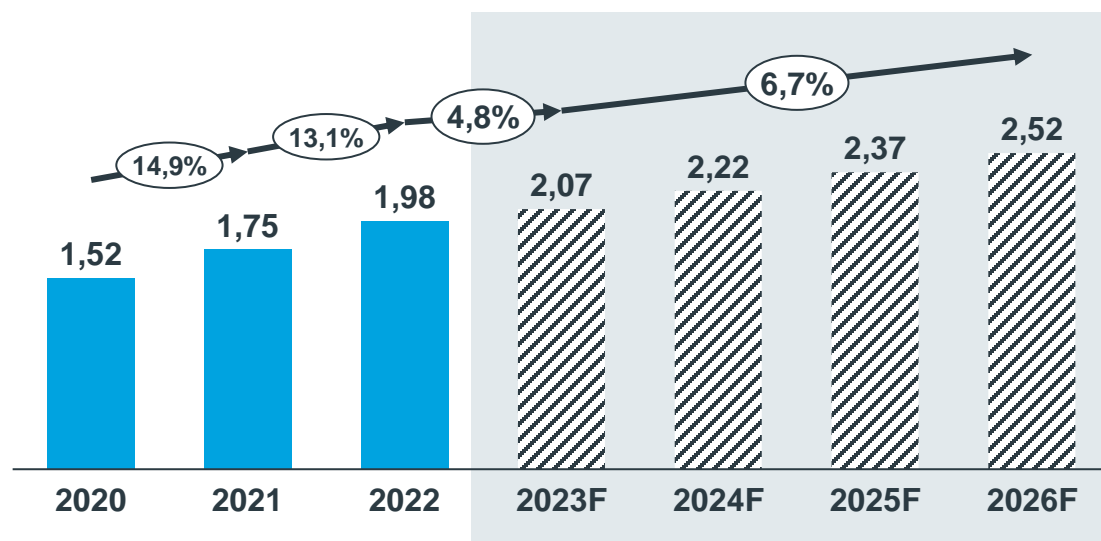


В 2023 ожидается замедление темпов роста фармацевтического рынка. Ожидается рост на уровне/чуть выше уровня инфляции – примерно 6-7%

Прогноз динамики фарм. рынка на горизонте 2023-2026

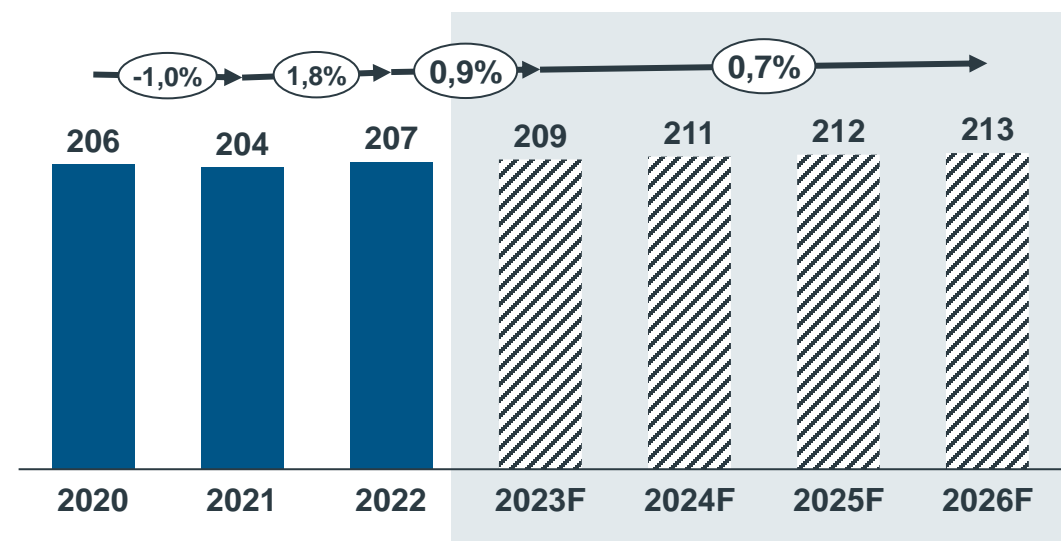
Рынок в денежном выражении

Трлн. руб., TRD Prices



Рынок в объёмном выражении

Млрд., станд. упаковки

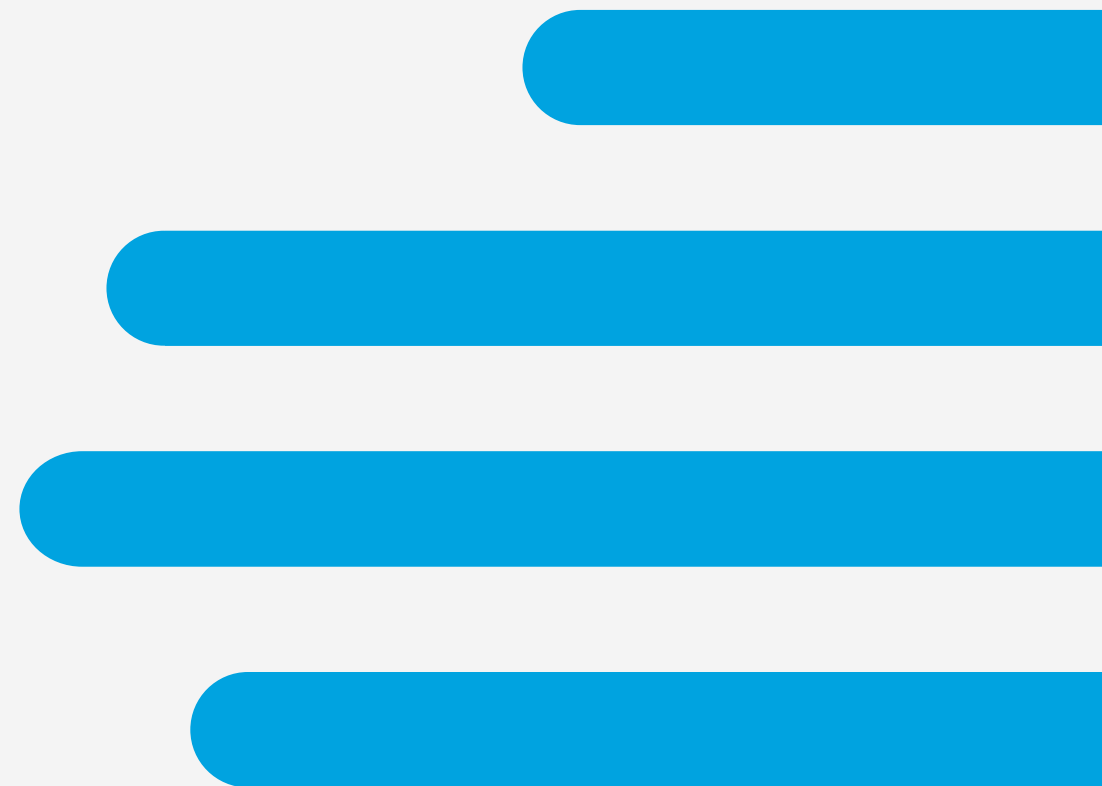


Комментарии:

- Covid и кризис (2020-2022):** Взрывной рост рынка был связан с покупкой препаратов «про запас» в условиях неопределённости весной 2022, а также с ростом потребления противовирусных препаратов и препаратов для лечения Covid. Дополнительно к этому, имели место высокий уровень инфляции и значительный рост цен Non-EDL препаратов. Все эти факторы привели к 13-15% росту рынка в денежном выражении за предыдущие периоды. Рынок в объёмном выражении стагнирует из-за снижения покупательской способности конечных потребителей.
- Период восстановления рынка (2023-2026):** Высокие темпы роста предыдущего периода будут нивелированы экономическими вызовами и продолжением действия санкций со стороны ЕС/США, что приведёт к снижению темпов роста до уровня 6-7% CAGR. Положительная динамика рынка в упаковках, наиболее вероятно, будет поддерживаться за счёт существующих и новых дорогостоящих целевых гос. программ (например, Диабет, Орфанные ЛС, Онкология, Кардиология), что обеспечит уровень роста 0%-1% на прогнозируемый период.

06

Промоционные активности



F2F визиты постепенно возвращаются после пандемии Covid и занимают лидирующую позицию среди всех доступных промоционных каналов

