

Скоро во всех супермаркетах страны

Методика комплексного рейтинга аптечных сетей (RNC Pharma)



Рейтинг российских аптечных сетей по итогам I—II квартала 2014 г.

Главные тенденции, которые определяют развитие фармацевтической розницы в первой половине 2014 г., берут свое начало еще с конца прошлого года. Основным и наиболее ярким событием здесь безусловно являются процессы консолидации рынка, которые выразились как в череде крупных и средних сделок, так и в отношении создания новых маркетинговых альянсов. За прошедший год доля TOP15 крупных сетей выросла на 1,04%, достигнув рубежа в 21,7%.

Павел Расщупкин, RNC Pharma

Добавляют динамики и регуляторные инициативы, а также реакция на них со стороны профессионального сообщества. Здесь самые серьезные последствия может иметь вопрос разрешения продажи ЛП в супермаркетах. И хотя инициатива в текущем своем виде едва ли жизнеспособна, если правительством проявит настойчивость в данном вопросе, на рынке грянут довольно серьезные изменения. Показательны и инициативы «снизу», крупные розничные игроки предлагают ввести ограничения на открытие новых аптек, другие «группы» готовят инициативы по регулированию сферы интернет-торговли и т.д.

Добавки к санкциям

Актуальными остаются и «психологические факторы», которые в значительной степени сдерживают развитие спроса в секторе фармацевтической розницы. Здесь надо иметь в виду усугубление ситуации на Украине и обмен санкциями между Россией и рядом зарубежных стран.

Из основных трендов прошлого года пока не получили продолжения кризисные ожидания, которые всерьез обсуждались начиная с III квартала

2013 г. Помесячная динамика продаж только в январе-феврале с.г. позволяла говорить о стагнации, но начиная с марта рынок вновь демонстрирует двузначные темпы роста в рублевом эквиваленте. Справедливости ради надо сказать, что динамика в долларовом и евро эквивалентах существенно ниже за счет корректировки курса рубля. И это пока, пожалуй, наиболее очевидный эффект для российского фармрынка, ставший результатом влияния обострения политических, а затем и экономических отношений между Россией и западными странами.

Если не считать разночтений в оценке темпов роста, российскому фармрынку пока удалось остаться в стороне от обмена санкциями. Хотя здесь пришлось фактически «пройти по лезвию бритвы». Запрет на ввоз сельскохозяйственной продукции, который был установлен 7 августа, предполагал запрет на поставки БАД, а значит, с рынка могли исчезнуть довольно широкие линейки витаминных и пробиотических препаратов. Многие из них являются важными генераторами прибыли для крупных зарубежных фармкомпаний, в частности «Байер», «Пфайзер», «КРКА», «Ферросан» и др. Естественно, ограни-

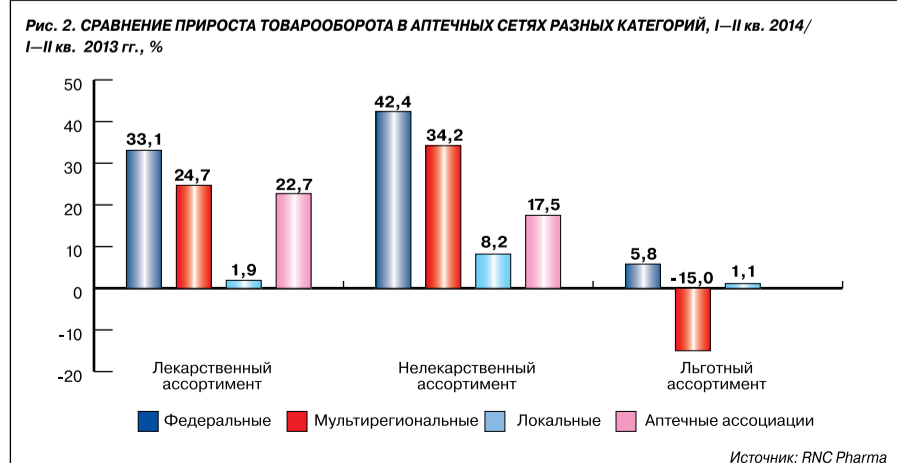
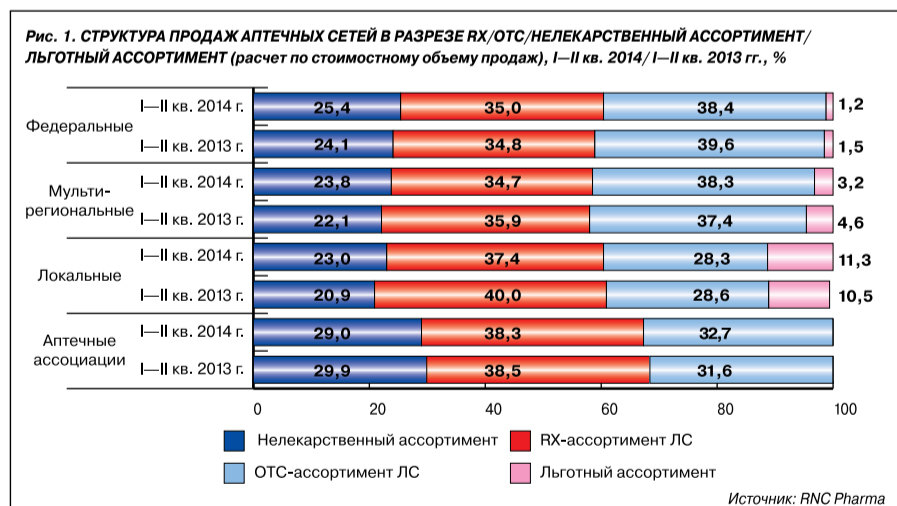


