

# Командная игра

## Рейтинг аптечных сетей, I—III квартал 2013 года\*

По итогам девяти месяцев с.г. сетевой аптечный сегмент демонстрирует сдержанные темпы развития, заданные в первую очередь аномально теплой для осени погодой. Динамика роста TOP25 аптечных сетей составляет около 8,3% относительно аналогичного периода прошлого года, при том что динамика розничного коммерческого рынка ЛП составляет около 12% по данным IMS Health и 13,6% по данным DSM Group. Пиковый сезон продаж только начинается, и участники рынка анализируют результаты третьей четверти текущего года. Конец III квартала — как последний рубеж перед финальной стометровкой до финиша. Кто-то собирается и активизирует накопленные резервы, а кто-то уже сейчас работает на пределе своих возможностей. Но в бизнесе, как и в спорте, следует помнить: зачастую залогом успеха является не только наличие лидера среди участников, но и слаженная командная игра, которая, к сожалению, пока не является отличительной чертой российской фармрозницы.

**Павел Расщупкин, RNC Pharma**

**К**онсолидация рынка — вопрос, который волнует многие компании, представляющие различные секторы экономики (под консолидацией мы понимаем прежде всего объединение или укрупнение компаний —

Таблица 1. Комплексный рейтинг аптечных сетей, I—III кв. 2013 г.

Категория оборота	Категория географического охвата*	Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.10.2013	Рейтинговый показатель (балл)		
R1	R1-fed	1	РИГЛА	Москва	925	81,5		
		2	АПТЕКИ 36,6	Москва	667	60,0		
		3	РАДУГА	С.-Петербург	565	59,0		
		4	ФАРМАИМПЕКС	Ижевск	463	54,6		
		5	МЕЛОДИЯ ЗДОРОВЬЯ	Новосибирск	412	47,6		
		6	ИМПЛОЗИЯ**	Самара	969	47,1		
	R1-mreg	7	ФАРМАКОР	С.-Петербург	394	27,1		
		1	A5 GROUP	Москва	1100	78,3		
		2	ФАРМЛЕНД	Уфа	280	51,1		
		3	ДОКТОР СТОЛЕТОВ	Москва	387	50,6		
		4	ВИТА	Самара	467	48,9		
		5	СТАРЫЙ ЛЕКАРЬ	Москва	234	39,2		
	RA	RA	6	ПЛАНЕТА ЗДОРОВЬЯ**	Пермь	458	38,0	
			1	СОЮЗФАРМА	Москва	3514	71,0	
			2	АСНА	Москва	173	50,0	
			3	АЛФЕГА АПТЕКА	Москва	1083	49,4	
			4	UMG	Москва	844	35,2	
			R2	R2-mreg	1	ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ	С.-Петербург	180
		2			БИОТЭК**	Москва	323	63,4
3		ЗДОРОВЫЕ ЛЮДИ			С.-Петербург	206	61,1	
4		АПТЕКА ТАЙМЕР			Пермь	128	60,4	
5		ФЛОРИЯ			Москва	221	59,5	
6		МАКСАВИТ (включая 36,7С)			Н. Новгород	81	57,8	
R2-loc		7		КЛАССИКА**	Екатеринбург	153	55,7	
		8		АПТЕКА НЕВИС	С.-Петербург	244	50,2	
		9		HEXAL	Москва	56	39,4	
		10		МЭТР**	Брянск	120	31,1	
		11		РОДНИК ЗДОРОВЬЯ (включая ЛЕКОПТТОРГ)	С.-Петербург	69	30,6	
		1		ОЗЕРКИ	С.-Петербург	28	61,8	
		2		A.V.E. GROUP	Москва	247	55,6	
		3	САМСОН-ФАРМА	Москва	27	45,4		
	4	ГУБЕРНСКИЕ АПТЕКИ**	Красноярск	280	44,7			
5	НЕО-ФАРМ	Москва	108	36,8				
6	АПТЕКА ДИАЛОГ	Москва	16	32,1				
7	БРЯНСКФАРМАЦИЯ	Брянск	153	32,0				
8	ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ (Аптечная сеть Алтая)	Барнаул	80	30,5				
9	ВОЛГОФАРМ	Волгоград	72	29,9				
10	СТОЛИЧНЫЕ АПТЕКИ**	Москва	173	29,9				
11	ОАС ЧЕЛЯБИНСК**	Челябинск	247	27,1				
12	ЗДОРОВЬЕ	Усть-Лабинск	35	25,7				
13	НОВОСИБИРСКАЯ АПТЕЧНАЯ СЕТЬ**	Новосибирск	105	25,3				
14	ЛИПЕЦКФАРМАЦИЯ	Липецк	125	25,0				
15	ФАРМАКОН	Ижевск	105	23,3				
16	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ФАРМАЦИЯ**	Н. Новгород	218	22,0				
17	ПЕТЕРБУРГСКИЕ АПТЕКИ	С.-Петербург	86	20,1				
18	ФАРМЭКОНОМ	Иркутск	40	19,3				
19	СЕРДЕЧНО	Москва	42	16,2				