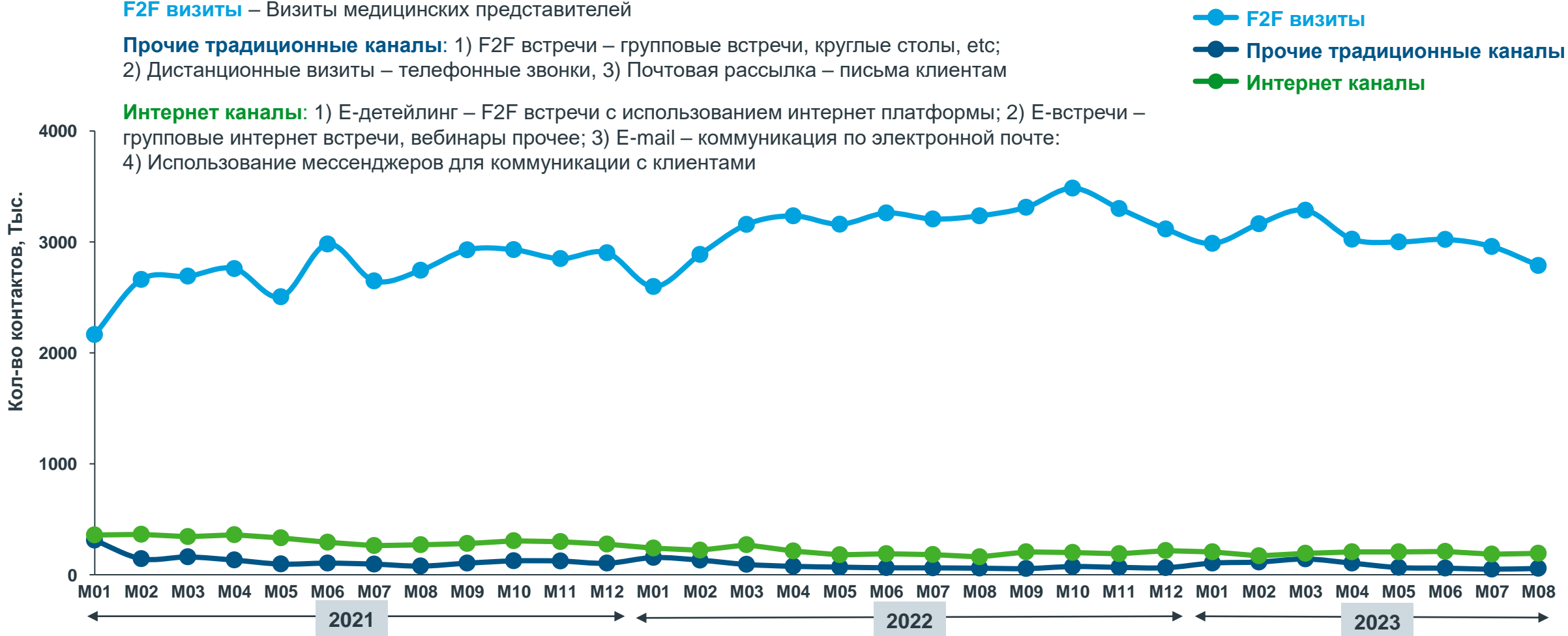
Промоционные активности по каналам

Channel Dynamics®

F2F визиты – Визиты медицинских представителей

Прочие традиционные каналы: 1) F2F встречи – групповые встречи, круглые столы, etc;
2) Дистанционные визиты – телефонные звонки, 3) Почтовая рассылка – письма клиентам

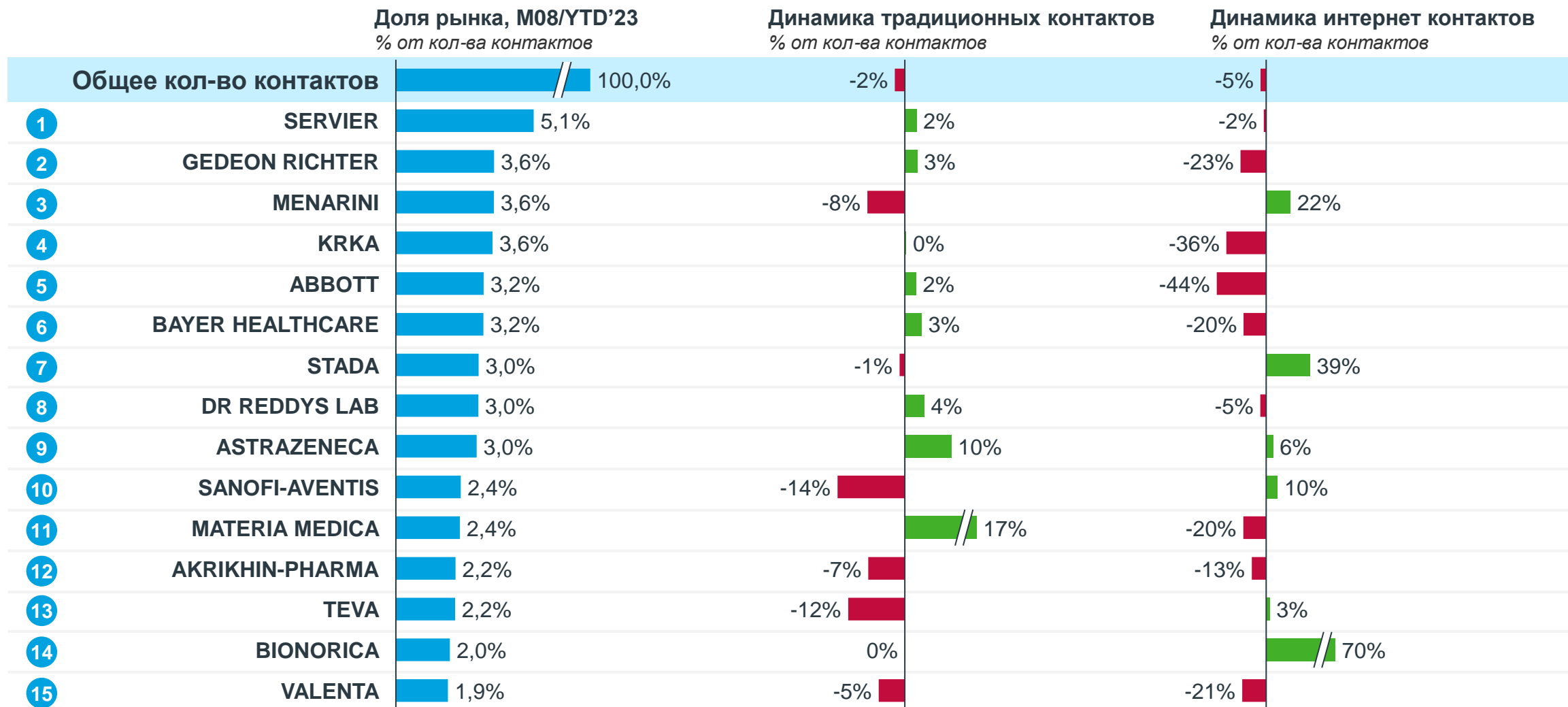
Интернет каналы: 1) Е-детейлинг – F2F встречи с использованием интернет платформы; 2) Е-встречи – групповые интернет встречи, вебинары прочее; 3) Е-mail – коммуникация по электронной почте;
4) Использование мессенджеров для коммуникации с клиентами



Большинство компаний из ТОП15 реинвестирует в традиционные промоционные каналы и ограничивает инвестиции в интернет каналы

Промоционные активности по каналам

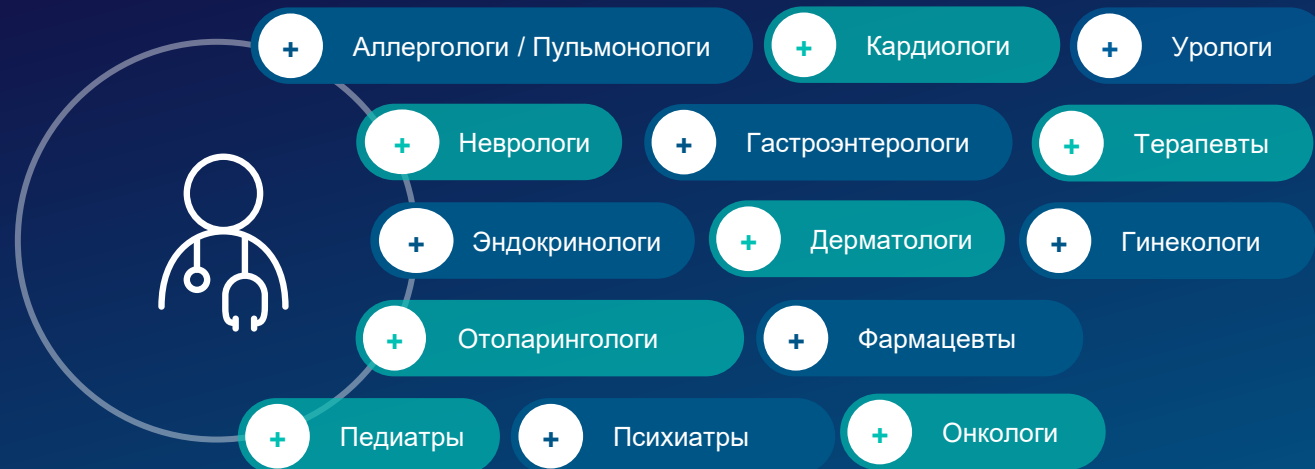
Channel Dynamics®



Source: IQVIA Russia, Channel Dynamics promo evaluation; Specialties: Allergology/Pulmonology, Cardiology, Dermatology, Diabetes, E.N.T., Gastroenterology, GPs, Gynecology, Neurology, Oncology, Pediatric, Pharma, Psychotherapy, Urology.
FACTS from IQVIA | Copyright © 2023 IQVIA. All rights reserved.

Что за сервис Channel Dynamics®?

Уникальный информационный сервис для оценки эффективности используемых каналов продвижения препаратов



Channel Dynamics можно использовать для:

- Отслеживания конкурентной активности (включая анализ эффективности ключевых сообщений)
- Оптимизации текущих промо-кампаний
- Выбора наилучшего промо-микса (digital каналы vs non-digital каналы)
- Анализа эффективности промо-активностей (NPS и корреляция с продажами)
- Формирования чёткого понимания рыночной динамики и отклика продуктов различных категорий на промо активности



Какие типы активностей отслеживаются?