Таблица 1. Комплексный рейтинг аптечных сетей РФ по итогам I—II кварталов 2014 г.

Категория оборота	Категория географического охвата*	Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.07.2014	Рейтинговый показатель (балл)	
R1	R1-fed	1	РИГЛА	Москва	1 074	77,5	
		2	РАДУГА (включая ПЕРВУЮ ПОМОЩЬ)	С.-Петербург	752	62,2	
		3	ИМПЛОЗИЯ**	Самара	1 040	54,2	
		4	МЕЛОДИЯ ЗДОРОВЬЯ	Новосибирск	448	52,0	
		5	ФАРМАИМПЕКС	Ижевск	510	41,6	
		6	АПТЕКИ 36,6***	Москва	299	38,9	
		7	ФАРМАКОР	С.-Петербург	394	31,4	
		8	ЛАДУШКА	Н. Новгород	204	28,5	
	R1-mreg	1	ДОКТОР СТОЛЕТОВ (включая ОЗЕРКИ)	Москва	410	77,9	
		2	A5 GROUP	Москва	996	76,5	
		3	АСНА	Москва	370	58,5	
		4	ПЛАНЕТА ЗДОРОВЬЯ	Пермь	540	55,9	
		5	АПТЕКА-ТАЙМЕР	Пермь	230	54,9	
		6	ФАРМЛЕНД	Уфа	360	50,4	
		7	ВИТА	Самара	456	39,5	
R1-loc	1	A.V.E. GROUP***	Москва	350	79,0		
	2	САМСОН-ФАРМА	Москва	35	47,4		
	3	ВОЛГОФАРМ	Волгоград	73	34,0		
RA	RA	1	СОЮЗФАРМА	Москва	3 776	88,1	
		2	UMG	Москва	1 394	78,9	
		3	АЛФЕГА АПТЕКА	Москва	1 164	72,1	
		1	СТАРЫЙ ЛЕНАРЬ	Москва	222	69,5	
		2	ЗДОРОВЫЕ ЛЮДИ	С.-Петербург	218	68,2	
		3	КЛАССИКА**	Челябинск	171	57,7	
		4	АПТЕКА НЕВИС	С.-Петербург	249	57,5	
		5	ФЛОРИЯ	Москва	237	56,6	
		6	БИОТЭК**	Москва	325	54,6	
		R2-mreg	7	АПРЕЛЬ	Краснодар	194	53,7
			8	НЕО-ФАРМ	Москва	146	48,2
			9	ОАС ЧЕЛЯБИНСК	Челябинск	242	46,3
			10	МЭТР	Брянск	160	38,6
			11	РОДНИК ЗДОРОВЬЯ (включая ЛЕКОПТТОРГ)	С.-Петербург	69	38,0
		R2	R2-loc	12	БРЯНСКФАРМАЦИЯ	Брянск	154
13	ВИТРУМ			Москва	58	37,2	
14	СЕРДЕЧКО			Москва	50	34,3	
15	ТВОЙ ДОКТОР			Тула	96	33,9	
16	ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ (АПТЕЧНАЯ СЕТЬ АЛТАЯ)			Барнаул	82	33,0	
1	ГУБЕРНСКИЕ АПТЕКИ			Красноярск	264	72,2	
2	СТОЛИЧНЫЕ АПТЕКИ			Москва	173	43,8	
3	АПТЕКА ДИАЛОГ			Москва	16	40,6	
4	ЛИПЕЦК-ФАРМАЦИЯ			Липецк	127	37,2	
5	СОЛНЫШКО			Москва	41	35,5	
6	ЗДОРОВЬЕ			Усть-Лабинск	40	34,1	
7	ФАРМАЦИЯ, ТЮМЕНЬ			Тюмень	131	33,4	
8	ФАРМАКОН			Ижевск	112	33,2	
9	ОРЕНЛЕК**	Оренбург	100	32,1			
10	ПЕТЕРБУРГСКИЕ АПТЕКИ	С.-Петербург	86	31,2			
11	НОВОСИБИРСКАЯ АПТЕЧНАЯ СЕТЬ**	Новосибирск	97	28,1			
12	ФАРМЭКОНОМ**	Иркутск	46	27,9			
13	АНТЕЙ	Вологда	112	24,9			

