



Факты от IQVIA — Россия

Февраль 2025

*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.

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 Сервисы IQVIA



В данном отчете IQVIA используются следующие определения

Дисклеймер

Временной период



Анализируемый период в отчёте:

- Март 2024 -
Февраль 2025

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 2025 в России ВВП прогнозируется на уровне 1.7%. Инфляция в 2025 г. прогнозируется на уровне 7%

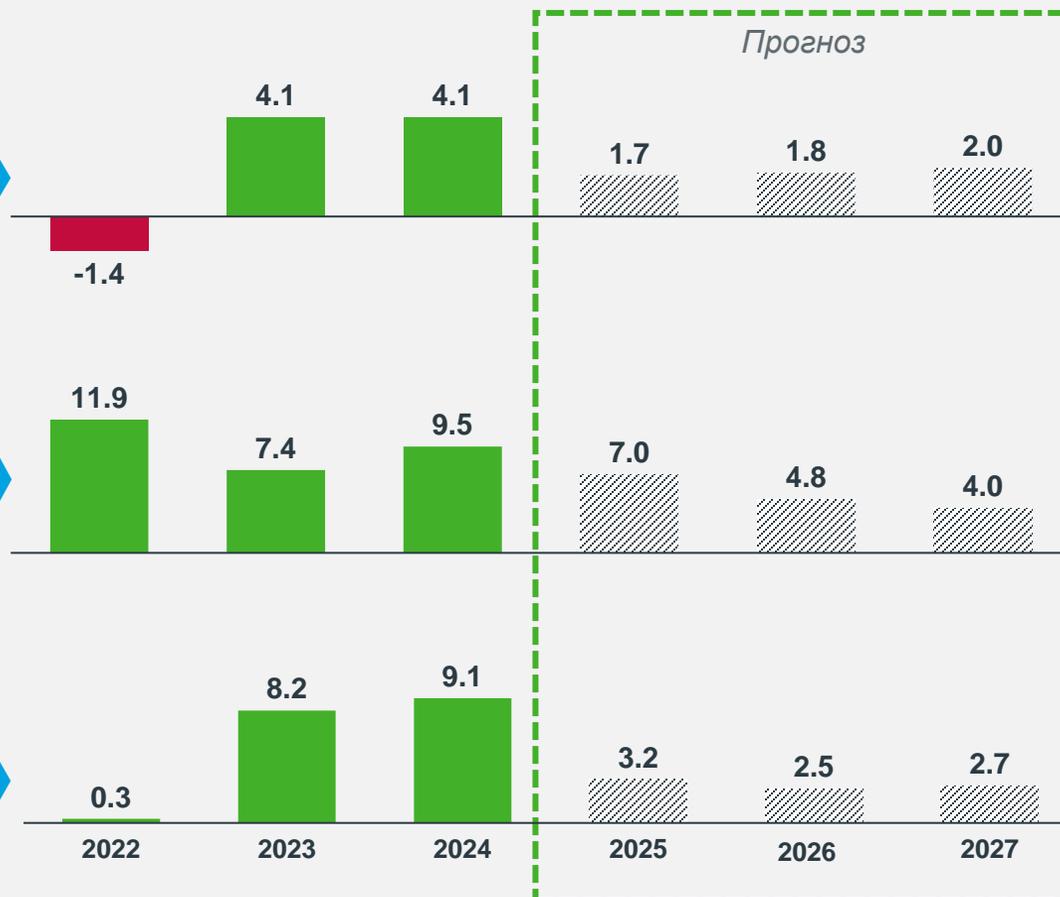
Ключевые экономические индикаторы



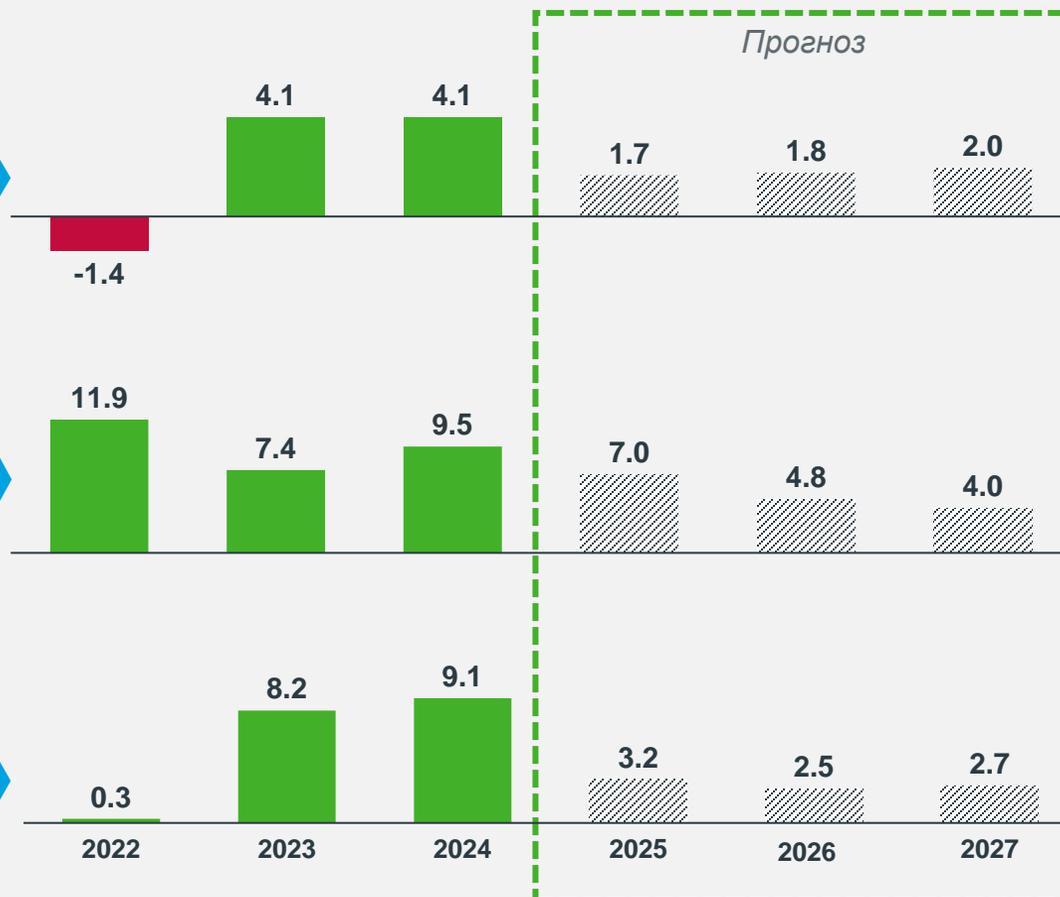
Экономические индикаторы

ВВП

Динамика в % к предыдущему периоду

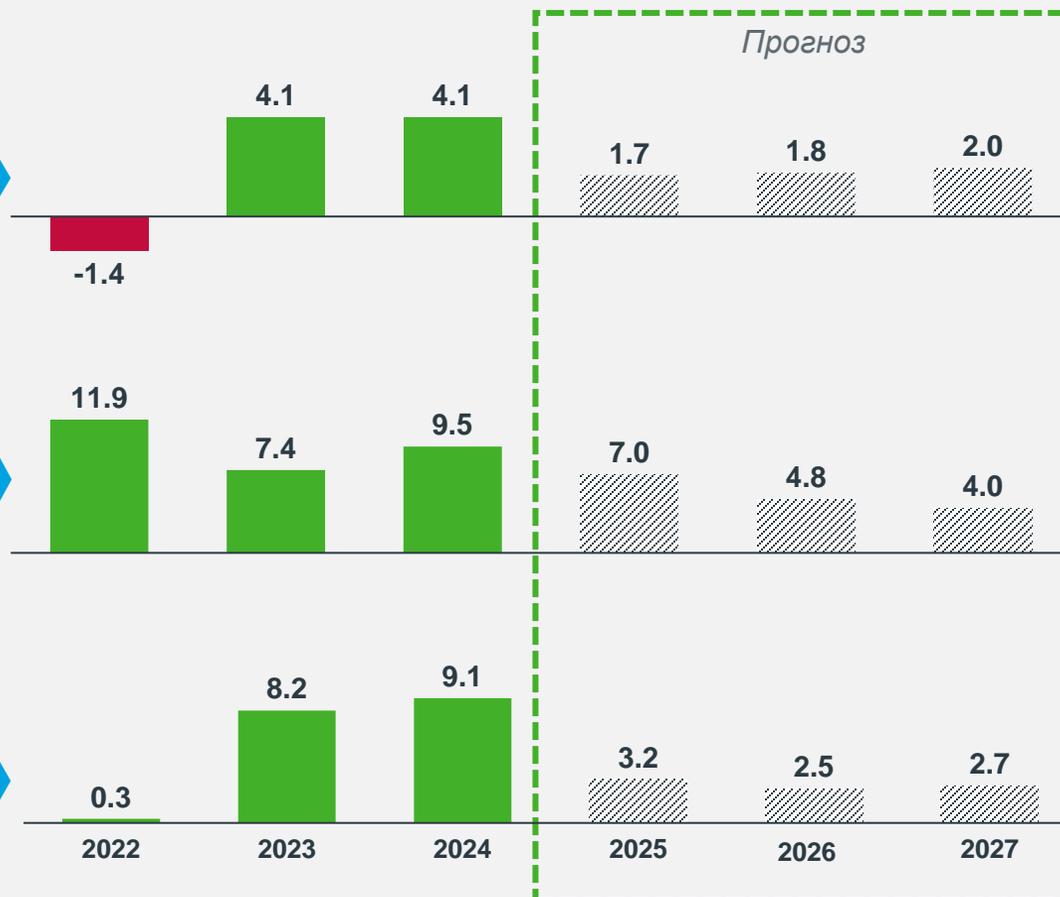


Инфляция, %



Реальная заработная плата

Динамика в % к предыдущему периоду



Комментарии

- В 2025 г. ВВП прогнозируется на уровне **1.7%**. **Реальная заработная плата** растет на +9.1% в 2024 к 2023, но в 2025 прогнозируется на уровне **3.2%**.
- Инфляция в 2025 и в последующие годы планируется на уровне **4-7%**.
- **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.