Категория оборота	Категория географического охвата*	Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.10.2013	Рейтинговый показатель (балл)
R3-mreg		1	АПТЕЧНАЯ СЕТЬ ХОЛДИНГА «СЕВЕРО-ЗАПАД»	С.-Петербург	102	77,5
		2	ГОРОДСКАЯ АПТЕКА	Ставрополь	78	70,9
		3	НОВАЯ АПТЕКА	Хабаровск	68	64,1
		4	АПТЕКИ ЛЕКРУС	Москва	58	61,5
		5	АНТЕЙ	Вологда	85	55,7
		6	МОЯ АПТЕКА	Новосибирск	59	54,9
		7	МИЦАР-Н	Москва	49	45,7
		8	АЛИЯ	Самара	91	43,1
		9	ТВОЙ ДОКТОР**	Тула	73	39,8
		10	ТРИКА**	Москва	33	39,1
		11	КАЗАНСКИЕ АПТЕКИ**	Казань	81	22,4
R3		1	БАШФАРМАЦИЯ**	Уфа	367	83,2
		2	ЗДОРОВЫЙ ГОРОД	Воронеж	47	72,9
		3	ТАТТЕХМЕДФАРМ**	Казань	248	68,5
		4	АПТЕКА ИФК	Москва	30	61,9
		5	ФАРМАЦИЯ, ТЮМЕНЬ	Тюмень	131	60,4
		6	НИЖЕГОРОДСКАЯ АПТЕЧНАЯ СЕТЬ**	Н. Новгород	94	57,1
		7	КУРГАНФАРМАЦИЯ	Курган	132	56,8
		8	ОРЕНЛЕК**	Оренбург	89	52,4
		9	СОЛНЫШНО	Москва	36	49,3
		10	АЛВИК	Челябинск	57	48,9
		11	ФОРМУЛА ЗДОРОВЬЯ	Мурманск	52	47,6
12	ЭВАЛАР	Бийск	20	45,6		
13	ХАНТЫ-МАНСИЙСКАЯ АПТЕКА	Ханты-Мансийск	117	44,9		
14	РИФАРМ	Челябинск	44	44,6		
15	ЭДЕЛЬВЕЙС	Кемерово	59	43,9		
16	АВИЦЕННА	Иркутск	22	43,3		
17	ПЕРМФАРМАЦИЯ**	Пермь	147	43,1		
18	АПТЕКИ КУЗБАССА	Кемерово	106	41,2		
19	НОВГОРОДФАРМАЦИЯ	В. Новгород	79	40,7		
20	ЧУВАШФАРМАЦИЯ	Чебоксары	100	40,4		
21	ФАРМАДА	Сочи	35	40,2		
22	СЕМЕЙНАЯ АПТЕКА	Омск	55	37,2		
23	ВИТАФАРМ**	Тольятти	63	36,8		
24	АПТЕКА СИА	Красноярск	24	36,7		
25	АПРЕЛЬ**	Краснодар	104	36,6		
26	АМУРФАРМАЦИЯ**	Благовещенск	107	36,5		
27	ДОМФАРМА	Коломна	27	35,9		
28	КАЛУГАФАРМАЦИЯ	Калуга	77	35,8		
29	ФАРМАЦИЯ, ЕКАТЕРИНБУРГ	Екатеринбург	96	35,2		
30	БИОМЕД	Самара	70	35,0		
31	ФАРМАЦЕВТ ПЛЮС**	Ростов	48	34,5		
32	ФАРМСИБНО	Красноярск	20	33,7		
33	МЕДБИОЛАЙН	Москва	31	32,8		
34	УЛЬЯНОВСКФАРМАЦИЯ	Ульяновск	104	31,0		
35	НОВАЯ БОЛЬНИЦА**	Екатеринбург	35	30,7		
36	ЭДИФАРМ	С.-Петербург	19	28,9		
37	ЖЕЛАЕМ ЗДОРОВЬЯ	Москва	40	28,0		
38	ЕНИСЕЙ-МЕД (включая АЛЬФАМЕД)**	Красноярск	28	26,8		
39	ЗДРАВА	Омск	17	26,0		
40	МЕДУНИЦА	Саратов	41	25,2		
41	РАДУГА, Екатеринбург	Екатеринбург	40	24,8		
42	ПАНАЦЕЯ-Н	В. Новгород	18	24,2		
43	РИВЬЕРА	Казань	34	23,8		
44	ВАЛЕТА	Екатеринбург	22	23,2		
45	КУРСКАЯ ФАРМАЦИЯ	Курск	36	21,4		
46	БОНУМ	Саратов	41	20,2		
47	СПРЭЙ	Рязань	38	18,8		
48	АЛОЭ-ФАРМ	Казань	22	13,1		

\*Расшифровка категорий: R1, R2, R3 – категоризация по обороту компаний (Методика расчетов и построения рейтингов аптечных сетей опубликована в приложении «ФВ-Аналитика» № 2, 2013) fed — федеральные сети; mreg — мультирегиональные сети; loc — локальные сети; RA — аптечные сети ассоциативного типа \*\*Экспертная оценка

Источник: RNC Pharma

\*Полная версия проекта будет опубликована в приложении «ФВ-Аналитика» № 3, 2013 (декабрь).