- Индивидуальные и групповые визиты
- Мероприятия, круглые столы и прочие встречи
- Удаленные типы коммуникации
- Digital каналы продвижения
- Реклама на профессиональных ресурсах специалистов здравоохранения
- Другие промо активности, направленные на врачей и фармацевтов



В каком виде предоставляются данные:

1. **Стандартизированный синдикативный отчёт** с фокусом на сравнительном анализе фармацевтических компаний и брендов (рейтинг компаний/брендов по SOV)
2. **Кастомизированный отчёт** под запрос конкретного клиента
3. **Комбинация кастомизированного отчёта + Ad Hoc отчёта от команды маркетинговых исследований** для понимания глубинных причин/взаимосвязей и определения оптимальных стратегических/тактических шагов

У терапевтов и акушеров/гинекологов самое большое количество пациентов на врача в Южном Федеральном округе РФ

Распределение врачей

Топ-10 специалистов

Тысячи людей



Всего: 660 специалистов

Количество релевантных пациентов на врача*

Деление по Федеральным округам РФ

Федеральный округ	Терапевты	Педиатры	Акушеры и гинекологи
1. Центральный	1.506	549	1.537
2. Северо-Западный	1.425	587	1.604
3. Южный	2.799	925	3.656
4. Северо-Кавказский	2.739	1.171	1.122
5. Приволжский	1.709	688	2.260
6. Уральский	1.471	751	1.932
7. Сибирский	1.392	644	1.850
8. Дальневосточный	2.326	995	2.733

Ø 1.921

Ø 789

Ø 2.087

*Релевантные пациенты:

- Взрослые пациенты 18-85 лет для терапевтов
- Дети 0-17 лет для педиатров
- Женщины 18+ лет для акушеров и гинекологов

OneKey[®]

Единственная синдикативная база врачей, ЛПУ и аптек в формировании которой участвуют 65 фармацевтических компаний России

Страны покрытия OneKey[®] :



Дополнительные сервисы OneKey[®] :

- Обработка данных от дистрибуторов и аптечных сетей
- Обработка данных МДЛП («Честный знак»)
- Отслеживание движения ЛС в товаро-проводящей цепи с привязкой к конкретному ЛПУ или аптеке



OneKey[®] в России



>600 000

Специалистов здравоохранения



>57 000

Организаций госпитального и амбулаторного сегмента

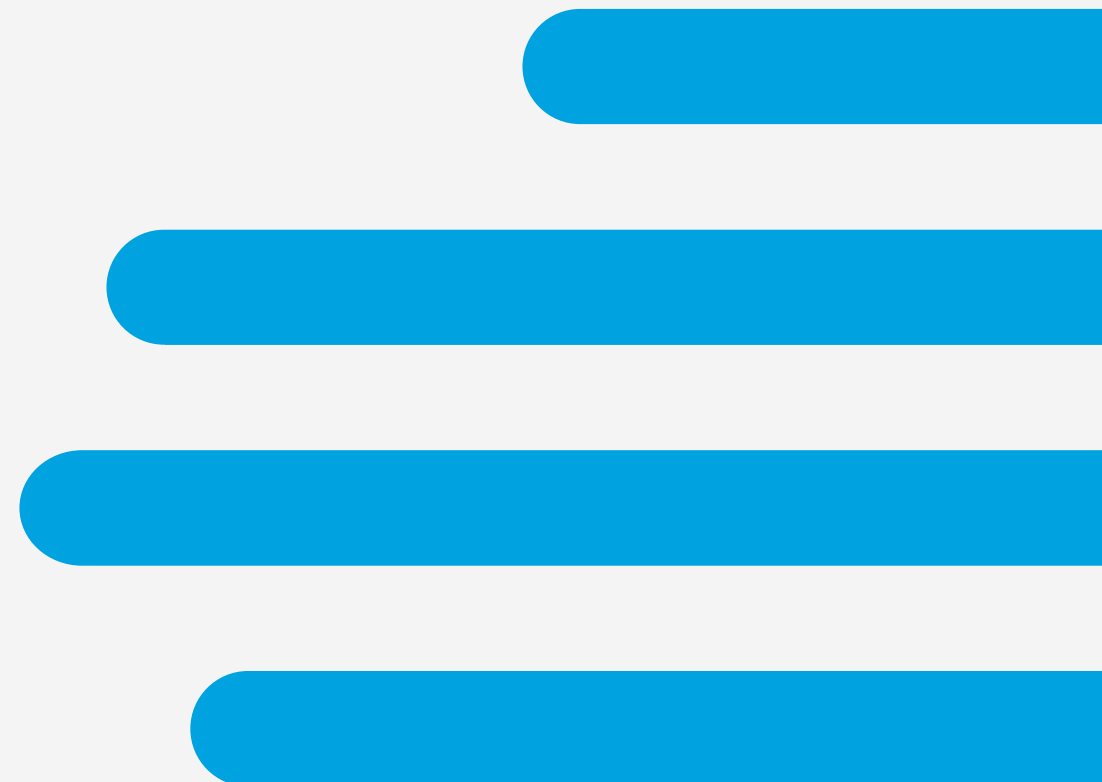


>73 000

Аптечных точек и их иерархия

07

Рейтинги дистрибьюторов и аптечных сетей



На ТОП-10 дистрибьюторов приходится 60.9% продаж всего рынка; Протек занимает лидирующую позицию в Q1-Q2'23

ТОП-10 дистрибьюторов по уровню продаж



#	Дистрибьютор	Доля рынка по объёму продаж в руб.*, %		Динамика продаж в руб., Q1-Q2 2023 / Q1-Q2 2022, %
		Q1-Q2 2023	Q1-Q2 2022	
1	Protek	11,8%	10,7%	12,1%
2	Katren	11,2%	11,0%	4,1%
3	Pulse	11,1%	11,7%	-3,0%
4	FK Grand Capital	5,5%	4,8%	16,3%
5	R-Pharm	5,4%	8,3%	-33,3%
6	BSS	3,9%	4,9%	-19,7%
7	Pharmkomplekt	3,4%	3,5%	0,3%
8	Pharmimeks	3,2%	2,6%	25,6%
9	Irvin	3,2%	2,7%	20,8%
10	Lancet	2,2%	2,0%	10,5%
Всего		60.9%	62.4%	

На ТОП-10 аптечных сетей приходится 58.1% розничных продаж на фарм. рынке; Асна занимает лидирующую позицию по количеству аптек – 17 613

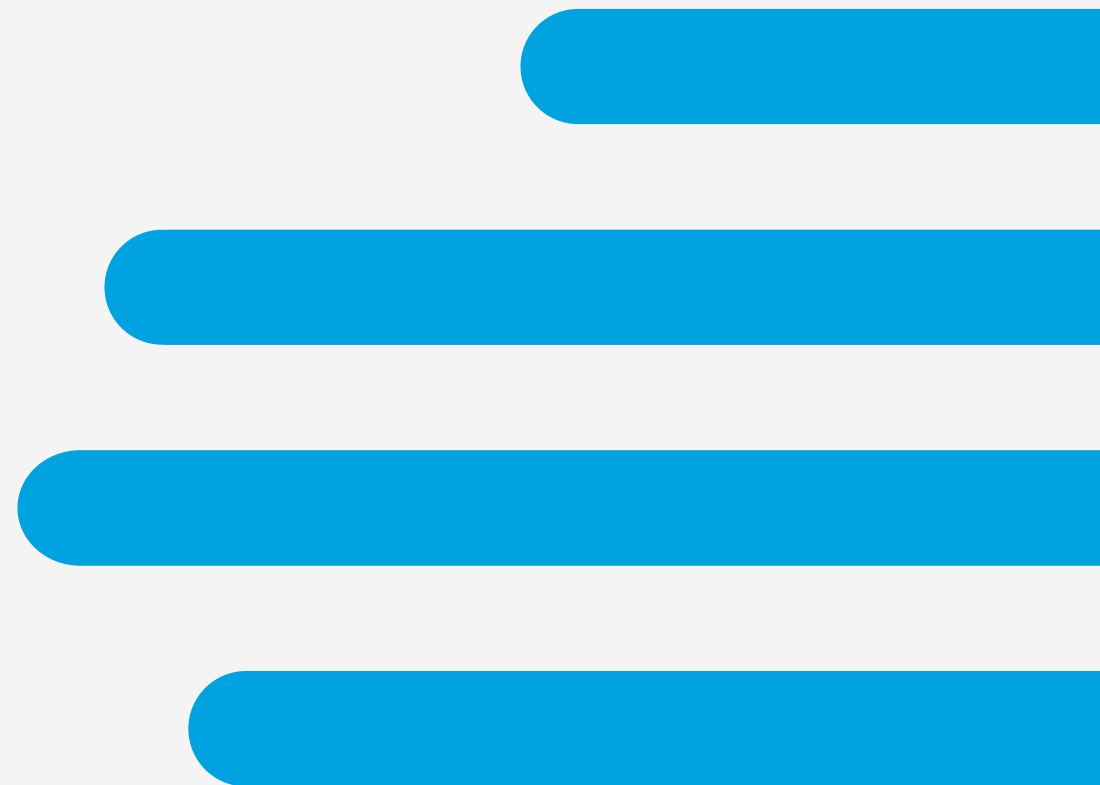
ТОП-10 аптечных сетей/ассоциаций по уровню продаж



#	Аптечная сеть/ ассоциация	Доля рынка в розн. сегменте, руб., %		Кол-во аптек Q1-Q2 2023
		Q1-Q2 2023	Q1-Q2 2022	
1	Asna*	17,97%	11,63%	17 613
2	Rigla	8,02%	7,58%	3 866
3	Apral	6,04%	5,98%	6 379
4	Erkhapharm & Melodiya Zdorovya	5,53%	5,15%	2 154
5	Neopharm	4,31%	4,21%	1 146
6	Iris	4,13%	5,57%	2 705
7	36,6	3,68%	3,75%	1 939
8	Vita (Samara)	3,45%	3,46%	2 454
9	Pharmland	3,25%	3,00%	1 970
10	Maksavit	1,74%	1,93%	908
Всего		58.1%	52.3%	

08

Рынки стран СНГ+



На рынках стран СНГ+ преобладают продажи розничного сегмента; На Rx продукты приходится порядка ~60-70% продаж