Курс валют Руб/\$ США





02

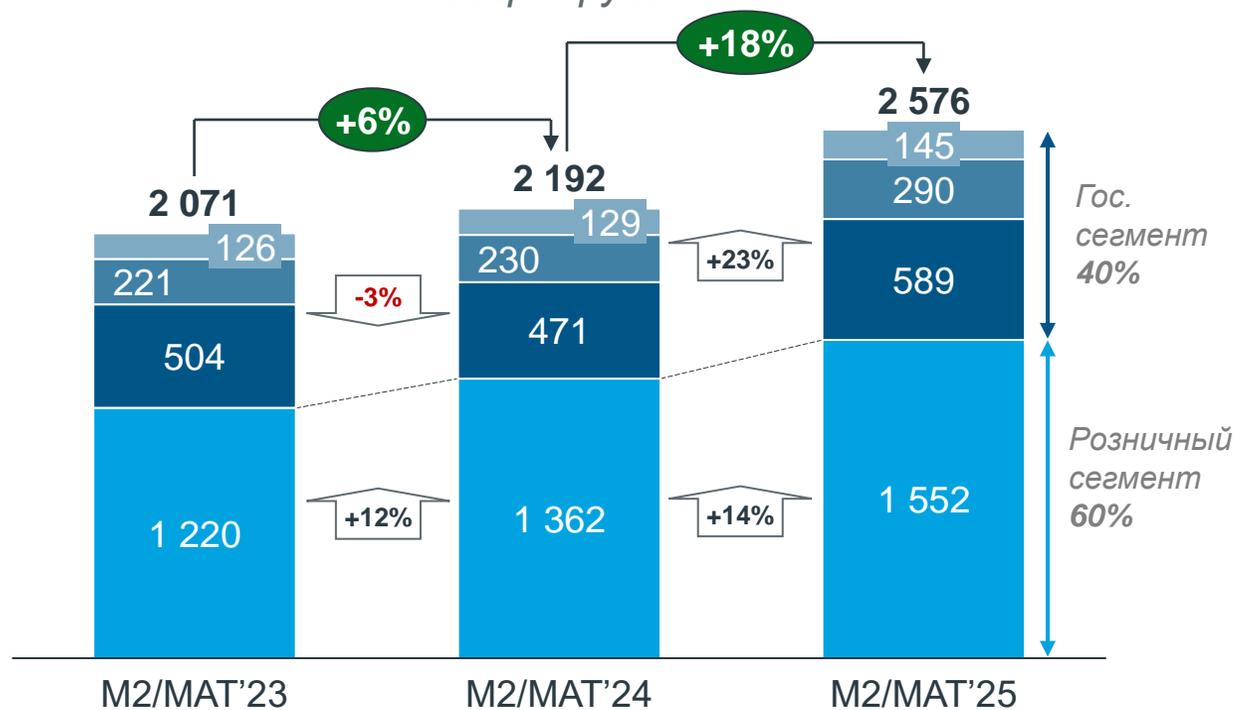
Фармацевтический рынок

Российский фармацевтический рынок в МАТ'2'25 году растет в деньгах за счет как розничного, так и государственного сегмента

Российский фарм. рынок по сегментам

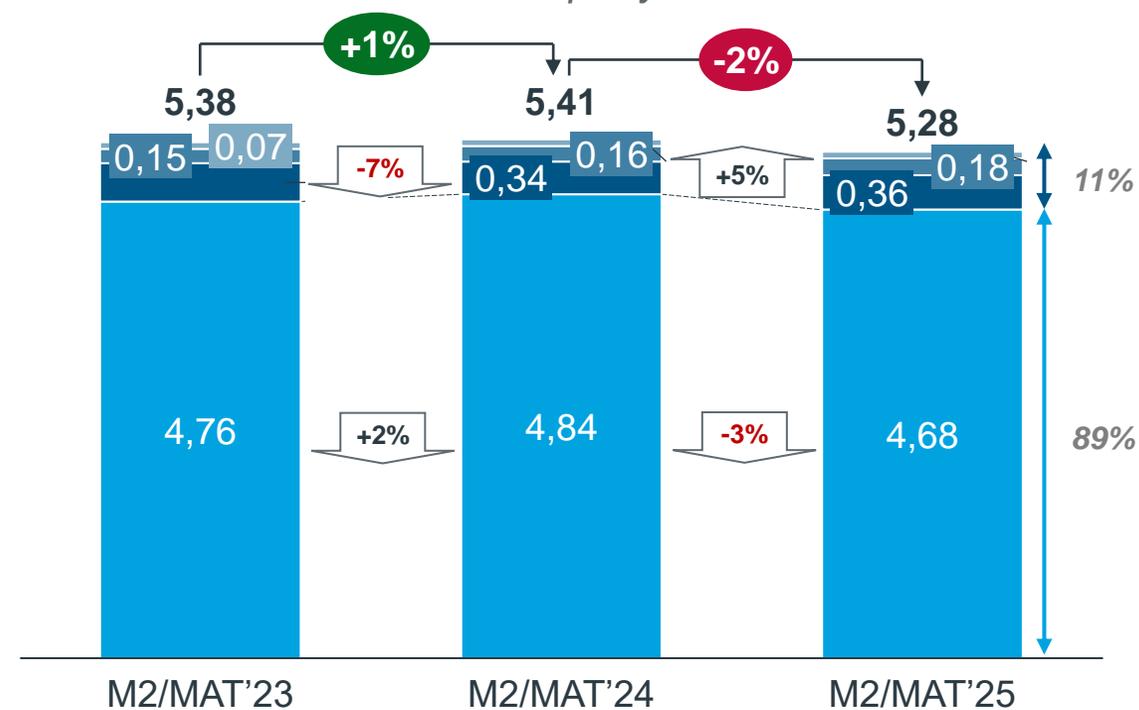
Продажи в денежном выражении

Млрд. руб.



Продажи в упаковках

Млрд. уп.



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

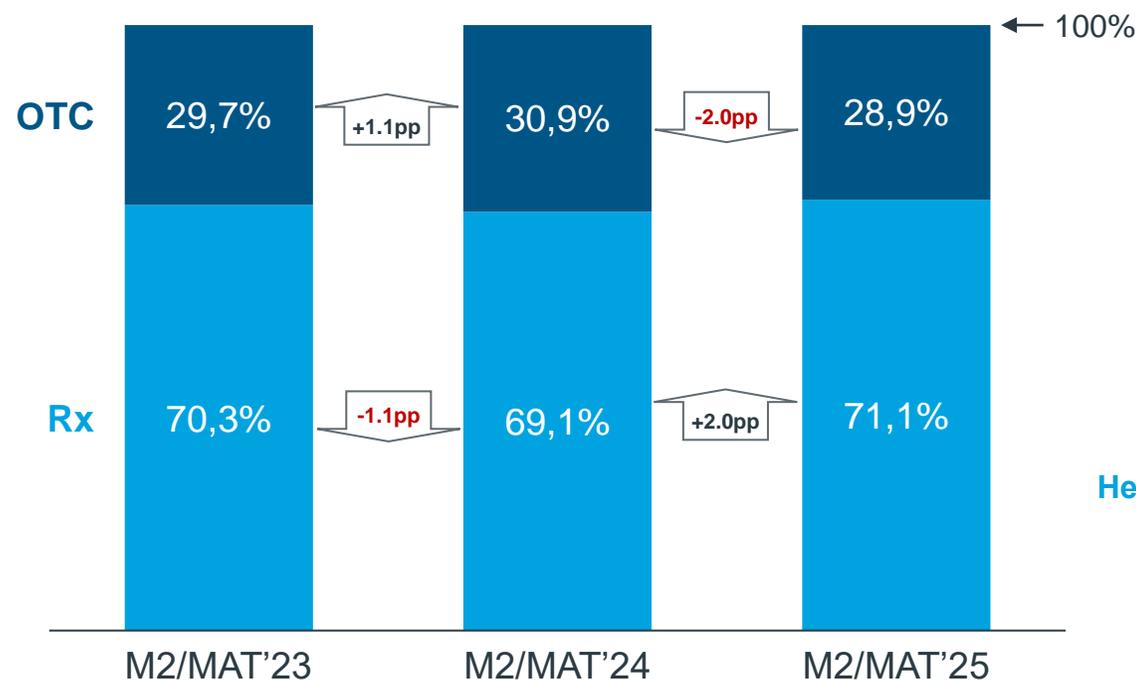
Критерий	Рубль	Доллар США	Евро	Упаковки	Стандартные упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'2'25, млрд.	2 576,0	27,5	25,5	5,3	221,1
Рост 25/24, %	18%	10%	11%	-2%	-0,3%

На рынке преобладают ЛС рецептурного отпуска; Доля недженериковых препаратов растет относительно прошлого года