Продолжение на стр. 18

**Зарубежные новости**

**Sanofi планирует ежегодно тратить на приобретения 1—2 млрд евро**

Как заявил в интервью газете Le Figaro исполнительный директор французской фармацевтической компании Sanofi Крис Виебахер, компания планирует ежегодно тратить 1—2 млрд евро (1,4—2,7 млрд долл.) на приобретения. Об этом сообщает агентство uk.reuters.com.

С тех пор, как Крис Виебахер встал во главе Sanofi, пять лет назад, компания затратила на приобретения 24 млрд евро, в т.ч. на покупку американской биотехнологической компании Genzyme, с целью пополнения продуктового портфеля.

По словам директора, в сентябре 2013 г. компания пережила последствия патентного обвала и теперь наметилась тенденция роста объема продаж. Компания намерена развивать следующие приоритетные направления — сахарный диабет, вакцины, бизнес в развивающихся странах, ОТС, ветеринария, редкие заболевания и др.

**Teva и Mylan урегулировали патентный спор в отношении Сорахоне в трех европейских странах**

Израильская фармкомпания Teva и американский производитель дженериков Mylan достигли соглашения в отношении патента на препарат для лечения рассеянного склероза Сорахоне во Франции, Великобритании и Нидерландах, сообщает www.firstwordpharma.com. Условия соглашения не разглашаются.

Как отметили в израильской компании, в ЕС патент на Сорахоне действителен до мая 2015 г.

В июле 2013 г. апелляционный суд Англии и Уэльса подтвердил решение Высокого суда правосудия Великобритании о действительности европейского патента на Сорахоне. В США решением суда срок действия патента на Сорахоне сокращен до мая 2014 г. Изначально срок действия патентной защиты на препарат в США истек в сентябре 2015 г. Teva готовит обращение в Апелляционный суд.

В 2012 г. объем продаж Сорахоне составил около 4 млрд долл.

**Вауер выступил с предложением о приобретении норвежской Algeta**

Немецкая химико-фармацевтическая компания Вауер AG сделала предложение о приобретении своему норвежскому партнеру — биотехнологической компании Algeta ASA, сообщает агентство www.bloomberg.com. Сумма сделки может составить около 2,42 млрд долл. Разработанный компаниями препарат для лечения рака предстательной железы Xofigo разрешен к применению в США в мае 2013 г.

Вауер предложил акционерам Algeta 336 норвежских крон (55,03 долл.) за акцию, что почти на 27% превышает стоимость акций на закрытие понедельника — 265,6 кроны.

Как отметили в Algeta, нет гарантии, что предложение Вауер приведет к заключению сделки. По мнению аналитика DZ Bank AG Петера Шпенглера, потенциал норвежской компании не оправдывает высокую цену приобретения. В Вауер подтвердили факт предложения о приобретении Algeta, но от дальнейших комментариев отказались. Вауер и Algeta заключили соглашение о сотрудничестве в области разработки препарата Xofigo в 2009 г. Компании совместно продвигают препарат и делят прибыль от его продажи в США.

**Американский хедж-фонд увеличивает долю в Celесio**

Как сообщает online.wsj.com, американский хедж-фонд Elliott International увеличил свою долю в немецкой фармдистрибьюторской компании Celесio AG с 21,15 до 25,16%.

В конце октября 2013 г. американский фармдистрибьютор McKesson Corp. предложил приобрести Celесio за 8,4 млрд долл.

McKesson уже приобрел 50,01% акций, принадлежащих крупнейшему акционеру Celесio — семье Ханиэль. Для завершения сделки американской компании необходимо приобрести 75% акций Celесio.