Категория оборота	Категория географического охвата*	Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.07.2014	Рейтинговый показатель (балл)
R3-mreg		1	АПТЕЧНАЯ СЕТЬ ХОЛДИНГА «СЕВЕРО-ЗАПАД»	С.-Петербург	102	74,3
		2	МАКСАВИТ (включая 36,7С)	Н. Новгород	119	74,0
		3	ГОРОДСКИЕ АПТЕКИ	Ставрополь	93	68,6
		4	ФАРМАЦЕВТ ПЛЮС	Ростов	111	62,0
		5	КАЗАНСКИЕ АПТЕКИ	Казань	100	58,9
		6	ТРИКА	Москва	36	55,5
		7	НОВАЯ АПТЕКА	Хабаровск	63	54,5
		8	АЛИЯ-ФАРМ	Самара	102	52,7
		9	АПТЕКИ ЛЕКРУС	Москва	53	49,3
		10	МИЦАР-Н	Москва	56	37,3
		11	МОЯ АПТЕКА	Новосибирск	66	35,1
		1	ЗДОРОВЫЙ ГОРОД	Воронеж	49	63,2
		2	НИЖЕГОРОДСКАЯ АПТЕЧНАЯ СЕТЬ	Н. Новгород	101	62,7
		3	АПТЕКА ИФК	Москва	33	56,8
		4	КУРГАНФАРМАЦИЯ	Курган	132	52,9
R3		5	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ФАРМАЦИЯ	Н. Новгород	234	51,1
		6	БАШФАРМАЦИЯ	Уфа	364	50,8
		7	ПЕРМФАРМАЦИЯ	Пермь	178	50,7
		8	АЛВИК	Челябинск	57	48,9
		9	НОВГОРОД-ФАРМАЦИЯ	В. Новгород	79	47,2
		10	ЭВАЛАР	Бийск	20	47,0
		11	ТАТТЕХМЕДФАРМ	Казань	242	45,9
		12	ФАРМАДА	Сочи	34	39,1
		13	ФОРМУЛА ЗДОРОВЬЯ	Мурманск	57	37,8
		14	АВИЦЕННА	Иркутск	23	37,3
		15	ЭДЕЛЬВЕЙС	Кемерово	65	37,2
		16	ХАНТЫ-МАНСИЙСКАЯ АПТЕКА	Ханты-Мансийск	101	36,2
		17	СЕМЕЙНАЯ АПТЕКА	Омск	53	34,8
		18	ДОМФАРМА	Коломна	27	34,7
		19	КАЛУГАФАРМАЦИЯ	Калуга	77	33,6
R3-loc		20	РИФАРМ	Челябинск	44	33,4
		21	ГАРМОНИЯ ЗДОРОВЬЯ	Красноярск	20	33,3
		22	МЕДБИОЛАЙН	Москва	35	30,4
		23	ЭДИФАРМ	С.-Петербург	23	29,5
		24	ПАНАЦЕЯ-Н	В.Новгород	18	28,8
		25	ФАРМСИБКО	Красноярск	20	28,4
		26	ЧУВАШФАРМАЦИЯ	Чебоксары	100	28,3
		27	БИОМЕД	Самара	63	28,1
		28	ВИТАФАРМ	Тольятти	62	27,8
		29	ФАРМАЦИЯ, ЕКАТЕРИНБУРГ	Екатеринбург	96	27,8
		30	РАДУГА ЕКАТЕРИНБУРГ	Екатеринбург	46	27,1
		31	АМУРФАРМАЦИЯ	Благовещенск	107	25,6
		32	НОВАЯ БОЛЬНИЦА	Екатеринбург	35	24,5
		33	ЕНИСЕЙ МЕД (ВКЛЮЧАЯ АЛЬФАМЕД)	Красноярск	29	24,0
		34	ВАЛЕТА	Екатеринбург	29	24,0
35	УЛЬЯНОВС-ФАРМАЦИЯ	Ульяновск	120	23,3		
36	МЕДУНИЦА	Саратов	50	23,3		
37	РИВЬЕРА	Казань	34	19,0		
38	АПТЕКИ КУЗБАССА	Кемерово	110	18,2		
39	ЖЕЛАЕМ ЗДОРОВЬЯ	Москва	38	17,3		
40	СПРЭЙ	Рязань	35	15,1		
41	КУРСКАЯ ФАРМАЦИЯ	Нурск	36	14,8		
42	БОНУМ	Саратов	40	12,0		

*Расшифровка категорий:
R1, R2, R3 — категоризация по обороту компаний (см. методику на сайте ФВ);
fed — федеральные сети;
mreg — мультирегиональные сети;
loc — локальные сети;
RA — аптечные сети ассоциативного типа.
**Экспертная оценка RNC Pharma.
***В настоящий момент происходит процесс консолидации активов компаний. Совокупная доля рынка по итогам I—II кварталов 2014 г. составляет 2,79%, что соответствует 1-му месту рейтинговой таблицы.