Российский фарм. рынок по структуре

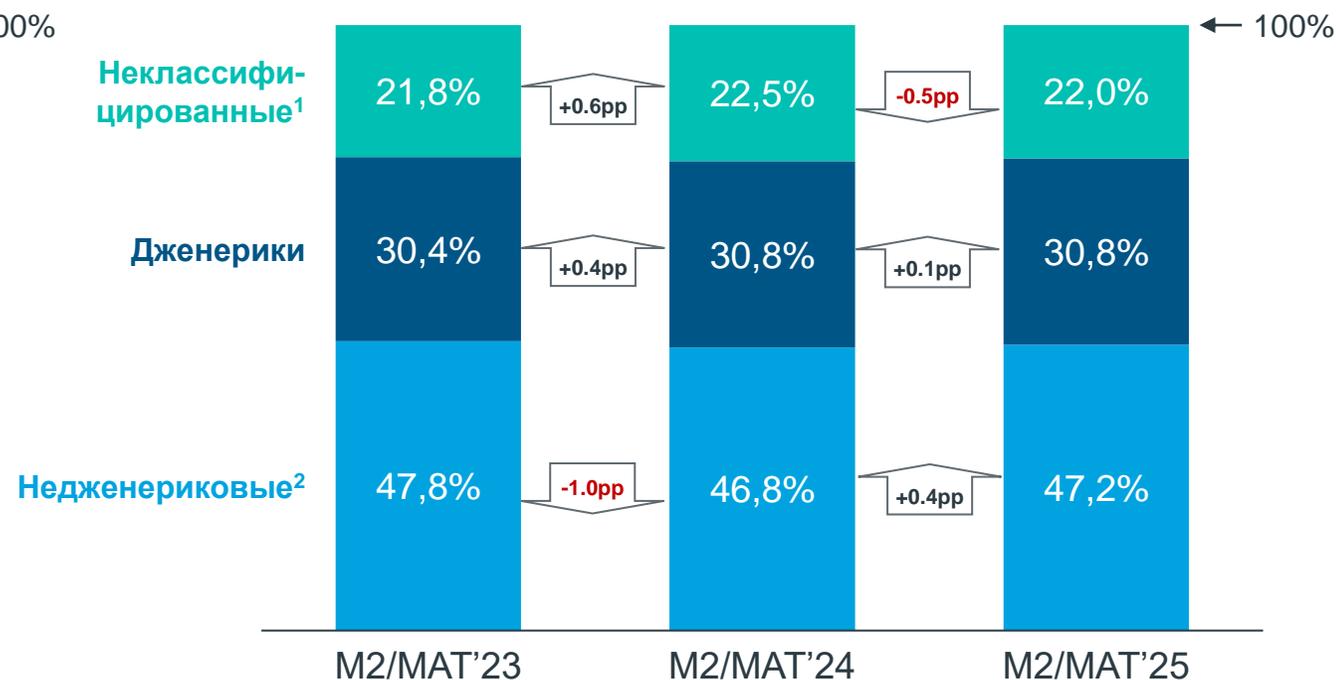
Продажи по статусу ЛС

Продажи в деньгах, руб.



Продажи по типу ЛС

Продажи в деньгах, руб.



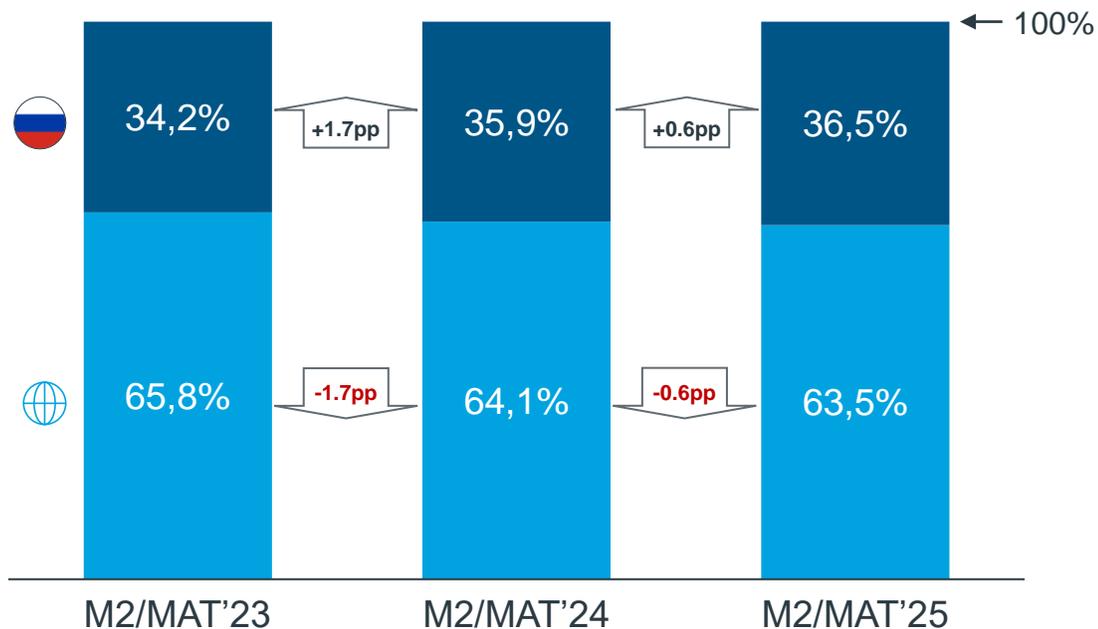
	Rx / OTC, %		
Розничный	50 / 50	51 / 49	53 / 47
Гос. закупка	99 / 1	99 / 1	99 / 1

	Недженериковые ² / Дженерики / Неклассифицированные ¹ , %		
Розничный	32 / 39 / 29	31 / 40 / 29	32 / 39 / 29
Гос. закупка	70 / 17 / 12	73 / 15 / 12	71 / 18 / 11

Доля продаж локальных компаний незначительно растёт по сравнению с прошлым годом в деньгах, мультинациональных компаний – в упаковках

Российский фарм. рынок (локальные / мультинациональные компании)

Продажи в денежном выражении
Руб.

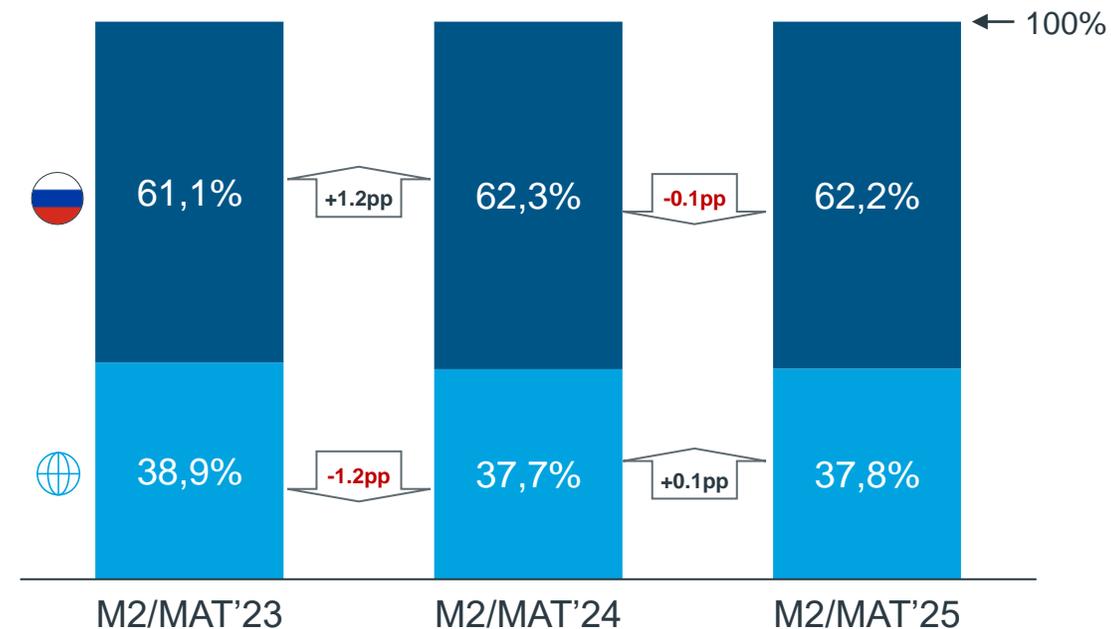


■ Мультинациональные ■ Локальные

Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	64 / 36	62 / 38	62 / 38
Гос. закупка	69 / 31	68 / 32	66 / 34

Продажи в объёмном выражении
Упаковки



■ Мультинациональные ■ Локальные

Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	41 / 59	40 / 60	40 / 60
Гос. закупка	21 / 79	20 / 80	20 / 80

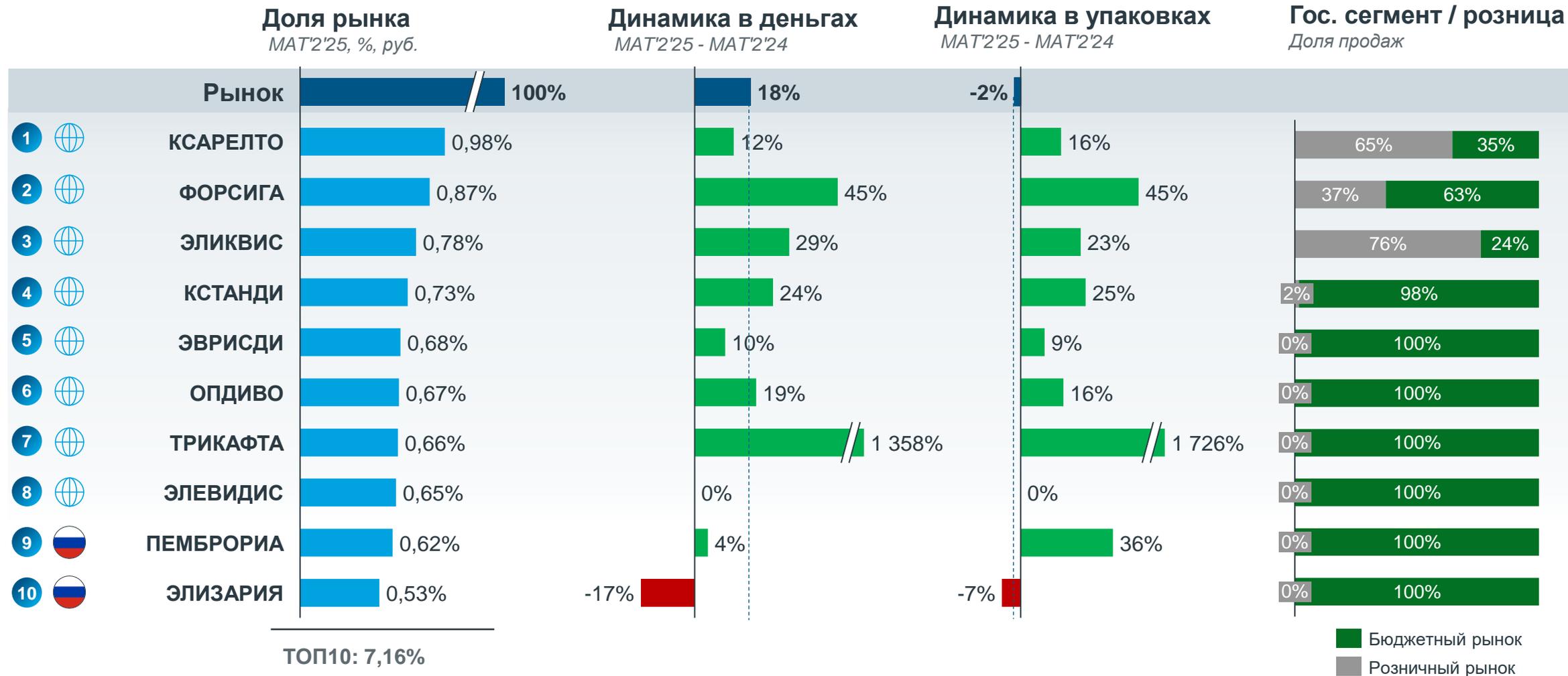
Все компании из ТОП10 растут в денежном выражении относительно прошлого года