Фармацевтические рынки стран СНГ+

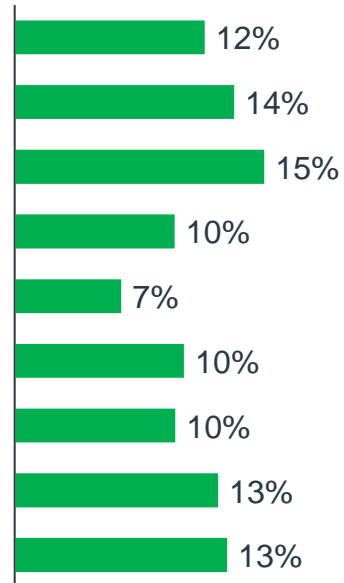
Продажи фарм. рынка

Млн. USD, MAT'08'23



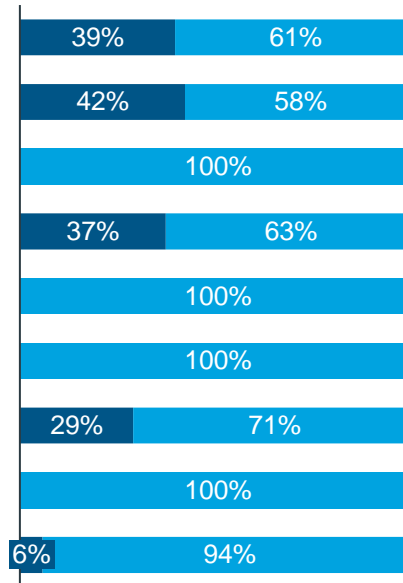
CAGR

Валюта страны, %, MAT'08'23 - MAT'08'20



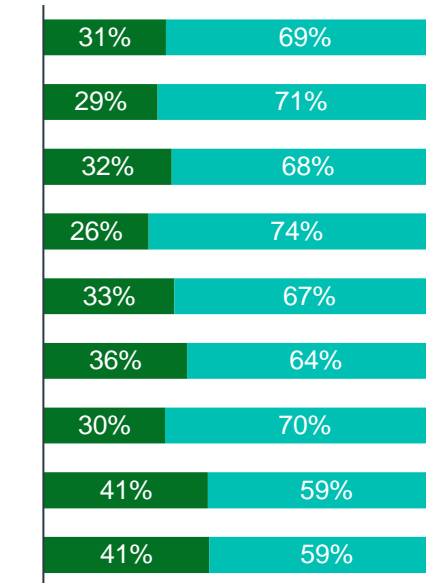
Распределение по каналам

USD, MAT'08'23



Распределение по статусу препарата

USD, MAT'08'23



■ Бюджетный сегмент ■ Розничный сегмент

■ OTC ■ Rx

Комментарии:

- Казахстан and Узбекистан – крупнейшие фарм. рынки СНГ+ с сопоставимым уровнем CAGR
- Розничный сегмент преобладает на рынках СНГ+, на рынках Казахстана, Беларуси и Молдовы доля розничного сегмента значительно более высокая
- На Rx продукты в каждой из стран СНГ+ приходится порядка ~60-70% продаж в денежном выражении

⁽¹⁾ В Армении, Азербайджане и Грузии представлены только розничные данные ⁽²⁾ В Монголии доступны данные импорта (с обновлением ежеквартально) ⁽³⁾ В Узбекистане представлены данные Total рынка (Розничный сегмент + сегмент Гос. Закупок)
FACTS from IQVIA | Copyright © 2023 IQVIA. All rights reserved.

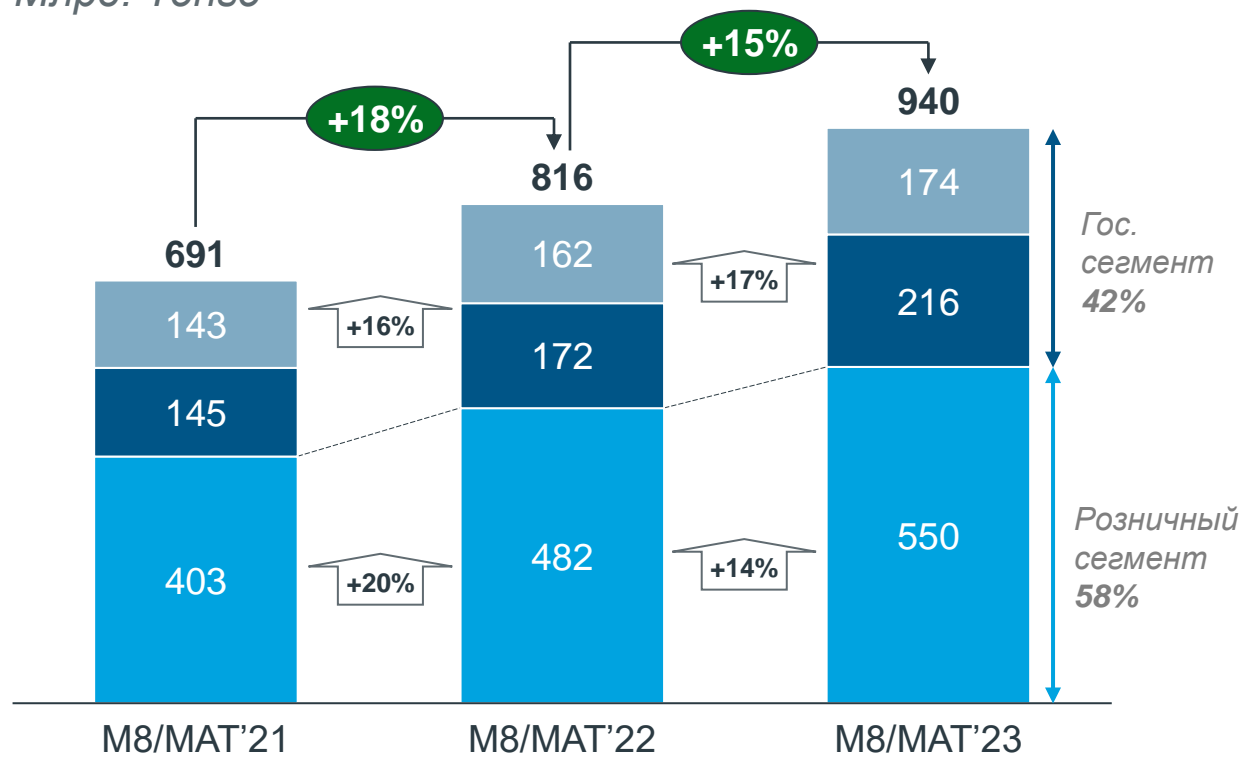


На горизонте МАТ 08'23 фармацевтический рынок Казахстана в денежном выражении продолжает развиваться в обоих сегментах

Фармацевтический рынок Казахстана

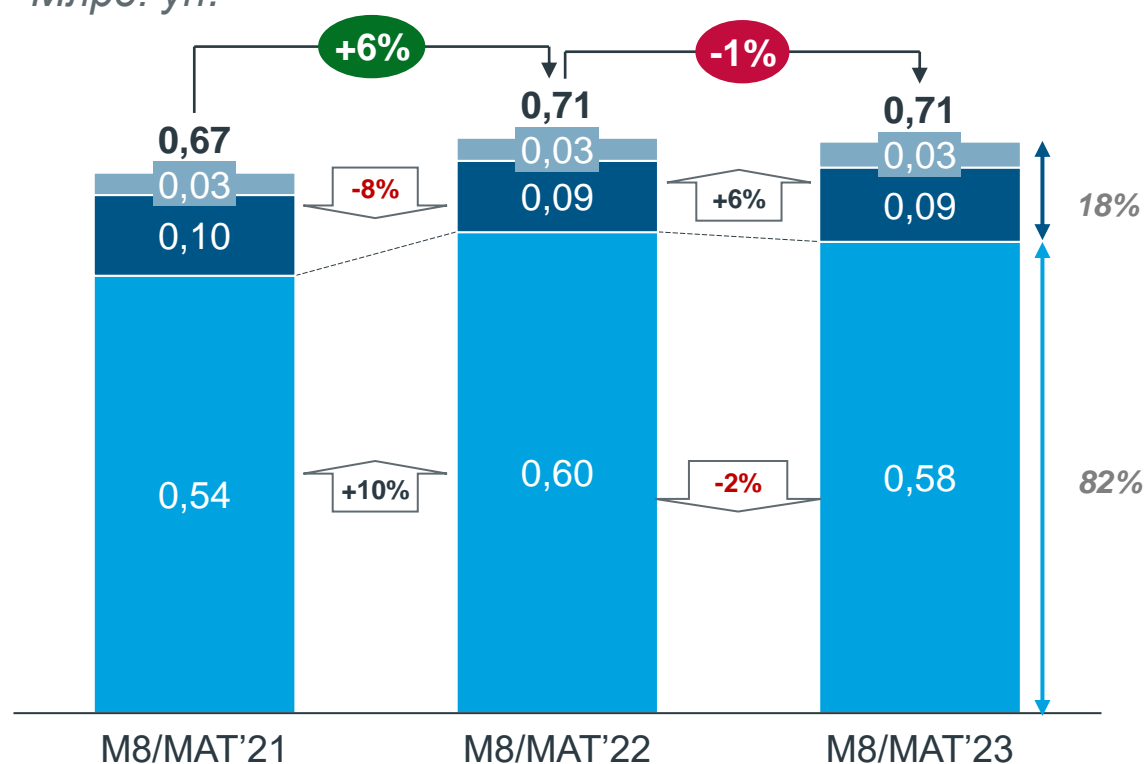
Продажи в денежном выражении

Млрд. Тенге



Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.