Продолжение. Начало на стр. 17

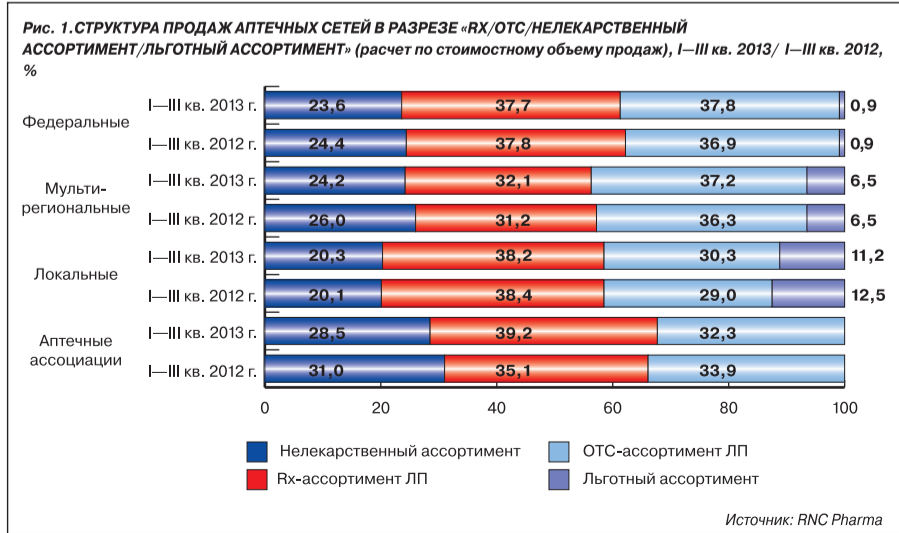
**Таблица 2. TOP25 аптечных сетей и ассоциаций с наибольшим товарооборотом, I—III кв. 2013 г.**

Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Показатель относительно лидера			
			Объем продаж			
			Общий	ЛП	не ЛП	Льгота
<b>Классические аптечные сети</b>						
1	РИГЛА	Москва	1,000	1,000	1,000	
2	A5 GROUP	Москва	0,994	0,747	0,760	1,000
3	АПТЕКИ 36,6	Москва	0,678	0,605	0,943	
4	ИМПЛОЗИЯ*	Самара	0,667	0,625	0,821	
5	ФАРМАИМПЕКС	Ижевск	0,545	0,551	0,524	
6	ОЗЕРКИ	С.-Петербург	0,533	0,543	0,494	
7	A.V.E. GROUP	Москва	0,460	0,466	0,439	
8	РАДУГА	С.-Петербург	0,453	0,424	0,387	0,155
9	ФАРМАКОР	С.-Петербург	0,440	0,448	0,410	
10	ВИТА	Самара	0,346	0,324	0,428	
11	ФАРМЛЕНД	Уфа	0,331	0,312	0,398	
12	СТАРЫЙ ЛЕКАРЬ	Москва	0,316	0,299	0,379	
13	ДОКТОР СТОЛЕТОВ	Москва	0,288	0,272	0,347	
14	САМСОН-ФАРМА	Москва	0,282	0,291	0,249	
15	ГУБЕРНСКИЕ АПТЕКИ*	Красноярск	0,271	0,200	0,128	0,354
16	ПЛАНЕТА ЗДОРОВЬЯ	Пермь	0,261	0,231	0,369	
17	ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ	С.-Петербург	0,260	0,238	0,342	
18	КЛАССИКА*	Екатеринбург	0,258	0,221	0,394	
19	МЕЛОДИЯ ЗДОРОВЬЯ	Новосибирск	0,247	0,227	0,321	
20	ВОЛГОФАРМ	Волгоград	0,240	0,205	0,130	0,212
21	БИОТЭК*	Москва	0,212	0,128	0,138	0,334
22	ЗДОРОВЫЕ ЛЮДИ	С.-Петербург	0,206	0,180	0,301	
23	АПТЕКА НЕВИС	С.-Петербург	0,203	0,201	0,211	
24	ФЛОРИЯ	Москва	0,181	0,179	0,186	
25	СТОЛИЧНЫЕ АПТЕКИ*	Москва	0,170	0,056	0,092	0,438
<b>Аптечные ассоциации</b>						
1	СОЮЗФАРМА	Москва	1,000	1,000	1,000	-
2	АЛФЕГА АПТЕКА	Москва	0,636	0,684	0,543	-
3	UMG	Москва	0,491	0,564	0,349	-
4	АСНА	Москва	0,342	0,427	0,179	-

\*Экспертная оценка

Источник: RNC Pharma

участников рынка). Действительно, от степени консолидации во многом зависит и характер конкурентной среды, и набор механизмов взаимодействия участников рынка друг с другом и с регуляторными органами. Розничный коммерческий рынок лекарственных препаратов (ЛП) не является исключением. Учитывая Стратегию лекарственного обеспечения населения Российской Федерации до 2025 г., в которую заложен переход фармрынка на страховую модель лекарственного обеспечения, вопрос консолидации аптечного сектора с каждым годом становится все более насущным. Степень консолидации сектора во многом будет влиять как на успех реализации пилотных проектов, так и на повсеместное внедрение этой



Источник: RNC Pharma

Таблица 3. TOP15 аптечных сетей по доле на розничном коммерческом рынке ЛП, I—III кв. 2013 г.