ТОП10 компаний по объёму продаж



Большинство брендов из ТОП10 реализуются в сегменте гос. закупок; В ТОП10 вошло 2 бренда локальных производителей

ТОП10 брендов по объёму продаж





03

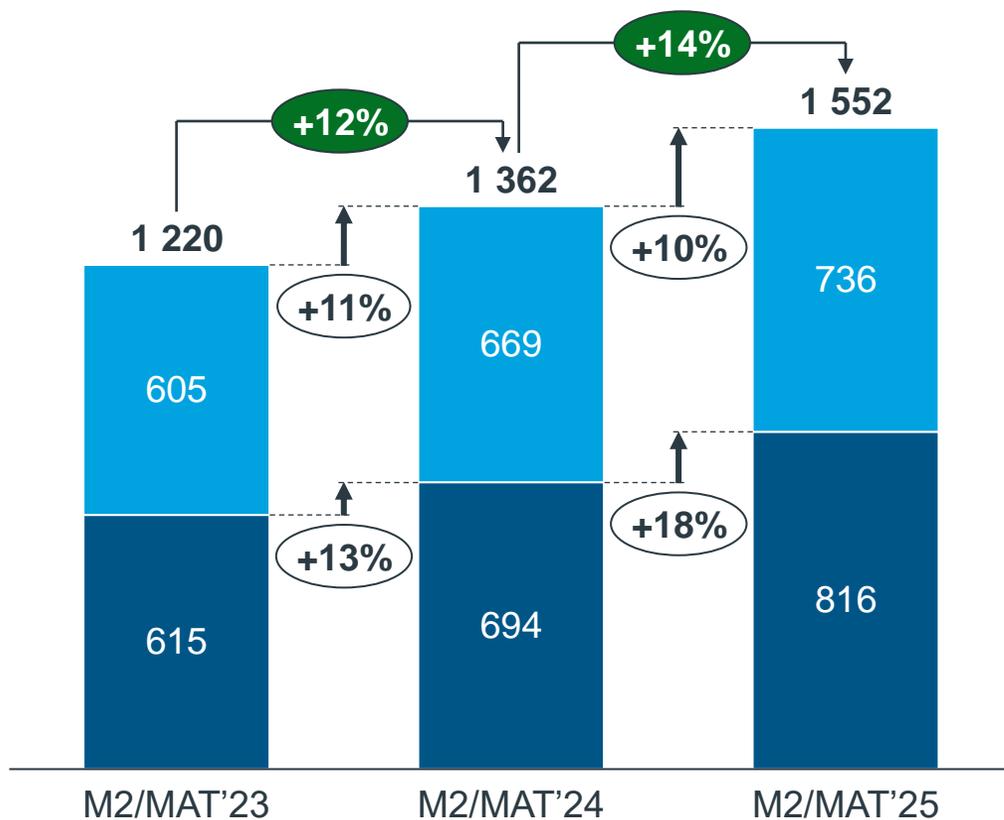
Розничный сегмент

В денежном выражении оба сегмента демонстрируют рост относительно прошлого года

Динамика розничного сегмента (рецептурные / безрецептурные препараты)

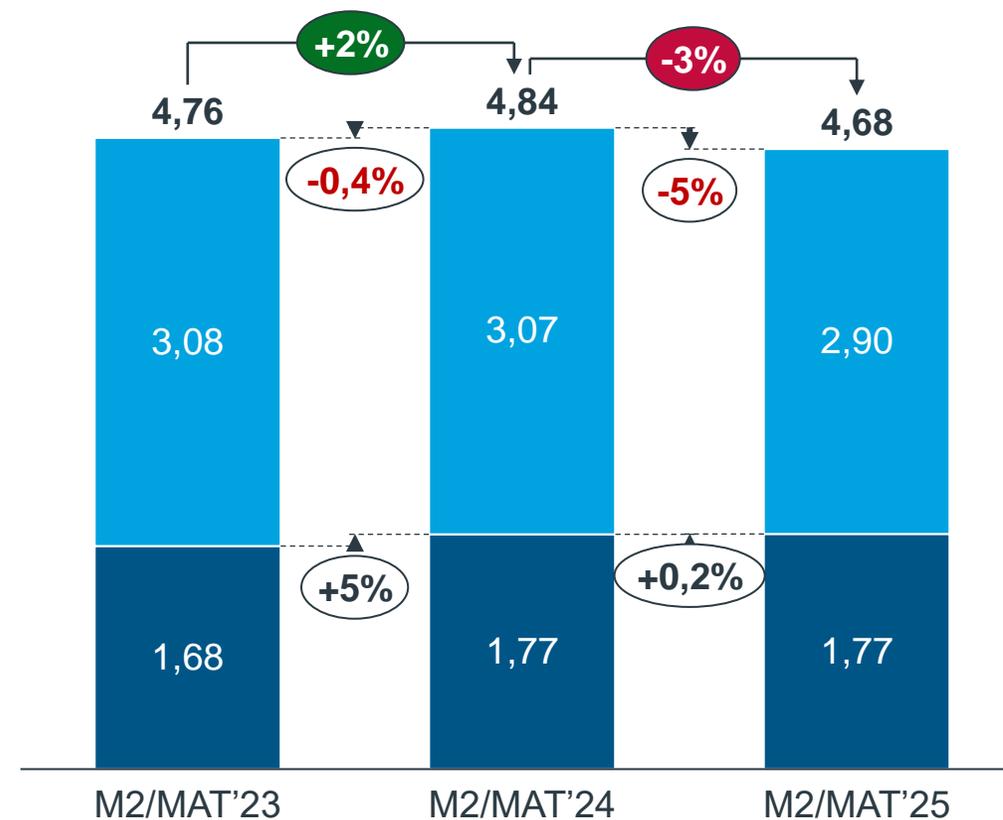
Розничные продажи в деньгах

Млрд. руб.



Розничные продажи в упаковках

Млрд. уп.



Все категории из ТОП10, за исключением R05, демонстрируют позитивную динамику относительно прошлого года в денежном выражении

Динамика ТОП10 EphMRA2 категорий в розничном сегменте рынка

EphMRA2 категория	Доля рынка	CAGR,	YoY,	ТОП1 бренд
	MAT'2'25 Bln RUB, %	MAT'2'25 - MAT'2'22 %	MAT'2'25 - MAT'2'24 %	Доля рынка % в EphMRA2 категории
1 Z98 - Sotc Product	109 (7%)	19%	21%	Бак-Сет 3%
2 C09 - Препараты, Влияющие На Ренин-Ангиотензиновую Систему	78 (5%)	14%	16%	Эдарби 12%
3 R05 - Противопростудные И Противокашлевые Препараты	59 (4%)	5%	-3%	Терафлю 13%
4 G03 - Половые Гормоны И Модуляторы Половой Системы	57 (4%)	14%	17%	Фемостон 12%
5 B01 - Антитромбические Препараты	54 (3%)	12%	19%	Ксарелто 30%
6 R01 - Препараты Для Лечения Заболеваний Носа	52 (3%)	9%	6%	Отривин 9%
7 M05 - Прочие Препараты Для Лечения Нарушений Костно-Мышечной Системы	49 (3%)	21%	22%	Флексотрон 14%
8 N02 - Анальгетики	49 (3%)	13%	10%	Нурофен 20%
9 A10 - Препараты Для Лечения Сахарного Диабета	46 (3%)	29%	54%	Форсига 18%
10 G04 - Препараты Для Лечения Заболеваний Органов Мочеполовой Системы	45 (3%)	9%	12%	Канефрон 13%
ТОП10	599 (39%)	14%	16%	