Источник: RNC Pharma

Таблица 2. TOP15 аптечных сетей по показателю эффективности по итогам I-II кварталов 2014 г.

Рейтинг	Аптечная сеть*	Расположение центрального	Количество LFL-аптек на 01.04.2014	Показатель относительно лидера	
				Общий оборот	
				в расчете на 1 м ² торговой площади LFL-аптек сети	в расчете на одного сотрудника (провизора/фармацевта) LFL-аптек сети
1	БРЯНСКФАРМАЦИЯ	Брянск	48	1,000	0,733
2	НЕО-ФАРМ	Москва	82	0,980	0,395
3	САМСОН-ФАРМА	Москва	22	0,872	1,000
4	КУРГАНФАРМАЦИЯ	Курган	41	0,513	0,764
5	АПТЕКА ИФК	Москва	22	0,506	0,422
6	ЛИПЕЦКФАРМАЦИЯ	Липецк	68	0,505	0,412
7	ДОКТОР СТОЛЕТОВ (включая ОЗЕРКИ)	Москва	333	0,448	0,690
8	ЗДОРОВЬЕ	Усть-Лабинск	29	0,381	0,384
9	АСНА	Москва	235	0,309	0,335
10	ГАРМОНИЯ ЗДОРОВЬЯ	Красноярск	4	0,297	0,187
11	ЗДОРОВЫЙ ГОРОД	Воронеж	41	0,229	0,205
12	ФАРМЛЕНД	Уфа	224	0,224	0,346
13	РАДУГА (включая ПЕРВУЮ ПОМОЩЬ)	С.-Петербург	493	0,212	0,333
14	ФАРМАДА	Сочи	33	0,207	0,368
15	РИГЛА	Москва	683	0,193	0,265

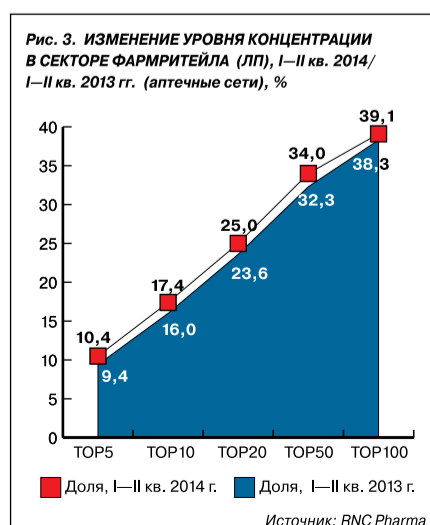
*По сетям, предоставляющим данные о количестве сотрудников и торговых площадях

Источник: RNC Pharma

чения на ввоз привели бы к пересмотру ценовой политики на остальные продукты этих компаний, а также к перераспределению сил в конкурентной среде этого сегмента рынка. Последствия для аптечной розницы с большой долей вероятности привели бы к заметному снижению прибыльности. Впрочем, ситуация обостриться не успела, уже 20 августа запрет на ввоз БАД был снят, и участники розничного рынка вряд ли столкнулись с какими бы то ни было последствиями.

Тем не менее надо понимать, что обмен санкциями на этом может не закончиться. В тот же день, 20 августа, Роспотребнадзор объявил о закрытии нескольких ресторанов «Макдоналдс» в Москве, в т.ч. первого ресторана сети

в нашей стране, который был открыт еще в 1990 г. Официальная причина к санкциям отношения не имеет, но, учитывая символизм происходящих событий, выводы напрашиваются весьма однозначные. Непосредственно к аптечной рознице это событие отношения опять-таки не имеет, но, что будет дальше, предсказать сложно. В российском сегменте сетевого фармритейла американский и европейский бизнес пока представлен относительно скромно. Из крупных игроков можно назвать сети «Старый лекарь» и «О3 Аптека», которые принадлежат финскому дистрибьютору «Ориола КД», а также ассоциацию «Альфега Аптека», которая создана при непосредственном участии оптовой компании «Альянс Хелскеа». Последняя, к слову, входит в состав британской Alliance Boots, который в свою очередь с 2012 г. является частью бизнеса американской Walgreen. Еще больше примеров взаимного проникновения интересов можно найти в производственной сфере, но фантазировать по поводу расширения санкций в отношении фармрынка не хотелось бы, хотя бы по той простой причине, что любые ограничительные действия всегда имеют обратную сторону. В частности, это может привести к серьезному снижению инвестиционной привлекательности отрасли. А для аптечной розницы, которая переживает вторую волну консолидации, это было бы очень серьезным ударом.