Рейтинг	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.10.2013	Доля рынка, %	
				I—III кв.	
				2013	2012
Классические аптечные сети					
1	РИГЛА	Москва	925	2,71	2,46
2	A5 GROUP	Москва	1100	2,03	2,31
3	ИМПЛОЗИЯ*	Самара	969	1,70	1,56
4	АПТЕКИ 36,6	Москва	667	1,64	2,20
5	ФАРМАИМПЕКС	Ижевск	463	1,49	1,24
6	ОЗЕРКИ**	С.-Петербург	28	1,47	1,37
7	A.V.E. GROUP	Москва	247	1,27	-
8	ФАРМАКОР	С.-Петербург	394	1,22	1,33
9	РАДУГА	С.-Петербург	565	1,15	0,99
10	ВИТА	Самара	467	0,88	0,75
11	ФАРМЛЕНД	Уфа	280	0,85	0,73
12	СТАРЫЙ ЛЕКАРЬ	Москва	234	0,81	0,87
13	САМСОН-ФАРМА	Москва	27	0,79	0,82
14	ДОКТОР СТОЛЕТОВ**	Москва	387	0,74	0,79
15	ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ	С.-Петербург	180	0,65	0,62
Аптечные ассоциации					
1	СОЮЗФАРМА	Москва	3514	2,85	2,82
2	АЛФЕГА АПТЕКА	Москва	1083	1,95	1,57
3	UMG	Москва	844	1,61	2,33
4	АСНА	Москва	173	1,22	1,12

\* Экспертная оценка

\*\* По итогам 2013 г. компании будут оцениваться консолидированно

Источник: RNC Pharma

модели в нашей стране. Кроме того, в условиях, когда экономический кризис и стагнация являются уже не чрезвычайными явлениями, а объективной реальностью, консолидация игроков рынка становится одной из основных возможностей увеличения прибыльности.

К слову, после серьезных потрясений, вызванных, впрочем, не столько кризисными явлениями, сколько законодательными инициативами, уровень прибыльности аптечного бизнеса несколько стабилизировался. Тем не менее рентабельность и прибыльность сетевых игроков в целом остаются достаточно низкими и балансируют на уровне 2—4%. В существующих условиях повысить прибыльность можно двумя путями: тотальная экономия (дает кратковременный эффект и для растущего рынка неприемлема в прин-

ципе) либо активное развитие, в т.ч. путем масштабирования бизнеса, включая покупку действующих аптечных сетей. В текущем году мы наблюдали ряд подобных сделок, например, покупка аптечной сетью A.V.E. Group московской сети «120 на 80», которая входит в маркетинговое объединение (сеть ассоциативного типа) UMG. Напомним, что ранее A.V.E. также объединилась с сетью дисконт-аптек «Горздрав». Причем характерно, что тенденция развития крупными сетями собственных дискаунтеров нашла свое отражение и в сфере поглощений. В конце октября была продана аптечная сеть «Озерки» — лидер аптечной розницы Санкт-Петербурга, один из известнейших и крупнейших российских дискаунтеров. Формально покупателем выступила люксембургская компания Haden SA, но управлять сетью будет «Доктор Столетов».

Таким образом, последний не только становится крупнейшим игроком рынка Северной столицы, но и врывается в число лидеров рейтинга сетей по доле рынка. Кроме того, сеть получает опыт работы в дисконт-формате, чтобы потом тиражировать его в других регионах России.

Процессы объединения и деления сетей наблюдаются и среди государственных и муниципальных организаций. Правда, такие активы для государства являются непрофильными, и в долгосрочной перспективе большинство этих компаний так или иначе сменят собственника. Кроме того, их финансовое положение часто оставляет желать лучшего. Отметим, что часто процессы, связанные со сменой собственников государственных сетей, вызывают справедливые вопросы. Показательный пример — процесс акционирования сети «Столичные аптеки», который предполагает ее разделение на две части: одна останется на балансе Департамента здравоохранения Москвы и, очевидно, будет генерировать убытки, вторая продана без каких бы то ни было обременений для нового владельца.

Помимо случаев предпродажной подготовки, укрупнение государственных сетей часто происходит не от хорошей жизни, а для стабилизации финансовых показателей. Например, в апреле в ФАС было направлено ходатайство о присоединении сетей «Фармакон» и «Авиценна» к Нижегородской областной фармации. Причина объединения не скрывается — плохие финансовые показатели присоединяемых организаций.

Окончание на стр. 20

## Зарубежные новости

### ■ Pfizer закрывает завод в Пуэрто-Рико

Американская фармацевтическая компания Pfizer Inc. объявила о намерении закрыть к 2017 г. одно из трех производственных предприятий в Пуэрто-Рико, сообщает www.pharmpro.com.

Речь идет о заводе в г. Барселонета. Производство планируется перевести на другие предприятия.