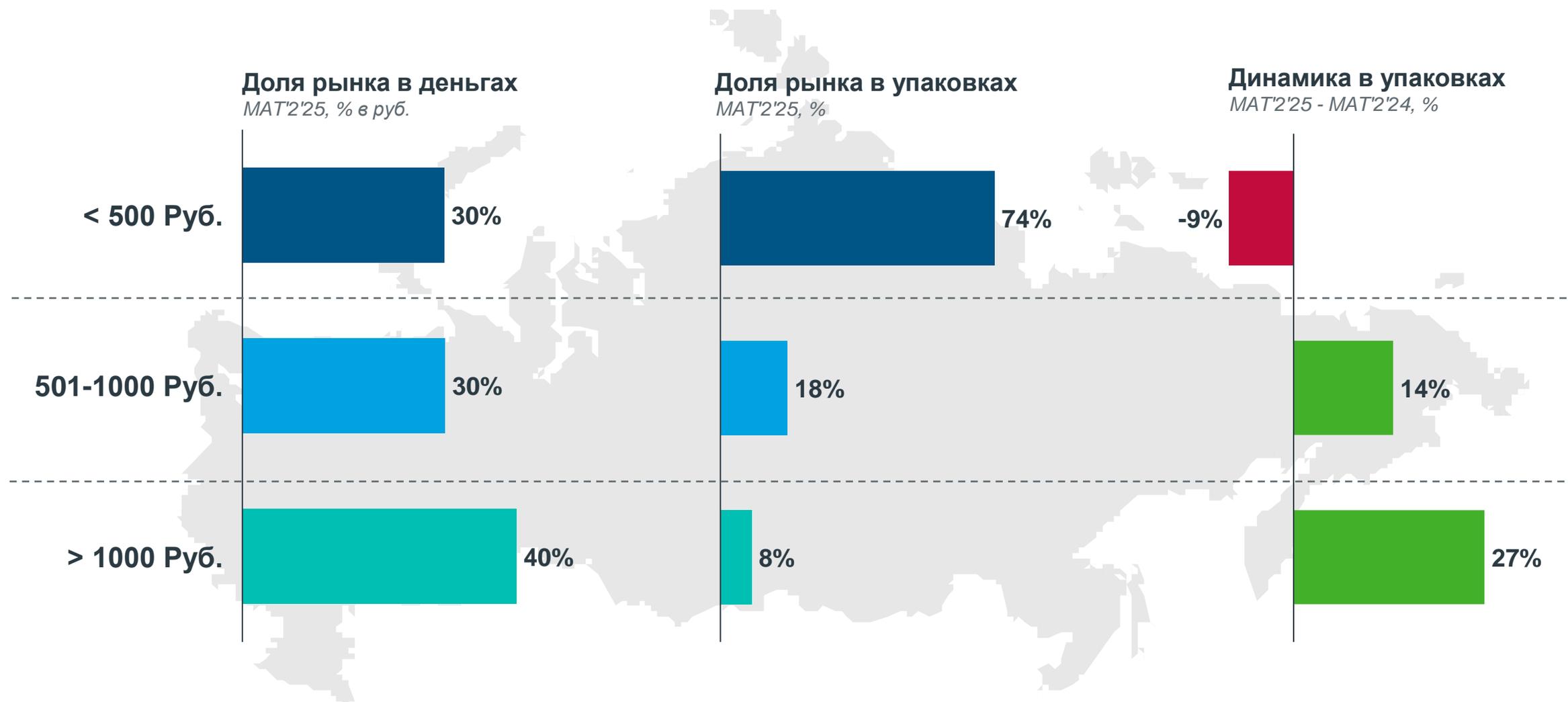
Все компании из ТОП10, за исключением ОТСPharm, демонстрируют позитивную динамику против прошлого года в деньгах

ТОП10 компаний розничного рынка по объёму продаж



74% упаковок розничного сегмента приходится на лекарственные средства стоимостью <500 рублей за упаковку; Более дорогие сегменты растут в упаковках к прошлому году

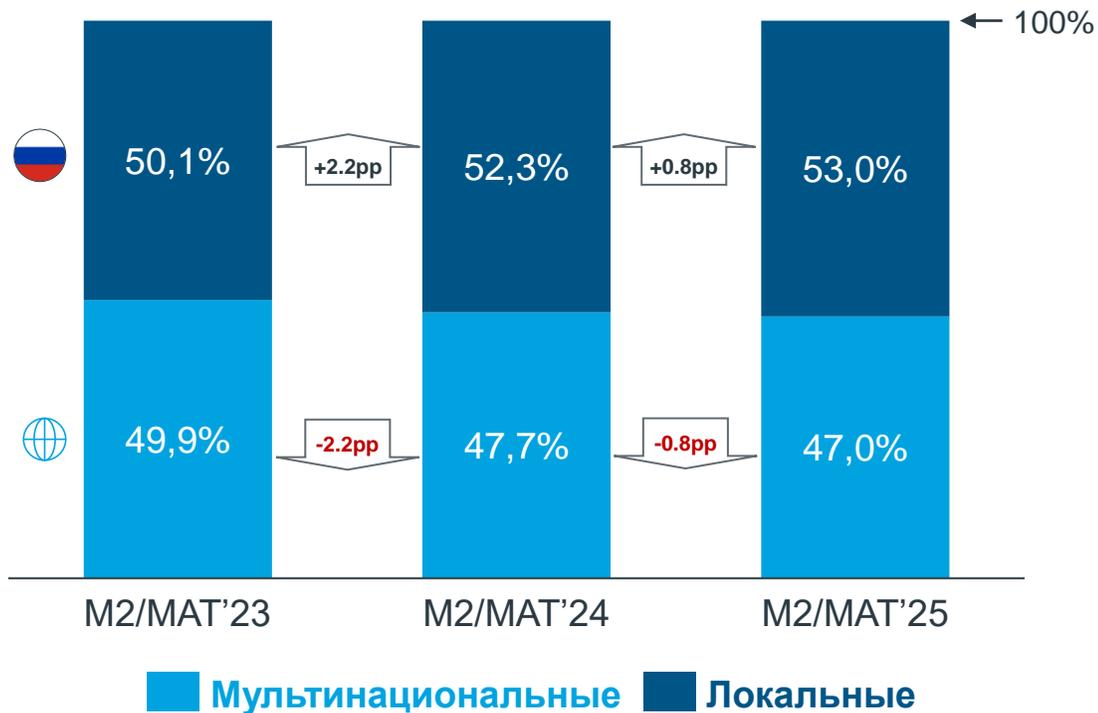
Распределение продаж розничного сегмента в зависимости от стоимости упаковки



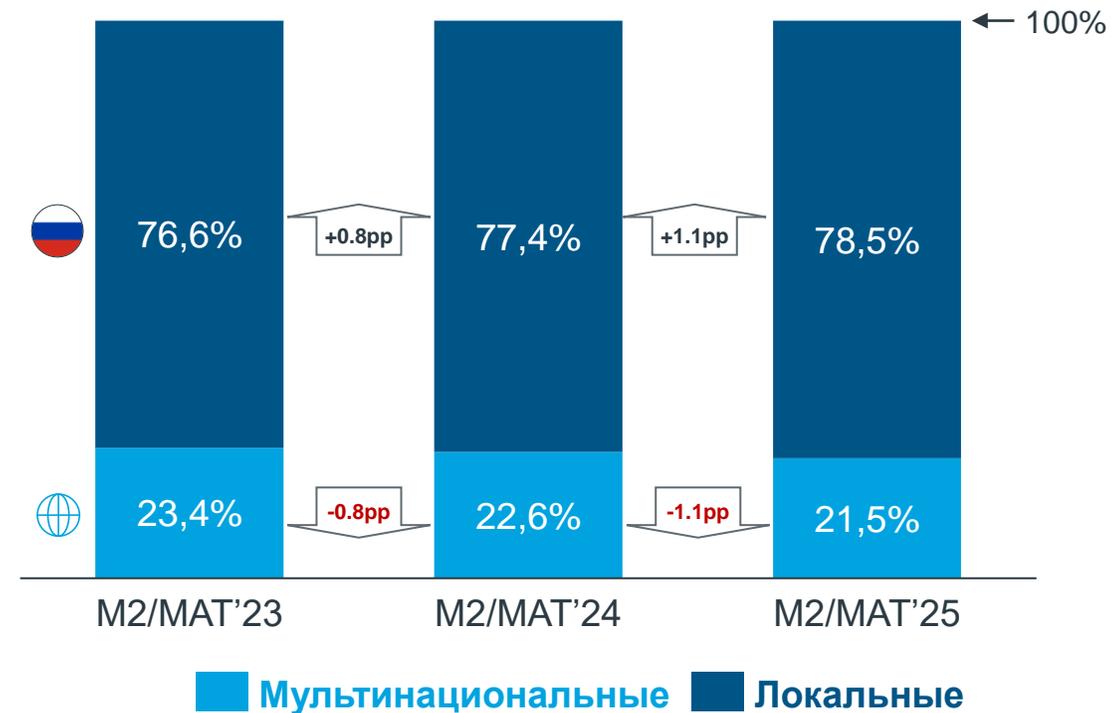
Доля локальных компаний в сегменте БАД растет как в деньгах, так и в упаковках относительно прошлого года

Сегмент БАД (локальные / мультинациональные компании)

Продажи в денежном выражении
Руб.