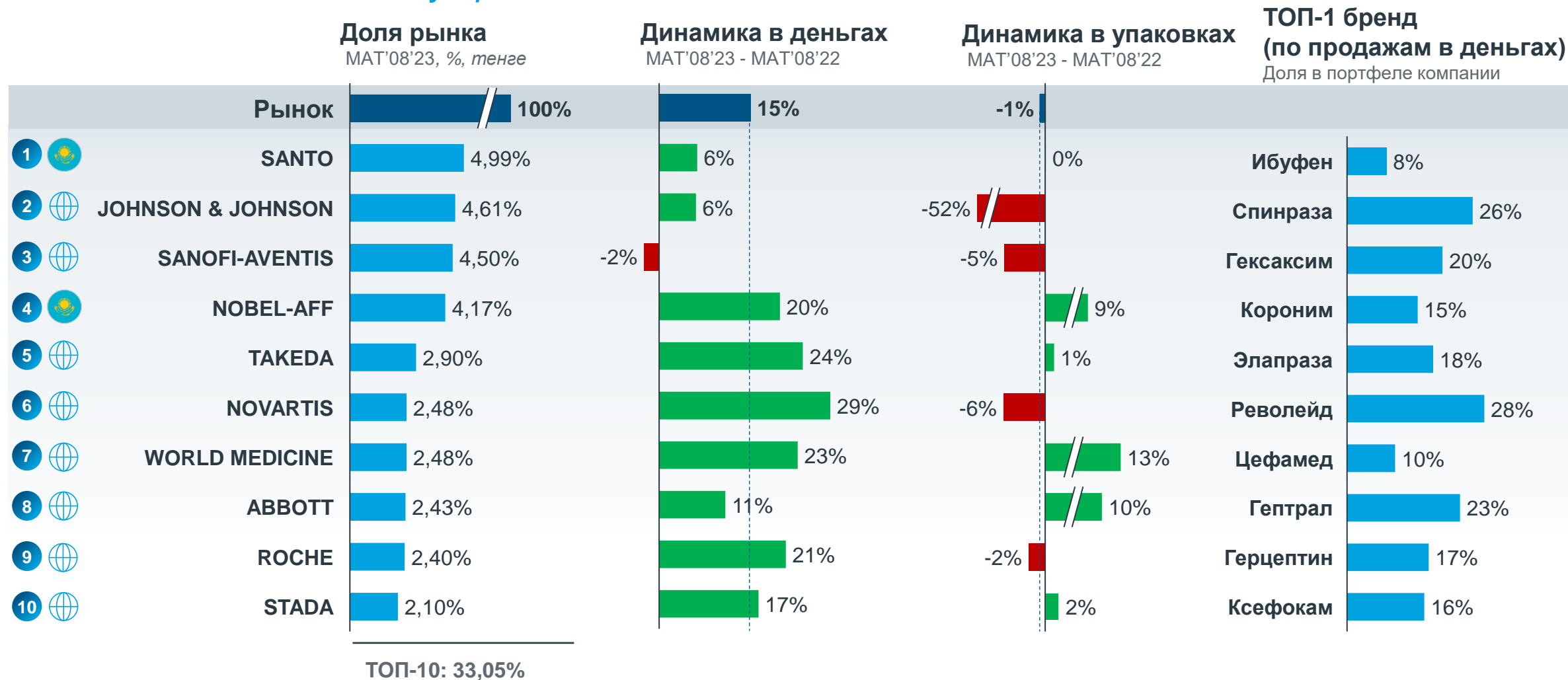
■ Розничный сегмент ■ Амбулаторная льгота ■ Госпитальный сегмент

Критерий	Тенге	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'08'23, млрд.	940,2	2,1	1,9	0,7	21,1
Рост 23/22, %	15%	13%	17%	-1%	2,3%



9 из TOP10 компаний показывают положительную динамику в денежном выражении в МАТ 08'23. Средняя доля бренда-лидера внутри каждой из ТОП-10 компаний составляет около 18%

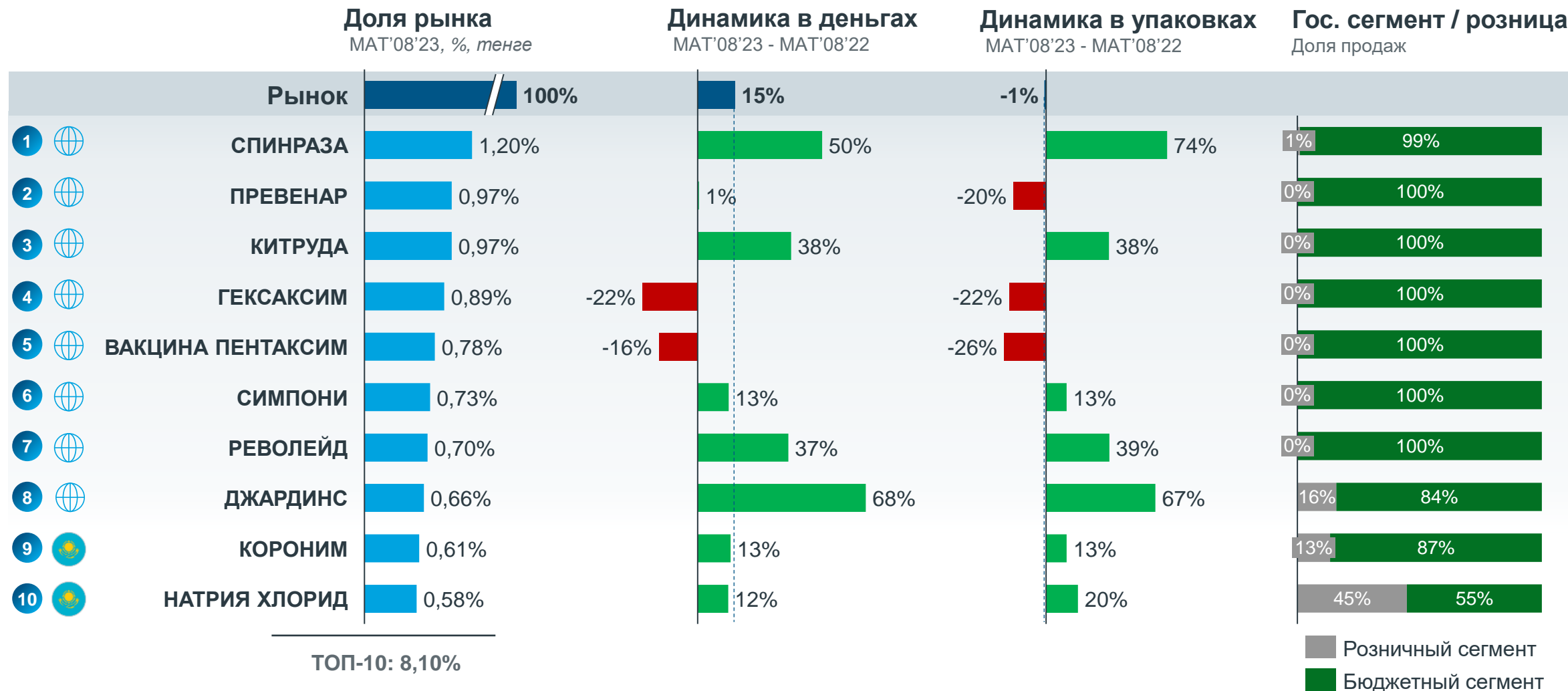
ТОП-10 компаний по объёму продаж





Большая часть брендов из ТОП-10 реализуются преимущественно/только в сегменте государственных закупок; Среди ТОП-10 брендов 2 бренда являются локальными

ТОП-10 брендов по объёму продаж



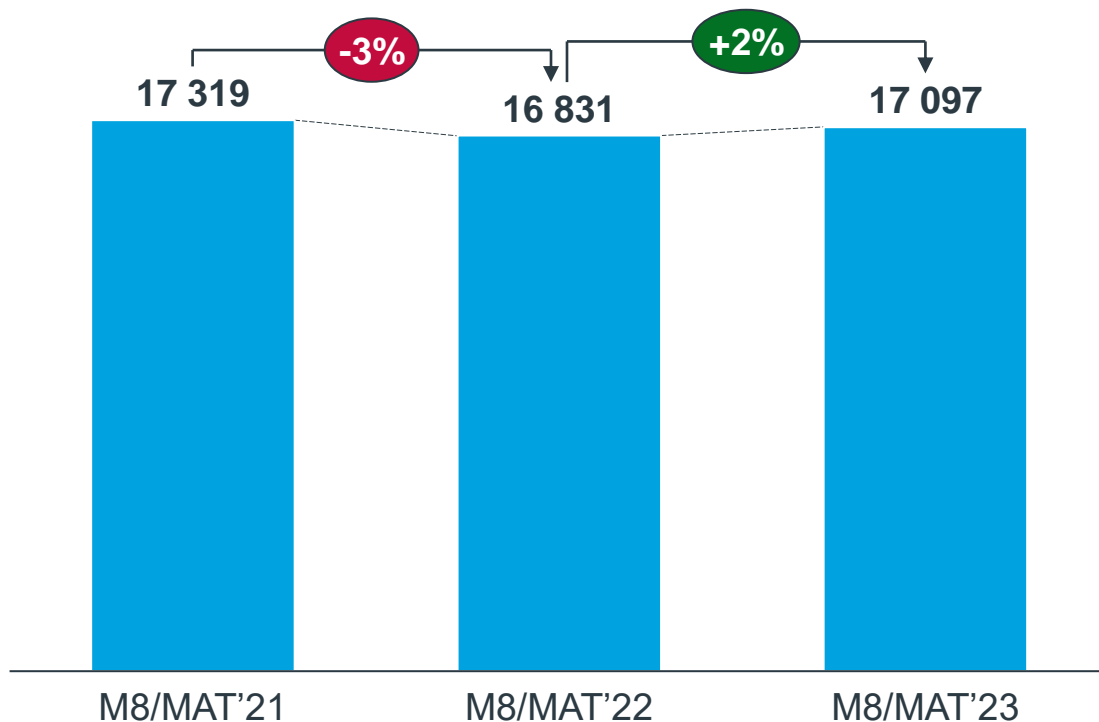


Фармацевтический рынок Узбекистана незначительно восстанавливается в деньгах, но демонстрирует негативную динамику в упаковках