Как отметили в компании, закрытие предприятия связано с патентным обвалом и повышением эффективности производства.

На трех предприятиях и в коммерческих офисах в Пуэрто-Рико работают около 2,7 тыс. сотрудников компании. Пока не известно, сколько из них потеряют работу.

Ранее о закрытии предприятия по производству активных субстанций в Барселонете объявила другая американская фармацевтическая компания Merck.

### ■ Европейский регулятор может оштрафовать Johnson&Johnson и Novartis в декабре 2013 г.

Европейский антимонопольный орган может оштрафовать американскую Johnson&Johnson и швейцарскую Novartis в декабре 2013 г. в рамках глобального расследования в отношении компаний, претягивающих появление на рынке аналогов их продукции, сообщает www.reuters.com. со ссылкой на информированные источники.

В июне с.г. подобные санкции были применены к датской компании Lundbeck и еще к восьми производителям, платившим дженериковым компаниям за задержку лонча аналогов.

Антимонопольные органы по обеим сторонам Атлантики критикуют подобную практику производителей инновационной фармацевтической продукции, утверждая, что она приводит к росту расходов на здравоохранение.

В настоящее время на рассмотрении антимонопольного ведомства ЕС находятся два дела, а именно в отношении израильской фармацевтической компании Teva, ее подразделения Cephalon и французской Servier.

### ■ Pfizer и Wyeth объединяют индийские подразделения

Фармацевтическая компания Pfizer Ltd (индийское подразделение американской Pfizer Inc) приобретает местную Wyeth Ltd (подразделение Wyeth), сообщает www.reuters.com. со ссылкой на заявление компаний. Сделка одобрена советами директоров обеих компаний.

Акционеры Wyeth получат по 7 акций Pfizer Ltd. за каждые 10 своих акций. Будут выгужены новые акции Wyeth на сумму около 15,9 млн долл.

Рыночная капитализация Wyeth Ltd. составляет около 294 млн долл. Pfizer Inc. владеет 51,12% акций Wyeth Ltd. и 63,57% акций Pfizer Ltd., капитализация которой равна 681 млн долл.

Pfizer Ltd. и Wyeth Ltd. также объявили о выплате промежуточных дивидендов в размере 360 и 145 рупий на акцию соответственно.

Pfizer Inc. приобрел Wyeth в 2009 г. Индийские подразделения компаний ранее работали самостоятельно.

### ■ Индийская Bioson получила разрешение на вывод на рынок биоаналога Herceptin

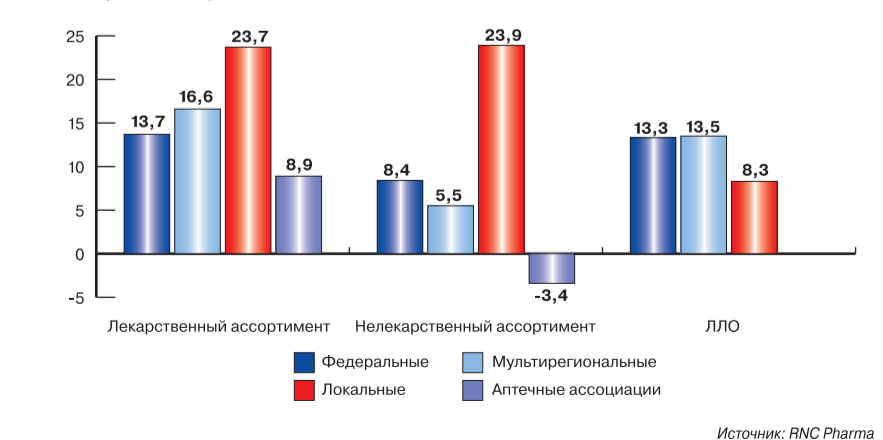
Акции индийской биотехнологической компании Bioson выросли почти на 2%, после того как компания получила разрешение на вывод на индийский рынок аналога препарата для лечения рака молочной железы Herceptin (trastuzumab) швейцарской компании Roche, сообщает www.firstwordpharma.com. со ссылкой на газету The Economic Times.

Представители Bioson подтвердили факт получения разрешения, но не уточнили, когда компания будет готова к продаже биоаналога.

В августе 2013 г. компания Roche объявила о том, что компания не намерена настаивать на возобновлении патента на Herceptin в Индии.

Bioson разрабатывает аналог препарата совместно с американской Mylan.

Рис. 2. СРАВНЕНИЕ ПРИРОСТА ТОВАРОБОРОТА В АПТЕЧНЫХ СЕТЯХ РАЗНЫХ КАТЕГОРИЙ, I—III кв. 2013/I—III кв. 2012, %





**Зарубежные новости**

**■ Французская компания Nicos приобретает итальянскую Eupharmed**

Французская фармацевтическая компания Nicos объявила о приобретении частной итальянской офтальмологической компании Eupharmed с целью расширения присутствия на рынках офтальмологической продукции в Европе и США, сообщает [www.pharmatimes.com](http://www.pharmatimes.com).