Продажи в объемном выражении
Упаковки



Большинство компаний из ТОП10 сегмента БАД демонстрирует прирост в денежном выражении относительно прошлого года

ТОП10 компаний по объёму продаж в сегменте БАД



В сегменте БАД все ОТС2 категории из ТОП10 показали позитивную динамику относительно прошлого года в деньгах

Динамика ТОП10 ОТС2 категорий в сегменте БАД

ОТС2 категория	Доля рынка	Динамика в деньгах	Динамика в упаковках	ТОП1 бренд
	МАТ'2'25 Bln RUB, %	МАТ'2'25 - МАТ'2'24 %	МАТ'2'25 - МАТ'2'24 %	Доля рынка % в ОТС2 категории
1 04F - Минеральные Добавки	11 (10%)	28%	-9%	Магния Цитрат 8%
2 04A - Мультивитамины С Минералами	11 (10%)	24%	5%	Фемибион 22%
3 03F - Пробиотики Для Нормальной Деятельности Пищеварительного Тракта	9 (8%)	18%	8%	Максилак 26%
4 04G - Омега-3 Жирные Кислоты	6 (5%)	15%	-4%	Тройная Омега 3 950Мг 31%
5 12D - Средства Для Лечения Гинекологических Заболеваний	5 (5%)	29%	11%	Менсе 7%
6 04H - Другие Диетические Добавки	5 (5%)	26%	5%	Глицин Форте Эвалар 6%
7 02G - Средства Применяемые При Заболеваниях Суставов	5 (5%)	38%	16%	Артра 15%
8 04E - Другие Специфичные Витамины	4 (4%)	9%	-6%	Детримакс 42%
9 03D - Противодиарейные Средства	4 (3%)	10%	-2%	Бак-Сет 72%
10 04D - Витамины Группы С	3 (3%)	17%	-2%	Витамин С 36%
ТОП10	64 (59%)	22%	-2%	

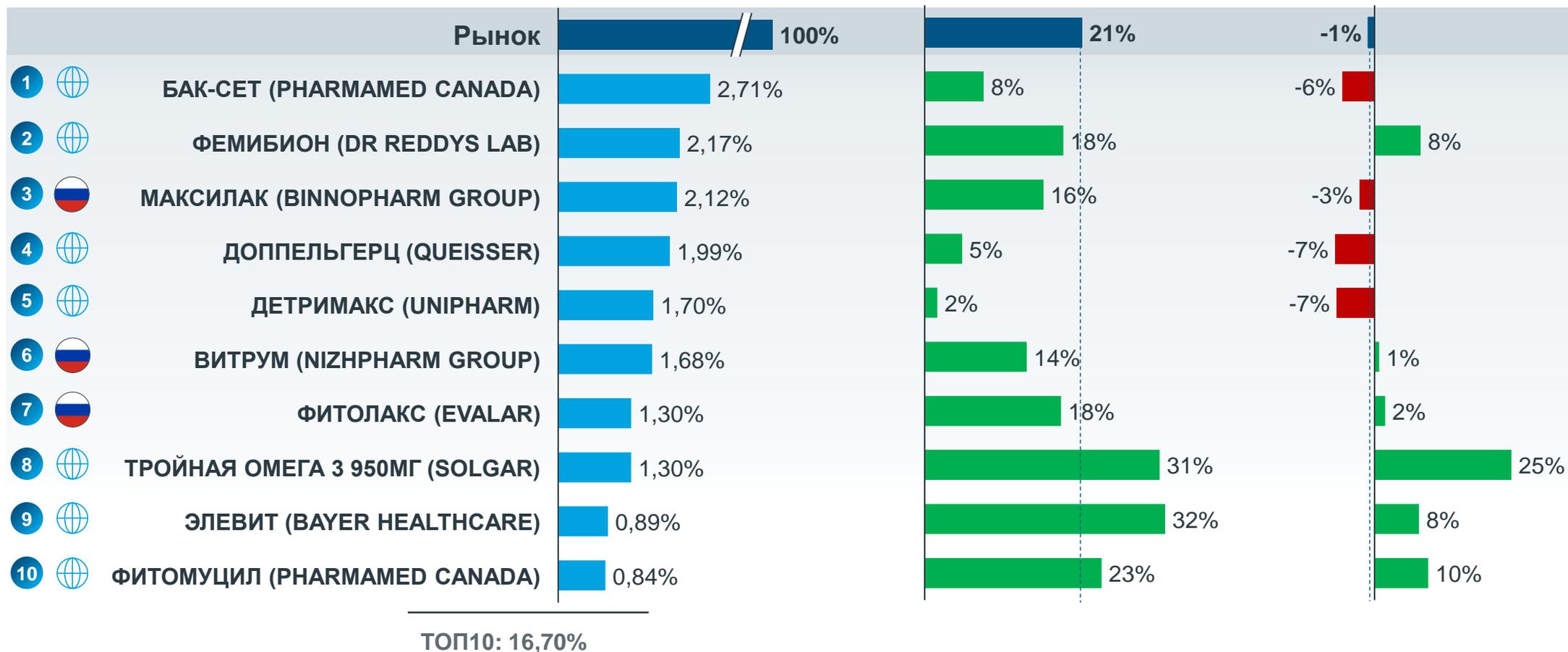
Тройная ОМЕГА 3 950МГ (SOLGAR) – наиболее растущий в упаковках бренд из ТОП10 относительно прошлого года в сегменте БАД

ТОП10 брендов по объёму продаж в сегменте БАД

Доля рынка
МАТ'2'25, %, руб.

Динамика в деньгах
МАТ'2'25-МАТ'2'24

Динамика в упаковках
МАТ'2'25-МАТ'2'24



ТОП10 брендов по объёму продаж в сегменте БАД в зависимости от стоимости упаковки

<500 РУБ

500-1500 РУБ

>1500 РУБ

ТОП10 Брендов

Продажи, Доля МАТ'2'25

Млрд. Опт. Руб.

ТОП10 Брендов

Продажи, Доля МАТ'2'25

Млрд. Опт. Руб.

ТОП10 Брендов

Продажи, Доля МАТ'2'25

Млрд. Опт. Руб.

1	Феррогематоген (Pharmstandart)	0,6 (2,3%)
2	Глицин Форте Эвалар (Evalar)	0,4 (1,6%)
3	Лактацид (Zentiva)	0,4 (1,4%)
4	Витамин С (Evalar)	0,3 (1,4%)
5	Фитолак (Evalar)	0,3 (1,3%)
6	Витаминно-Минеральный Комплекс От А До Цинка (Vtf Ooo Rf)	0,3 (1,3%)
7	Неотрависил (Sun Pharma)	0,3 (1,3%)
8	Эвалар Био (Evalar)	0,3 (1,1%)
9	Натурино (Natur Product)	0,3 (1,1%)
10	Натуретто (Natur Product)	0,3 (1,1%)
ТОП10		3,4 (13,8%)

Бак-Сет (Pharmamed Canada)	3,0 (5,6%)	
Максилак (Binnopharm Group)	2,3 (4,3%)	
Детримакс (Unipharm)	1,8 (3,4%)	
Доппельгерц (Queisser)	1,6 (3,0%)	
Витрум (Nizhpharm Group)	1,6 (2,9%)	
Фитолак (Evalar)	1,1 (2,1%)	
Фитомуцил (Pharmamed Canada)	0,8 (1,5%)	
Витамишки (Pharmamed Canada)	0,7 (1,4%)	
Элевит (Bayer Healthcare)	0,7 (1,4%)	
Компливит (Otcpharm)	0,7 (1,3%)	
ТОП10		14,3 (26,9%)

Фемибион (Dr Reddys Lab)	1,7 (5,3%)	
Тройная Омега 3 950Мг (Solgar)	1,4 (4,5%)	
Артра (Nizhpharm Group)	0,8 (2,5%)	
Сидерал (Pharmanutra S.P.A.)	0,7 (2,4%)	
Терафлекс (Bayer Healthcare)	0,7 (2,2%)	
Артнео (Vtf Ooo Rf)	0,6 (2,1%)	
Таблетки Для Кожи, Волос И Ногтей (Solgar)	0,6 (1,8%)	
Легкодоступное Железо (Solgar)	0,5 (1,7%)	
Дикироген (Pizeta Pharma)	0,5 (1,6%)	
Хелинорм (Evalar)	0,4 (1,4%)	
ТОП10		8,0 (25,6%)

ТОП10 категорий в E-commerce (OTC / Rx)

OTC сегмент

ТОП10 EphMRA2 категорий

Продажи / MS MAT'2'25

Млрд. руб. / %

Сплит продаж

E-com/аптеки

%, MAT'2'25

Ранг	Категория	Продажи (Млрд. руб.)	MS (%)	E-com (%)	Аптеки (%)
1	Z98A - Sotc Product	31,1	27,1%	23%	77%
2	R02A - Преп. Для Лечения Заболеваний Горла	4,3	3,7%	9%	91%
3	C05C - Препараты, Применяемые При Варикозном Расширении Вен	4,1	3,6%	17%	83%
4	R01A - Препараты Для Лечения Заболеваний Носа Местные	4,1	3,5%	8%	92%
5	N02B - Анальгетики-Антипиретики	3,1	2,7%	7%	93%
6	A05B - Препараты Для Лечения Заболеваний Печени, Гепатопротекторы И Липотропы	2,7	2,4%	15%	85%
7	R05C - Отхаркивающие Препараты	2,3	2,0%	9%	91%
8	M05X - Прочие Препараты Для Лечения Костно-Мышечной Системы	2,3	2,0%	23%	77%
9	A07F - Противодиарейные Препараты	2,1	1,9%	14%	86%
10	L03A - Иммуномодуляторы, Искл. Интерфероны	2,1	1,9%	12%	88%

MS% ТОП10: 51%

Средняя доля E-com сегмента:

14%

■ E-com ■ Аптеки

Rx сегмент

ТОП10 EphMRA2 категорий

Продажи / MS MAT'2'25

Млрд. руб. / %

Сплит продаж

E-com/аптеки

%, MAT'2'25

Ранг	Категория	Продажи (Млрд. руб.)	MS (%)	E-com (%)	Аптеки (%)
1	M05X - Прочие Препараты Для Лечения Костно-Мышечной Системы	13,4	7,2%	34%	66%
2	G03A - Гормональные Контрацептивы Системные	10,4	5,6%	31%	69%
3	B01F - Прямые Ингибиторы Фактора Ха	7,3	3,9%	22%	78%
4	A10S - Glp-1 Агонисты	5,8	3,1%	50%	50%
5	N06A - Антидепрессанты И Стабилизаторы Настроения	5,0	2,7%	31%	69%
6	C10A - Липидорегулирующие Препараты	5,0	2,6%	18%	82%
7	C09D - Антагонисты Ангиотензин Ii В Комбинации С Другими Препаратами	4,9	2,6%	18%	82%
8	M01A - Противоревматические Препараты Нестероидные	4,3	2,3%	9%	91%
9	C04A - Периферические Вазодилататоры	4,2	2,3%	16%	84%
10	C09B - Ингибиторы Ангиотензин-Превращающего Фермента (Апф) В Комбинации	4,0	2,2%	16%	84%