Продолжение на стр. 28

Зарубежные новости

Omega Pharma привлекла внимание Perrigo и Boehringer Ingelheim

Как сообщает агентство washpost.bloomberg.com. со ссылкой на информированные источники, бельгийский производитель безрецептурной продукции — компания Omega Pharma NV привлекла внимание ряда фармацевтических компаний, в т.ч. американской дженериковой компании Perrigo Co. и немецкой Boehringer Ingelheim GmbH, сообщает Bloomberg. Кроме этих компаний, Omega Pharma также может представлять интерес для немецкой Bayer и французской Sanofi, полагают источники. Сумма потенциальной сделки может составить более 4 млрд евро (5,3 млрд долл.). Бельгийская компания привлекла в качестве консультантов экспертов банка Morgan Stanley. Omega Pharma, в продуктовый портфель которой входит популярное обезболивающее средство Solpadeine, была выкуплена ее основателем Марком Куком и партнерами в феврале 2012 г. До этого компания была публичной в течение 13 лет. Представители Perrigo, Sanofi, Boehringer и Bayer от комментариев отказались. В 1-м полугодии 2014 г. операционная прибыль Omega Pharma составила 130,1 млн евро, что на 60% выше показателя за аналогичный период 2013 г. В 2013 г. операционная прибыль составила 137,7 млн евро при объеме продаж 1,2 млрд евро.

Johnson&Johnson рассматривает вопрос продажи подразделения Cordis

Американская компания Johnson&Johnson рассматривает вопрос продажи своего подразделения по производству стентов и катетеров и другой продукции Cordis, сообщает washpost.bloomberg.com. со ссылкой на информированные источники. Сумма потенциальной сделки может составить 2 млрд долл. Во II квартале 2014 г. объем продаж подразделения по производству изделий медицинского назначения, в состав которого входит Cordis, увеличился менее чем на 1% и составил 7,24 млрд долл. Общий квартальный объем продаж Johnson&Johnson вырос на 9% — до 19,5 млрд долл. В начале 2014 г. Johnson&Johnson продал диагностическое подразделение Ortho Clinical Diagnostics частной инвестиционной компании Carlyle Group LP за 4 млрд долл.

Gedeon Richter подтверждает планы по расширению деятельности в России

Как заявил в интервью газете Világgazdaság исполнительный директор венгерской фармацевтической компании Gedeon Richter Эрик Богш, шансы на расширение санкций Евросоюза против России, предусматривающие эмбарго на поставки лекарственных средств, минимальны, сообщает венгерский сайт portfolio.hu. Поэтому компания подтверждает планы по наращиванию объема производства на территории нашей страны. Компанию, имеющую значительное присутствие на российском фармрынке, в первую очередь интересует, насколько западные санкции повлияют на российскую экономику и каковы будут ответные меры российского правительства в отношении стран ЕС. По мнению Эрика Богша, меры по защите российского рынка, являющегося крупнейшим для компании, более вероятны и поэтому основание и постепенное расширение производственного предприятия Gedeon Richter в России имеет очень важное значение. Около 15% объема продаж Gedeon Richter в России обеспечивается за счет местного производства, и этот показатель будет расти. Эрик Богш также отметил, что расширение деятельности в глобальном масштабе очень важно для компании. Помимо дженерикового рынка Gedeon Richter присутствует на рынке биоаналогов и продолжает исследования в области разработки оригинальных лекарственных средств для лечения заболеваний ЦНС.

Продолжение. Начало на стр. 26

Таблица 3. TOP15 по доле на розничном коммерческом рынке ЛП по итогам I—II кварталов 2014 г.

Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.07.2014	Доля рынка, %	
				I—II кварталы	
				2014 г.	2013 г.
Классические аптечные сети					
1	РИГЛА	Москва	1074	2,75	2,66
2	ДОКТОР СТОЛЕТОВ (включая ОЗЕРКИ)	Москва	410	2,15	2,32
3	A5 GROUP	Москва	996	2,07	2,03
4	A.V.E. GROUP*	Москва	370	1,81	1,23
5	ИМПЛОЗИЯ**	Самара	1040	1,67	1,20
6	РАДУГА (включая ПЕРВУЮ ПОМОЩЬ)	С.-Петербург	752	1,63	1,60
7	ПЛАНЕТА ЗДОРОВЬЯ	Пермь	540	1,48	1,08
8	ФАРМАИМПЕКС	Ижевск	510	1,46	1,42
9	АСНА	Москва	370	1,22	1,25
10	ФАРМАКОР	С.-Петербург	394	1,20	1,17
11	ФАРМЛЕНД	Уфа	360	0,98	0,83
12	АПТЕКИ 36,6*	Москва	299	0,98	1,76
13	САМСОН-ФАРМА	Москва	35	0,85	0,77
14	ВИТА	Самара	456	0,78	0,77
15	МЕЛОДИЯ ЗДОРОВЬЯ	Новосибирск	448	0,68	0,60
Аптечные ассоциации					
1	UMG	Москва	1394	3,49	2,05
2	СОЮЗФАРМА	Москва	3776	2,90	3,24
3	АЛФЕГА АПТЕКА	Москва	1164	1,69	1,88

* В настоящий момент происходит процесс консолидации активов компаний. Совокупная доля рынка по итогам I—II кварталов 2014 г. составляет 2,79%, что соответствует 1-му месту рейтинговой таблицы.
** Экспертная оценка RNC Pharma.

Источник: RNC Pharma

Таблица 4. TOP15 по доле на розничном коммерческом рынке нелекарственной продукции по итогам I—II кварталов 2014 г.

Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.07.2014	Доля рынка, %	
				I—II кварталы	
				2014 г.	2013 г.
1	РИГЛА	Москва	1074	2,92	2,01
2	A5 GROUP	Москва	996	1,53	1,49
3	ДОКТОР СТОЛЕТОВ (включая ОЗЕРКИ)	Москва	410	1,49	0,00
4	ИМПЛОЗИЯ**	Самара	1040	1,46	0,94
5	A.V.E. GROUP*	Москва	370	1,44	0,82
6	ФАРМАИМПЕКС	Ижевск	510	1,20	1,12
7	РАДУГА (включая ПЕРВУЮ ПОМОЩЬ)	С.-Петербург	752	1,12	1,29
8	ЛАДУШКА	Н. Новгород	204	1,01	0,58
9	ФАРМЛЕНД	Уфа	360	0,98	0,77
10	СТАРЫЙ ЛЕКАРЬ	Москва	222	0,96	0,77
11	ФАРМАКОР	С.-Петербург	394	0,88	1,04
12	ВИТА	Самара	456	0,88	0,85
13	АСНА	Москва	370	0,87	0,86
14	ПЛАНЕТА ЗДОРОВЬЯ	Пермь	540	0,81	0,66
15	АПТЕКИ 36,6*	Москва	299	0,78	1,99

*В настоящий момент происходит процесс консолидации активов компаний. Совокупная доля рынка по итогам I—II кварталов 2014 г. составляет 2,22%, что соответствует 2-му месту рейтинговой таблицы.
**Экспертная оценка RNC Pharma.

Источник: RNC Pharma

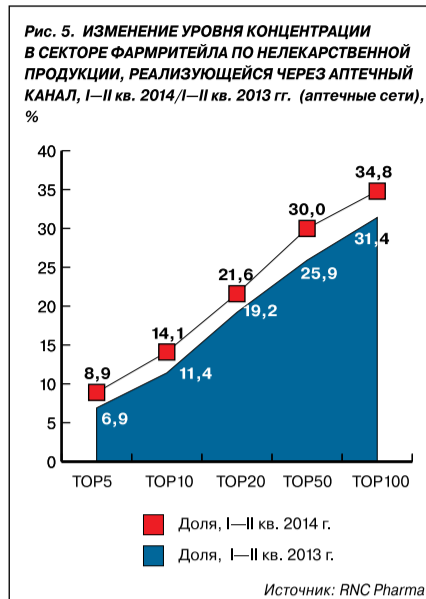
Ориентирование на местности

Консолидационные процессы в аптечной рознице начались еще в прошлом году. Тогда они выразились в целом ряде сделок, в результате которых фактически полностью изменилась верхняя часть рейтинга аптечных сетей. Сделки продолжились и в текущем году, причем не всегда они сопровождаются объединением или поглощением компаний. Показательна в данном случае распродажа региональных активов сети «Аптеки 36,6». Покупка активов последней башкирским «Фармлендом», очевидно, самым серьезным образом упрочит позиции крупного мультирегионального игрока. Подобные сделки мы наблюдали также со стороны нижегородской «Ладушки» и пермской аптечной сети «Аптека-Таймер». Таким образом, рынок концентрируется не только за счет федеральных сетей, но и на региональном уровне.