Сумма сделки — 3,5 млн евро акциями. Кроме того, предусмотрена выплата дополнительно до 2,4 млн евро при условии достижения определенных коммерческих целей.

В 2012 г. объем продаж Eupharmed составил 3,6 млн евро. По прогнозам, в текущем году он вырастет до 3,9 млн евро.

Как отметил управляющий директор по европейским и международным рынкам Nicos Филиппе Маскида, Италия является одним из крупнейших рынков офтальмологической продукции в Европе. За 12 месяцев, по август 2013 г., его объем составил 430 млн евро.

Eupharmed производит искусственные слезы, антибиотики, нестероидные противовоспалительные препараты и нутрацевтики.

**■ Menarini намерена расширить бизнес в Индии**

Итальянская фармацевтическая компания Menarini объявила о намерении значительно укрепить бизнес в Индии, сообщает [www.fiercsepharma.com](http://www.fiercsepharma.com). Компания планирует вывести на индийский рынок новые препараты, но при этом хотела бы купить несколько известных индийских брендов, если найдет их по разумной цене.

Как заявил в интервью газете Business Standard управляющий директор Menarini India Гирдхар Балвани, компания ведет переговоры с несколькими индийскими производителями, однако препятствием для заключения сделок является необоснованно высокая цена.

Menarini рассчитывает на сделки на сумму около 80 млн долл. По прогнозам компании, в 2013 г. объем продаж в Индии составит около 16 млн долл., из которых 80% придется на продажи брендированной продукции, а остальная сумма — на продажи по контракту. Итальянская компания по контракту продает в Индии препараты компаний Boehringer Ingelheim и Johnson & Johnson. В Menarini полагают, что к 2018 г. объем продаж брендированных ЛС в стране может составить около 40 млн долл. Столько же она планирует получить от продажи безрецептурной фармпродукции и за счет приобретений.

**■ Novartis приступил к выполнению программы по обратному выкупу акций**

Швейцарская фармацевтическая компания Novartis AG намерена в течение двух лет осуществить обратный выкуп собственных акций на сумму 5 млрд долл., сообщило агентство [washpost.bloomberg.com](http://washpost.bloomberg.com). Кроме того, компания объявила о диверсификации в новые сегменты бизнеса, в частности в разработку лекарственных препаратов для применения в дерматологии, кардиологии и клеточной терапии.

Выкуп акций начинается незамедлительно.

Эта программа по выкупу акций является частью программы на сумму 10 млрд швейцарских франков (11 млрд долл.), объявленной в 2008 г. Пока не освоено три четверти этих средств.

В 2012 г. объем продаж Novartis составил 56,7 млрд долл.

В ноябре 2013 г. Novartis объявил о продаже части своего диагностического бизнеса испанской компании Grifols SA за 1,68 млрд долл. Кроме того, компания не исключает продажу ветеринарного подразделения и, возможно, OTC-бизнеса и производства вакцин. Окончательное решение еще не принято.

В настоящее время в составе Novartis три глобальных подразделения — рецептурные препараты, офтальмологическое и дженериковое (Sandoz).

Окончание. Начало на стр. 17

К сожалению, подобные примеры встречаются и среди коммерческих организаций. В частности, большой интерес у участников рынка вызывает развитие ситуации с сетью «Аптеки 36,6», которая по информации СМИ, в обозримом будущем может быть продана, а точнее фактически отдана за долги Московскому кредитному банку, одним из владельцев которого является г-н Авдеев, недавно приобретший фармпроизводителя «Верофарм». От того, состоится эта сделка или нет, будет зависеть, в числе прочего, дальнейшее будущее некогда крупнейшей на рынке России аптечной сети, в т.ч. возможность объединения с сетью «А5», которое обсуждается на протяжении всего текущего года.

Конечно, не стоит забывать, процессу консолидации также способствуют и качественные процессы как в отрасли в целом, так и в рамках бизнеса отдельных игроков. В числе таких тенденций можно назвать и прямые закупки у производителей, минуя дистрибьюторское звено (наиболее свежие примеры — сети «Аптеки 36,6» и A.V.E. Group), и развитие франчайзинговых программ, и концентрацию на наиболее маржинальных категориях ассортимента, включая развитие собственной торговой марки (СТМ). Любопытный проект по развитию категории СТМ анонсировала аптечная сеть «Первая помощь». Представители организации предложили другим участникам рынка создать совместное предприятие по выпуску товаров под единой торговой маркой.