MS% ТОП10: 35%

Средняя доля E-com сегмента:

25%

■ E-com ■ Аптеки

ТОП10 компаний в E-commerce (OTC / Rx)

OTC сегмент

ТОП10 компаний
Продажи / MS MAT'25Сплит продаж
E-com/аптеки
%, MAT'25

Млрд. руб. / %

Ранг	Компания	Продажи (Млрд. руб.)	MS (%)	E-com (%)	Аптеки (%)
1	Nizhpharm Group	5,4	4,7%	12%	88%
2	Evalar	4,5	4,0%	22%	78%
3	Solgar	4,4	3,9%	42%	58%
4	Bayer Healthcare	4,2	3,6%	16%	84%
5	Otcpharm	3,9	3,4%	9%	91%
6	Sanofi	3,8	3,3%	13%	87%
7	Binnopharm Group	3,0	2,6%	10%	90%
8	Servier	3,0	2,6%	17%	83%
9	Haleon	2,9	2,6%	10%	90%
10	Valenta	2,6	2,2%	12%	88%

MS% ТОП10: 33%

Средняя доля E-com сегмента:

■ E-com ■ Аптеки

16%

Rx сегмент

ТОП10 компаний
Продажи / MS MAT'25Сплит продаж
E-com/аптеки
%, MAT'25

Млрд. руб. / %

Ранг	Компания	Продажи (Млрд. руб.)	MS (%)	E-com (%)	Аптеки (%)
1	Bayer Healthcare	12,0	6,4%	29%	71%
2	Abbott	6,5	3,4%	24%	76%
3	Servier	6,5	3,4%	18%	82%
4	Astrazeneca	6,1	3,3%	21%	79%
5	Gedeon Richter	6,0	3,2%	20%	80%
6	Krka	5,8	3,1%	15%	85%
7	Geropharm	5,5	3,0%	39%	61%
8	Promomed	4,4	2,4%	38%	62%
9	Novartis	4,2	2,2%	24%	76%
10	Pfizer	4,1	2,2%	23%	77%

MS% ТОП10: 33%

Средняя доля E-com сегмента:

■ E-com ■ Аптеки

25%



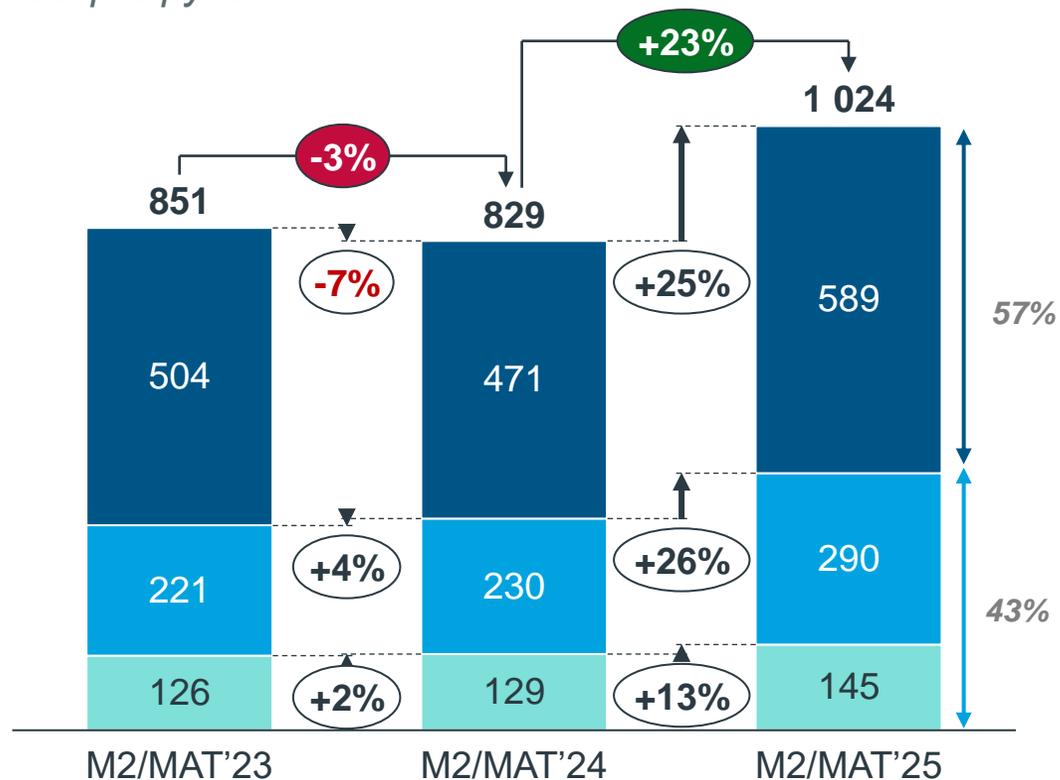
04

Сегмент государственных закупок

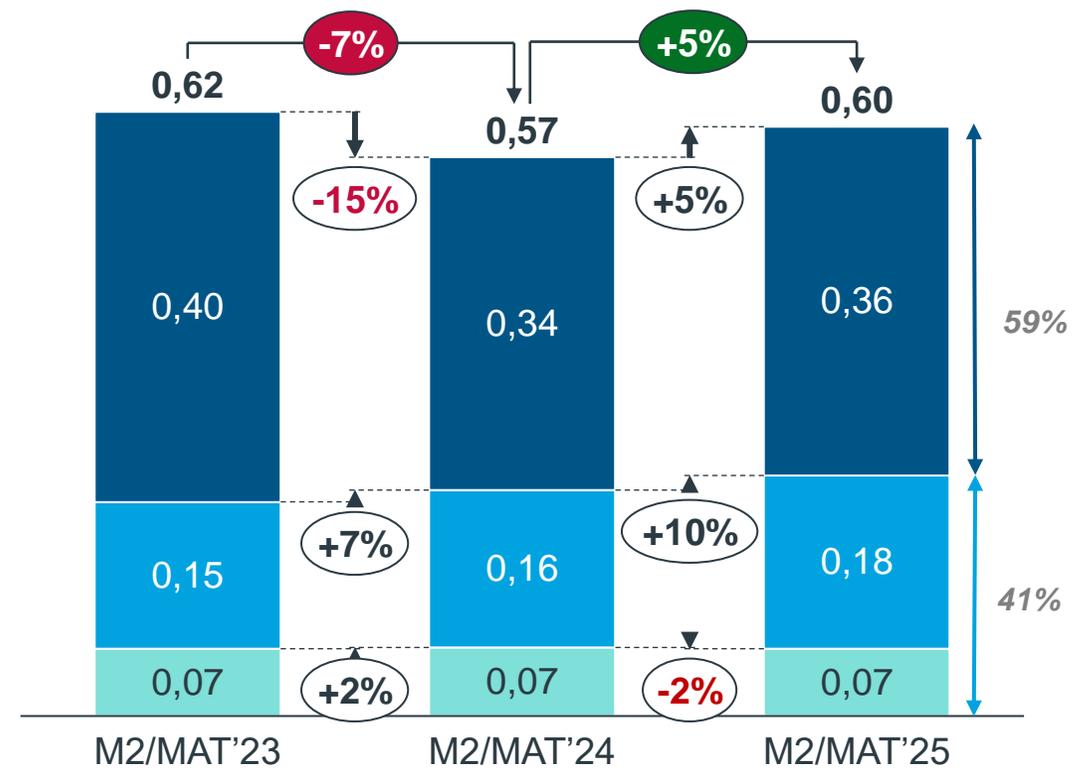
Все сегменты государственных закупок растут в деньгах относительно прошлого года

Сегмент государственных закупок

Продажи в денежном выражении
Млрд. руб.



Продажи в объёмном выражении
Млрд. уп.



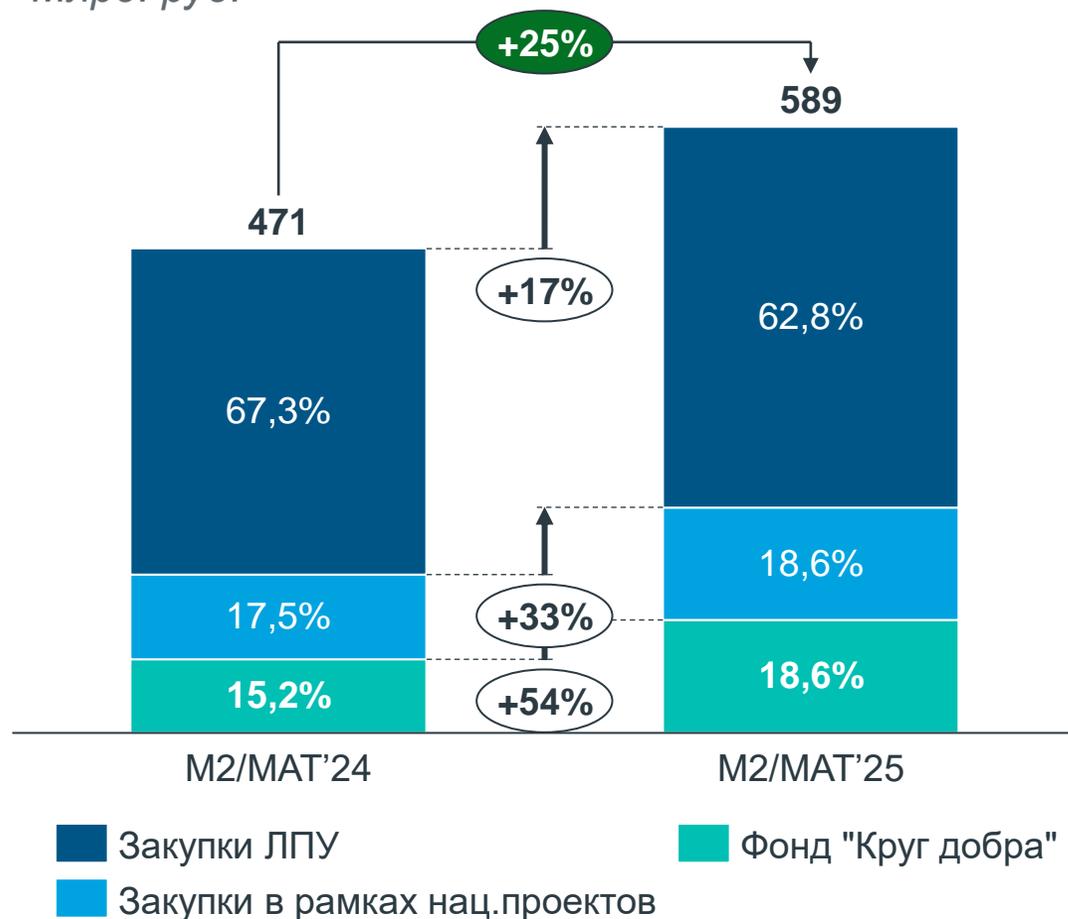
■ Бюджетные закупки, искл. ДЛО и РЛО ■ Региональная льгота ■ Федеральная льгота