Фармацевтический рынок Узбекистана

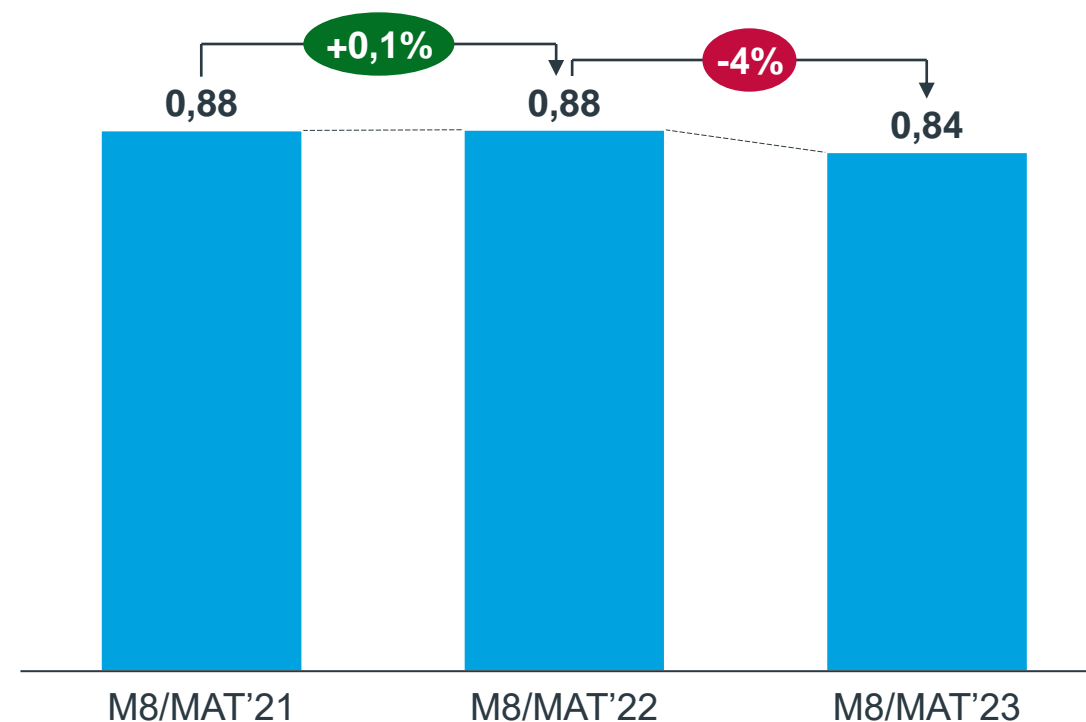
Продажи в денежном выражении

Млрд, Сум



Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.

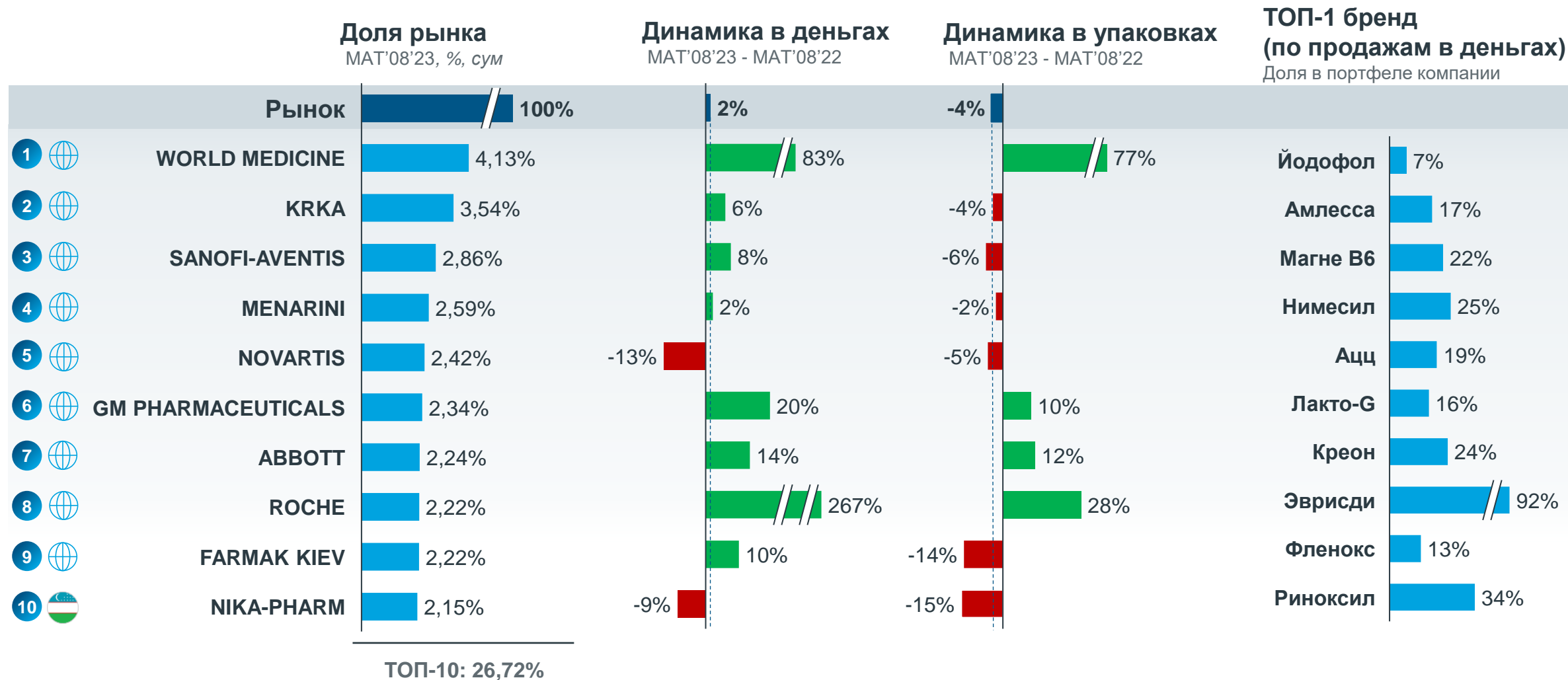


■ Розничный сегмент + Бюджетный сегмент

Критерий	Сум	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'08'23, млрд.	17 096,6	1,5	1,4	0,8	18,1
Рост 23/22, %	2%	-3%	1%	-4%	-6%

Roche, World Medicine, GM Pharmaceuticals и Abbott растут к прошлому году в упаковках и в деньгах

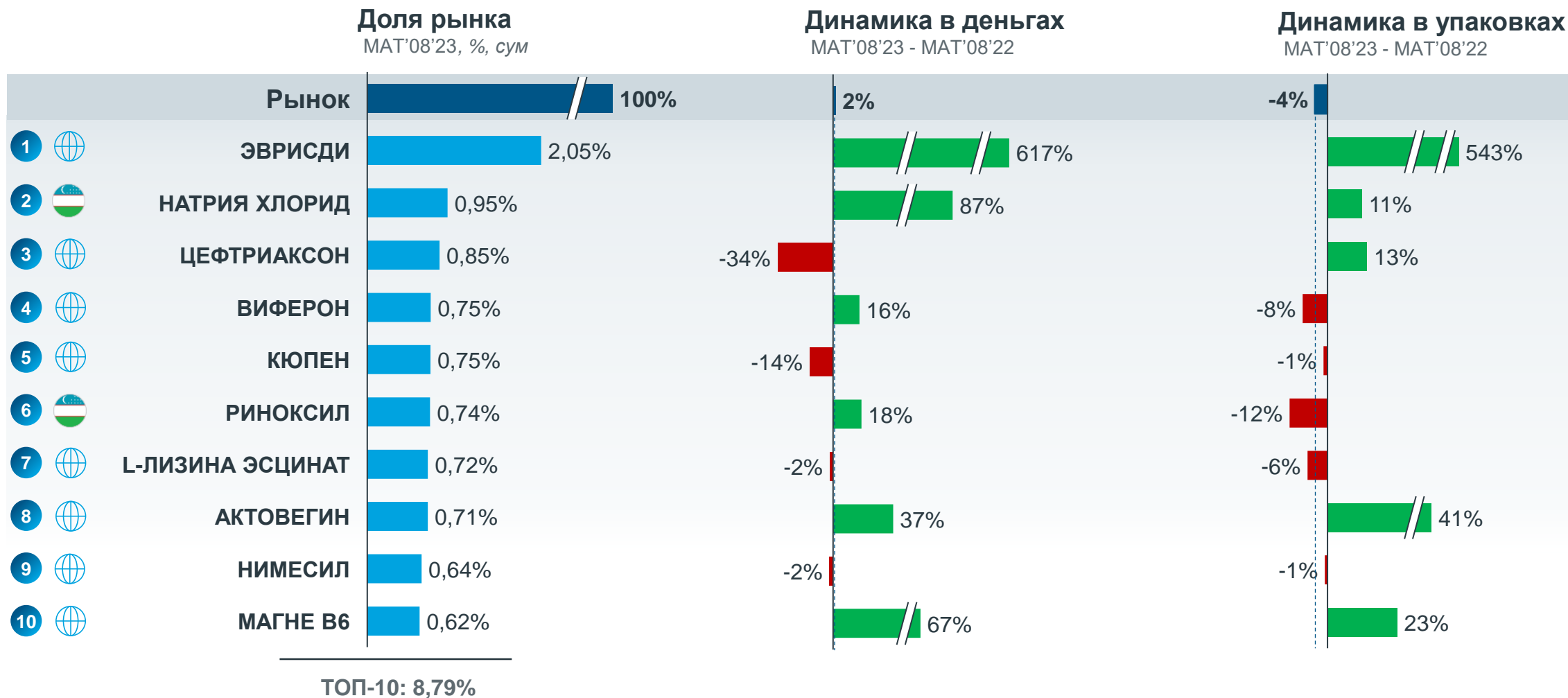
ТОП-10 компаний по объёму продаж





Подавляющее большинство среди ТОП-10 брендов на рынке – бренды мультинациональных компаний; Ряд брендов имеет выраженную положительную динамику одновременно в деньгах и в упаковках