Фактически это может послужить развитием одной из форм уже существующих на рынке альянсов сетевых организаций, а также позволит участникам такого объединения увеличить прибыльность бизнеса благодаря высокомаржинальным продуктам при меньших издержках за счет их разделения. Масштаб развития российских аптечных сетей пока слишком мал, чтобы получить ощутимый размер скидки от производителя таких товаров, поэтому для экономии от масштаба сети и прибегают к подобной «командной игре». Отметим, что похожий подход уже использовали специалисты сети «Аптеки 36,6», которые предлагали СТМ к продаже другим аптечным сетям; правда, у автора нет информации о том, насколько успеш-

ным оказалось подобное партнерство.

Еще один нетривиальный вариант качественного развития, на который хочется обратить внимание, — создание детских игровых комнат в аптечных учреждениях, инициированное компанией Bayer. Первой сетью, опробовавшей нововведение, стала «Нео-Фарм». Пока детские комнаты появились в Москве и подмосковном Дмитрове. И хотя инициатором в данном случае, очевидно, выступает компания-производитель, сетям подобный вариант сотрудничества, безусловно, может быть интересен. На следующий год Bayer планирует открыть еще по меньшей мере 40 подобных комнат.

В наших обзорах неоднократно затрагивалась тема синергии аптечного и продуктового ритейлов. Правда, если ранее мы были свидетелями открытия аптек в непосредственной близости от магазинов или на одних торговых площадях, то сейчас наблюдаем первые примеры появления аптечных киосков именно внутри магазинов. Следует отметить проект торговой сети «О'Кей» и федеральной аптечной сети «Радуга». Первый аптечный киоск в торговом зале магазина открылся в Санкт-Петербурге.

С позиции аптечного бизнеса это превентивные меры в отношении возможного разрешения к продаже ЛП сегмента OTC в торговых сетях, о котором в текущем году велось много разговоров. Пока ситуация с выводом части аптечного ассортимента в широкую торговлю поставлена на паузу, но последние из прозвучавших предложений были направлены как раз на выделение спе-

циальной зоны на территории магазина.

К сожалению, несмотря на достаточно большое разнообразие способов консолидации, используемых игроками рынка, пока это все же единичные случаи. Ситуация вполне объяснима: законодательная база, включая налоговую политику, в нашей стране пока, мягко говоря, не способствует глобальным консолидационным процессам. Отметим, что похожая политика используется в большинстве стран Европы. Например, в ряде стран аптеку может открыть только специалист с соответствующим дипломом, при этом действует правило: один диплом — одна аптека. В последние годы налицо явная тенденция к либерализации законодательства в этом отношении. В России пока консолидационные процессы имеют в известной степени точечный характер и позволяют конкретным игрокам либо диверсифицировать свой бизнес, либо наращивать прибыльность существующих компаний путем захвата новых рынков. Оба механизма ограничены в силу исчерпаемости внутренних ресурсов компаний, а задача привлечения внешних источников в условиях низкой рентабельности, увы, почти невыполнима. При этом всем известно, что, выходя или укрепляя свои позиции на региональных рынках, производственные компании в первую очередь обращают внимание на явных лидеров рынка, выстраивая и всеми способами развивая отношения, в т.ч. финансовые, именно с ними. Небольшие игроки могут остаться вне поля зрения потенциальных партнеров. Решением в данной ситуации может стать, к примеру, объединение участников рынка в региональные альянсы, в т.ч. иницируемые поставщиками, а не представителями розницы (к слову, такие примеры на российском рынке уже есть). Таким образом, и фармацевтические компании смогут экономить бюджет, отказавшись от огромного штата медицинских представителей и территориальных менеджеров, и аптечные игроки (сети и единичные аптеки) смогут получать, к примеру, более выгодные условия поставки. Кроме того, локальные фармдистрибьюторы также найдут свою нишу как региональные логистические операторы, обеспечивая вторичную дистрибуцию в регионах, где федеральные игроки ограничены в ресурсах, или осуществляя оперативные переброски товара внутри аптечных альянсов, что является немаловажной задачей каждой более или менее крупной сети или объединения.

Пока российский фармритейл только учится командной игре, этот процесс, разумеется, сопровождается многочисленными синяками и шишками. Игроки пробуют разные варианты — от прямой консолидации и формирования закупочных альянсов до развития отношений в совершенно неожиданных плоскостях — партнерство как с фармпроизводителями (игровые комнаты), так и, например, с FMCG-розницей. В перспективе консолидация рынка может быть на руку многим игрокам. И дело не только в необходимости встраивания в будущую систему лекарственного страхования, но и в создании более цивилизованных и понятных правил ведения игры, поменять которые можно только совместными усилиями. В этом контексте хотелось бы вспомнить слова знаменитого баскетболиста Майкла Джордана: «Талант выигрывает игры, а командная игра — чемпионаты». Нужно отметить, что в российской фармрознице чемпионат сезона 2013 г. в самом разгаре.