Еще один шаг на пути консолидации отрасли предприняли в июне с.г. сети «А5» и «Фармаимпекс». Компании объявили о создании маркетингового альянса «Компас». Объединенная структура станет беспрецедентным на рынке игроком как с позиции совокупной рыночной доли (3,53%), так и в отношении количества аптечных учреждений (более 1,5 тыс.). С точки зрения количества АУ в составе альянса конкурентом можно считать только «СоюзФарму», но организация позиционирует себя прежде всего в качестве некоммерческой структуры, это следует из официального сайта компании. «Компас» изначально позиционируется как маркетинговое партнерство, которое по определению направлено на получение прибыли и тесную координацию деятельности его участников. Более того, на рынке уже есть прецеденты, когда участники маркетинговых альянсов вступали и в более тесные отношения. Так, в 2012 г. в рамках альянса UMG произошло объединение активов сетей «Горздрав» и А.в.е. Правда, для участников альянса «Компас» это все-таки хоть и возможный, но все же последующий этап. Пока сети планируют привлекать к партнерству других участников, очевидно, за счет игроков из регионов, которые не являются конкурентными для компаний-учредителей. Так что фактический отраслевой лидер в ближайшее время может еще довольно существенно подрасти.

Аптечность в розницу

При этом консолидационным процессам в отрасли противостоит довольно много факторов. И последствия санкций в этом ряду выглядят как наименее вероятный сценарий. А вот то, что действительно серьезно может повлиять на расстановку сил в аптечной рознице, так это те регуляторные инициативы, которые наблюдаются в настоящее время вокруг вопроса возможной продажи ЛП в супермаркетах. Представители розничного рынка обеспокоены не напрасно. Они имеют возможность ориентироваться на зарубежный опыт, в частности Великобританию и США, где супермаркеты имеют право реализации ограниченного ОТС-ассортимента. Правда, при этом и аптеки куда менее ограничены в отношении ассортимента политики, чем в нашей стране. Сравнение получается не в пользу российского фармритейла. И если представить себе, что продажу ЛП вне аптек действительно разрешат, для отрасли это станет серьезным ударом. Наверное, мало кто тешит себя иллю-



зиями, что даже ограниченный ассортимент в том виде, в котором его представил Минздрав в конце июля, станет прецедентом. Если «джинна выпустят из бутылки», обратно его будет загнать практически невозможно. Аппетиты торговых сетей начнут расти, так что в долгосрочной перспективе они все равно будут лоббировать расширение спектра разрешенных для продажи ЛП. Дальнейшие прогнозы — это уже «уравнение с тремя неизвестными», сценарии будут развиваться в зависимости от того, какие требования предъявят к продаже ЛП в супермаркетах.

Пессимистичный сценарий может предполагать рост цен в классических аптеках, т.к. из-за потери части ассортимента, формирующего прибыль, ее придется компенсировать за счет других

товаров. В некоторых случаях можно ожидать и закрытия аптек, расположенных в непосредственной близости к новым конкурентам.

Оптимистичный предполагает, что аптеки смогут встроиться в зарождающуюся систему. Скажем, супермаркеты иногда передают специфичный ассортимент (алкоголь, табак и др.) на управление специализированным игрокам. С аптеками ситуация может развиваться таким же образом, и это самый благоприятный исход для отрасли.

Другой возможный вариант, если аптеки смогут перепрофилировать собственный бизнес в сторону неаптечного ассортимента, открывая на своей площадке некое подобие FMCG-магазина со значительным блоком классической аптечной продукции. Но реалистич-

ность этого сценария, особенно для массового игрока, довольно низкая, он потребует не только значительных торговых площадей, но и соответствующих специалистов. Лобовая конкуренция с неаптечной розницей по этим ключевым расходным статьям маловероятна, хотя бы в силу разных весовых категорий. А вот некие примеры симбиоза все-таки возможны.

Но это только одна сторона вопроса. Фармрынок может нанести асимметричный удар, лоббируя изменения в рамках отрасли. Например, многие сейчас выступают за ограничение конкуренции путем введения нормативов на открытие новых аптечных учреждений и т.д. Так что инициатива правительства может иметь для отрасли довольно серьезные последствия.

Что было, что будет...

Сергей Давыдов – бизнес-консультант, старший партнер компании МСЕ



— Маржинальность розничного звена фармацевтического бизнеса и сейчас невысока, а при все более усложняющейся экономической ситуации уже наблюдаются факторы для ее дальнейшего снижения. Большая часть продукции импортируется, курс доллара имеет достаточно уверенную тенденцию к росту, покупательная способность населения растет медленно. Стоимость кредитных ресурсов вернее всего также подорожает. Как же сохранить маржинальность?

• повышение операционной эффективности: здесь два, например, важных параметра – стоимость аренды (и

показатель эффективности – оборот на 1 кв. метр) и заработные платы сотрудников (и, соответственно, оборот на 1 сотрудника). Из таблицы N3 видно, что лидеры по эти параметрам опережают другие сети не на проценты, а в разы – до 5 кратного разрыва.