ТОП-10 брендов по объёму продаж

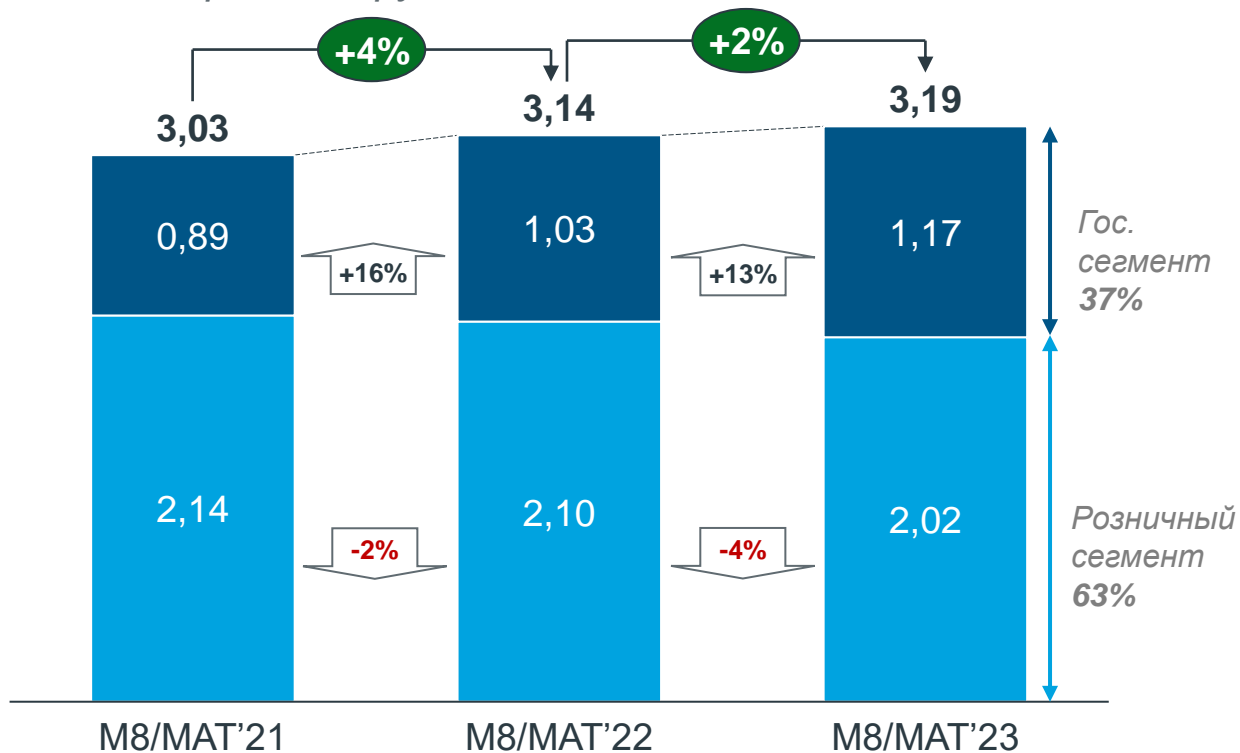




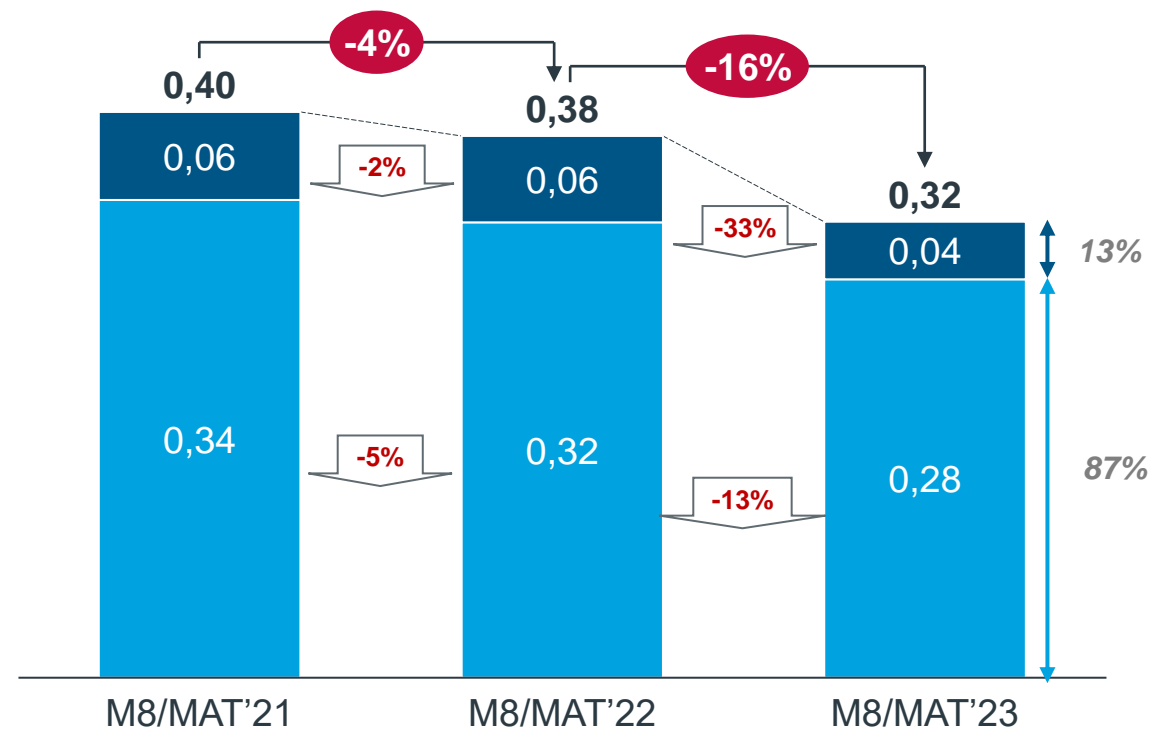
Фармацевтический рынок Беларуси показывает негативную динамику как в упаковках, так и в деньгах – преимущественно за счёт падения продаж в розничном сегменте

Фармацевтический рынок Беларуси

Продажи в денежном выражении
Млрд, Бел. руб.



Продажи в объёмном выражении
Млрд. уп.



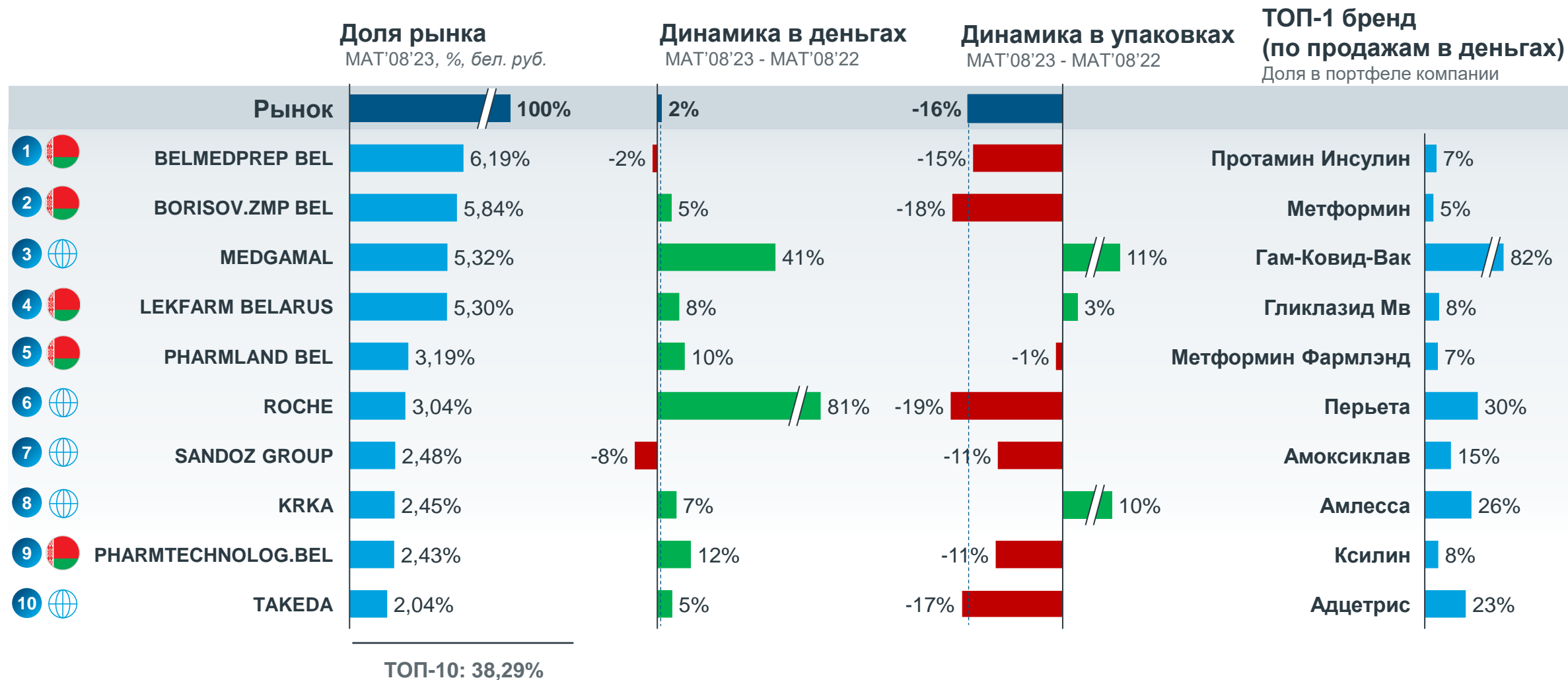
■ Госпитальный сегмент ■ Розничный сегмент

Критерий	Бел. Руб.	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'08'23, млрд.	3,2	1,2	1,1	0,3	14,4
Рост 23/22, %	2%	-4%	1%	-16%	-4%



Компании из списка ТОП-10 показывают разнонаправленную динамику. 5 компаний из ТОП-10 являются локальными

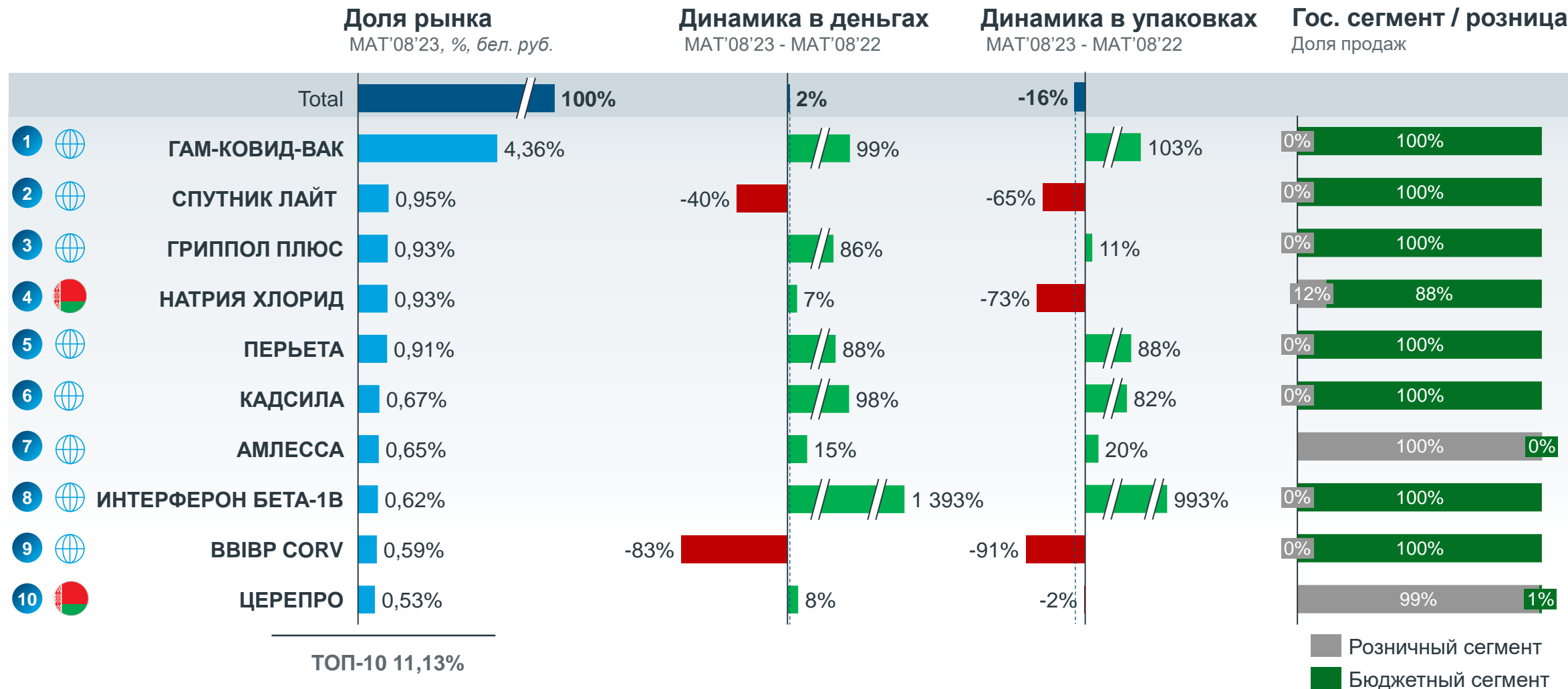
ТОП-10 компаний по объёму продаж





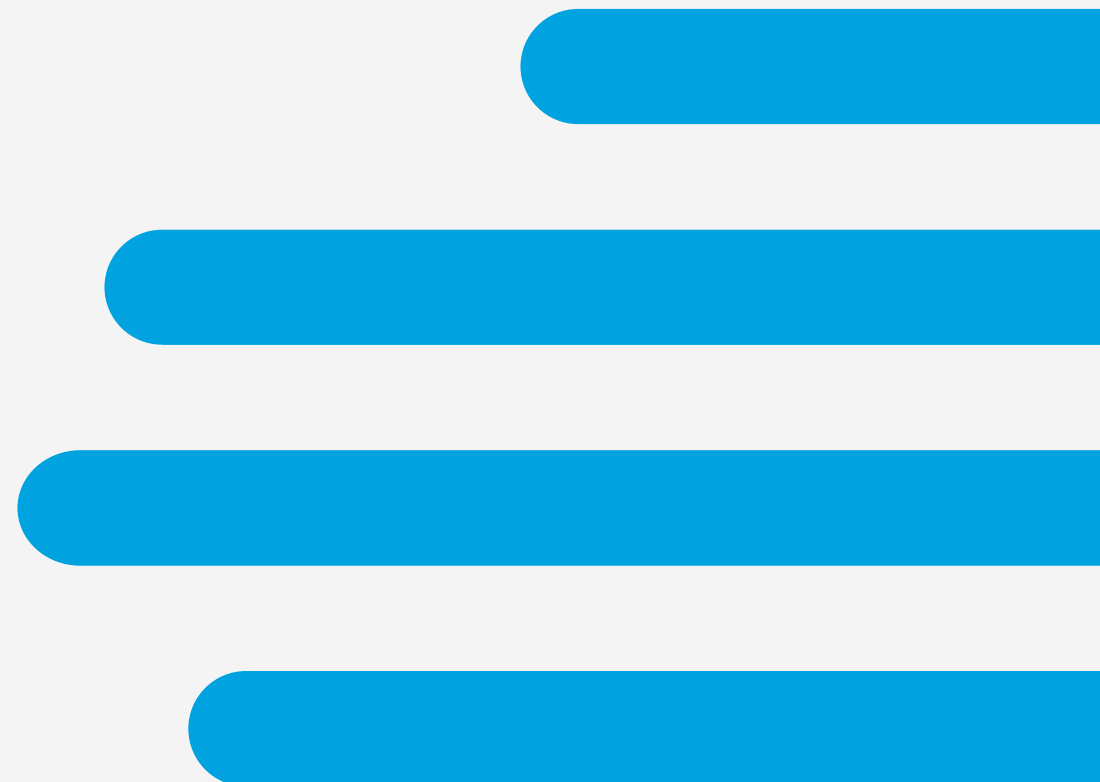
Большая часть из ТОП-10 брендов реализуется преимущественно/исключительно через государственный сегмент.; Среди ТОП-10 брендов только 2 бренда локальные

ТОП-10 брендов по объёму продаж



09

Сервисы
IQVIA





ИНФОРМАЦИЯ

Глобальные решения

- MIDAS
- CH Customized Insights
- Analytics Link Ecosystem
- Ark Patent Intelligence
- Chemical Intelligence

Локальные решения

Аудит фарм. рынка

- Розничный аудит – Sell-In и Sell-out (месячный и недельный), E-commerce
- Бюджетный аудит ГЛС, ДЛО, РЛО
- Тендеры, контракты
- Мониторинг цен и промо-акций

Channel Dynamics®

- Мониторинг традиционных и удалённых промо-активностей среди врачей и фармацевтов

Клиентская база данных OneKey®

>700k врачей/специалистов; >100k мед. организаций; > 65k аптек

DSD & МДЛП

- Обработка и консолидация отчётов дистрибьюторов (DSD) и сериализационных отчётов (МДЛП)

LRx RPA

- Анализ данных о пациентах и выписке препаратов в льготном сегменте
- RWE / RWD



ТЕХНОЛОГИИ

Взаимодействие с клиентами

- **Orchestrated Customer Engagement (OCE): OCE Personal (CRM) & OCE Digital (MCM)** – Глобальные решения для омниканального взаимодействия с клиентами
- **MYCRM (локальная CRM & MCM решения):** Современное решение без трансграничной передачи данных
- **Content Authoring Manager (CAM):** Самостоятельное создание и управление CLM-контентом без привлечения 3-х лиц

Безопасность, контроль и качество

- **IQVIA Consent** – решение для сбора, хранения и управления согласиями
- **Fair Market Value (FMV)** – сервис по определению справедливой компенсации для KOLs & HCPs за участие в мероприятиях
- **Quality Management System (QMS)** – система управления качеством производства
- Система для автоматизации процессов фармаконадзора

Расширенная аналитика

- **Orchestrated analytics** – Комплексная аналитическая платформа с элементами AI/ML
- **Visual Analytics** – решение для задач бизнес-аналитики и управления массивами данных. Работа с различными источниками данных в единой платформе с последующей трансформацией и визуализацией



КОНСАЛТИНГ

Коммерческие стратегии / Оптимизация и эффективность работы

- Структура и размер команды
- Приоритезация регионов, анализ визитной активности
- Сегментации клиентов (аптеки / врачи)
- Анализ ROI трейд маркетинговых активностей
- Разработка и оценка KPIs

Портфельные/маркетинговые/тендерные стратегии

- Приоритезация портфеля, поиск новых продуктов для запуска
- Выход на новые рынки
- Маркетинговые стратегии, промо микс оптимизация, стратегии работы с аптечными сетями
- Тендерные стратегии и проекты по доступу на рынок

Качественные и количественные маркетинговые исследования

- Глубинные интервью и фокус группы
- Ad-hoc проекты: U&A, Price elasticity, Rep checks, KOLs mapping etc.
- OncoAnalyzer®, E-com Digest®

Контакты IQVIA

Анастасия Круглова

Генеральный директор | Россия и СНГ

✉ Anastasia.Kruglova@IQVIA.com

☎ +7 903 291 59 84

Светлана Никулина

Директор по продажам | Россия и СНГ

✉ Svetlana.Nikulina@IQVIA.com

☎ +7 903 737 89 51

Ольга Макарова

Руководитель департамента консалтинга и маркетинговых исследований | Россия и СНГ

✉ Olga.Makarova@IQVIA.com

☎ +7 916 993 05 50