• оказание услуг вне процесса ценообразования: - размещение ОТС препаратов в наиболее интересных местах аптек (прикассовая зона, на уровне глаз покупателей, не менее двух видимых упаковок и т.д.); - реклама ОТС препаратов - воблеры, рекламные плакаты, реклама на экранах дисплеев и т.д.; - услуга по обеспечению наличия определенного препарата производителя в определенном количестве аптек в течение согласованного периода.

• вывод низкомаржинальных товаров из оборота, в том числе и собственных препаратов- private label

• увеличение аптечного ассортимента высокомаржинальными товарами – косметика, БАД, лечебное питание и т.д. Например, в крупнейшей американской аптечной сети «Walgreens» продаются очень широкий ассортимент товаров, в том числе - продуктов питания.

Скорее всего, приоритетной политикой сетей станут классические антикризисные меры – в добавление к уже упомянутому это продажа (закрытие) низкорентабельных точек продаж и снижение уровня долга компании. В этой ситуации вряд ли процесс укрупнения игроков будет продолжаться дальше.

Пути повышения маржинальности есть, и они в целом известны. Но пути эти – непростые.

Александр КУЗИН, аптечная сеть «Ригла», коммерческий директор:



— «Ригла» давно приняла и последовательно реализует политику именно органического роста, т.к. именно такой рост обеспечивает гораздо большую стабильность и контроль, пусть даже в ущерб скорости. История знает примеры, когда аптечные сети развивались очень быстро за счет M&A сделок, но далеко не всегда подобные истории заканчивались положительно.

Зарубежные новости

FDA присвоило орфанный статус препарату компании Arena Pharmaceuticals

Как заявили в американской фармацевтической компании Arena Pharmaceuticals, Inc., американский регулятор присвоил орфанный статус препарату для лечения легочной артериальной гипертензии APD811, сообщает www.rttnews.com.

По словам старшего вице-президента Arena Крейга Одетта, компания планирует начать II фазу клинических испытаний препарата уже в текущем году.

Компания Arena производит препарат для лечения ожирения Belviq.

Gedeon Richter и Palatin Technologies подписали лицензионное соглашение

Венгерская фармацевтическая компания Gedeon Richter и американская Palatin Technologies подписали лицензионное соглашение о совместной разработке и коммерциализации препарата для лечения сексуальной дисфункции у женщин bremelanotide в ЕС и ряде других стран, сообщает www.reuters.com.

По условиям соглашения, Palatin удалось получить единовременный платеж в размере 7,5 млн евро и еще дополнительно 2,5 млн евро после начала III стадии клинических испытаний препарата в США.

AbbVie получил права на экспериментальный противоопухолевый препарат

Американские фармацевтические компании AbbVie и Infinity Pharmaceuticals подписали глобальное соглашение о сотрудничестве в области разработки и коммерциализации противоопухолевого препарата duvelisib, относящегося к ингибиторам PI3K, сообщает www.firstwordpharma.com. Сумма соглашения может составить до 805 млн долл.

По условиям соглашения, AbbVie осуществит единовременный платеж в размере 275 млн долл. Кроме того, Infinity получит еще до 530 млн долл. в виде промежуточных платежей.

В настоящее время duvelisib проходит II стадию клинических испытаний для лечения вялотекущей неходжкинской лимфомы и III стадию исследований для лечения хронического лимфолейкоза.

Novo Nordisk прекращает исследования в области воспалительных заболеваний

Датская фармацевтическая компания Novo Nordisk объявила о решении прекратить исследовательскую деятельность в области воспалительных заболеваний и сосредоточиться на разработке лекарственных средств для профилактики и лечения сахарного диабета и ожирения, сообщает in.reuters.com.

По прогнозам компании, связанные с этим единовременные издержки в 2014 г. составят около 700 млн датских крон (123,37 млн долл.).

Обновленный прогноз по финансовым результатам за 2014 г. будет представлен в финансовом отчете за III квартал 2014 г.

Кандидатной вакцине компании Pfizer присвоен статус быстрого рассмотрения

Как сообщили в американской фармацевтической компании Pfizer, FDA присвоило статус быстрого рассмотрения ее кандидатной вакцине PF-06425090, предназначенной для борьбы с Clostridium difficile-ассоциированными заболеваниями, в т.ч. диареей и псевдомембранозным колитом, сообщает processandproduction.pharmaceutical-business-review.com. Вакцина проходит II фазу клинических испытаний.

Бактерия Clostridium difficile является самой распространенной причинной внутрибольничной инфекцией, против которой в настоящее время не существует вакцины. В США ежегодно регистрируется около 250 тыс. случаев внутрибольничной инфекции, из которых примерно 14 тыс. приводят к летальному исходу.