Все сегменты бюджетного рынка демонстрируют позитивную динамику относительно прошлого года

Бюджетный (госпитальный) сегмент

Сегментация бюджетных продаж

Млрд. руб.



ТОП10 брендов в фонде «Круг добра»

Продажи в денежном выражении

МАТ'2'25, % в млрд. руб.

Динамика продаж

МАТ'2'25 vs МАТ'2'24, % в руб.

Бренд	Продажи (млрд. руб.)	Динамика (%)
Элевидис (Sarepta Therapeut.)	16,63	0,0%
Трансларна (Ptc Therapeutics)	12,50	14,4%
Эврисди (Roche)	11,04	-2,5%
Трикафта (Vertex Pharm)	9,21	0,0%
Золгенсма (Novartis)	8,42	-4,9%
Коселуго (Astrazeneca)	7,73	49,2%
Трилекса (Laboratorio Tuteur)	6,42	0,0%
Лантесенс (Generium Zao Rf)	6,24	0,0%
Крисвита (Kyowa Kirin)	4,90	61,9%
Гэттестив (Takeda)	4,10	63,1%

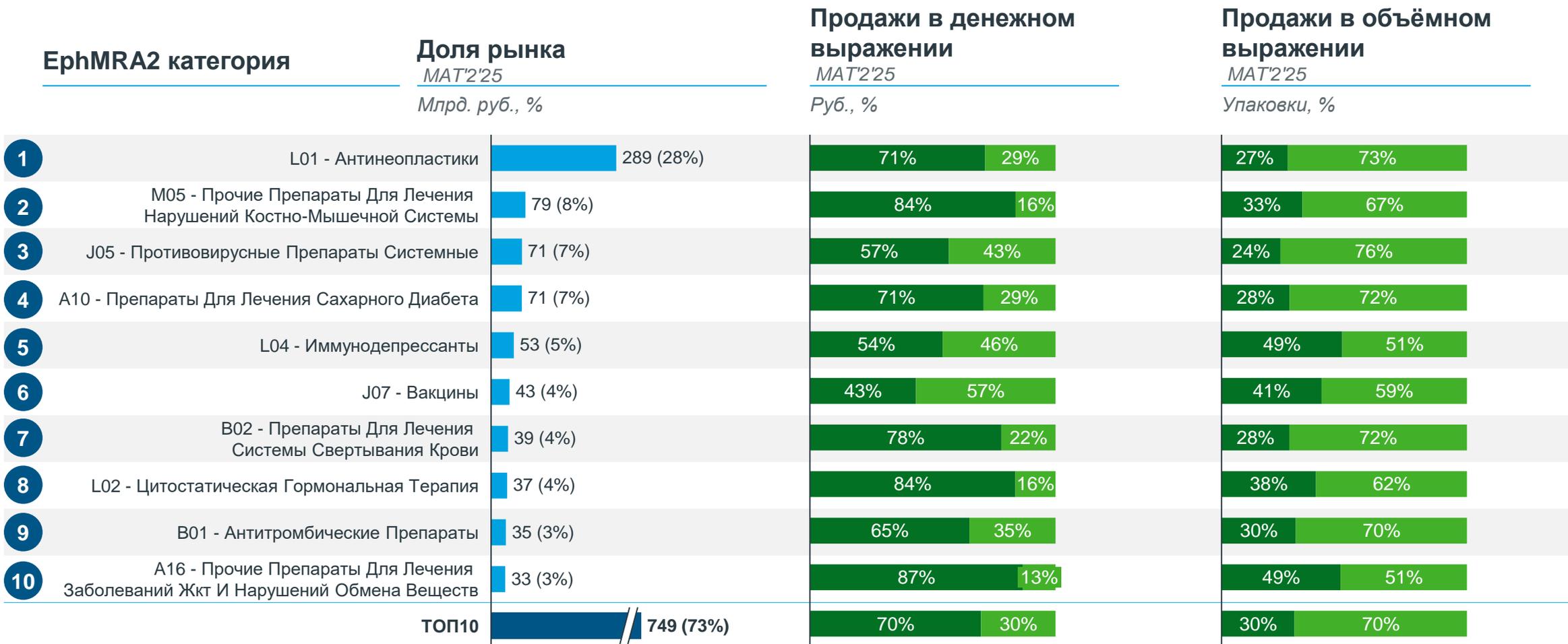
L01 - крупнейшая категория гос. сегмента с 28% долей рынка; Категории J05 и B01 показывают негативную динамику в CAGR в связи с завершением пандемии COVID

Динамика ТОП10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок

EphMRA2 категория	Доля рынка MAT'2'25		CAGR, MAT'2'25 - MAT'2'22	YoY, MAT'2'25 - MAT'2'24	ТОП1 бренд	
	Млрд. руб., %	%			Доля рынка % в EphMRA2 категории	
1 L01 - Антинеопластики	289 (28%)		9%	18%	Опдиво	6%
2 M05 - Прочие Препараты Для Лечения Нарушений Костно-Мышечной Системы	79 (8%)		25%	31%	Эврисди	22%
3 J05 - Противовирусные Препараты Системные	71 (7%)	-7%		58%	Тивикай	10%
4 A10 - Препараты Для Лечения Сахарного Диабета	71 (7%)		16%	12%	Форсига	20%
5 L04 - Иммунодепрессанты	53 (5%)		8%	17%	Элизария	26%
6 J07 - Вакцины	43 (4%)		11%	14%	Совигрипп	18%
7 B02 - Препараты Для Лечения Системы Свертывания Крови	39 (4%)		11%	32%	Гемлибра	23%
8 L02 - Цитостатическая Гормональная Терапия	37 (4%)		23%	31%	Кстанди	49%
9 B01 - Анти тромбические Препараты	35 (3%)	-6%		17%	Ксарелто	26%
10 A16 - Прочие Препараты Для Лечения Заболеваний ЖКт И Нарушений Обмена Веществ	33 (3%)		20%	39%	Элапраза	13%
ТОП10	749 (73%)		9%	23%		

На мультинациональные компании приходится 70% продаж в деньгах и 30% продаж в упаковках

Динамика ТОП10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок



■ Мультинациональные компании
■ Локальные компании

Наибольший рост в деньгах по сравнению с прошлым годом демонстрирует локальная компания Pharmasyntez, в упаковках - Pfizer

ТОП10 компаний сегмента гос. закупок по объёму продаж





05

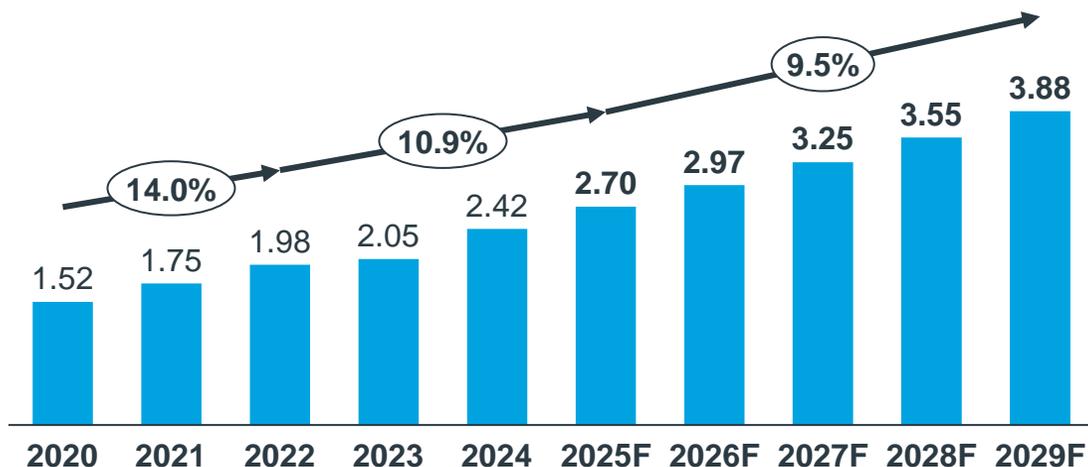
Прогноз динамики фармацевтического рынка

Ожидается, что в 2025-2029 российский фармрынок будет расти со среднегодовым темпом роста 9.5% в денежном выражении

Динамика фармацевтического рынка до 2029 года

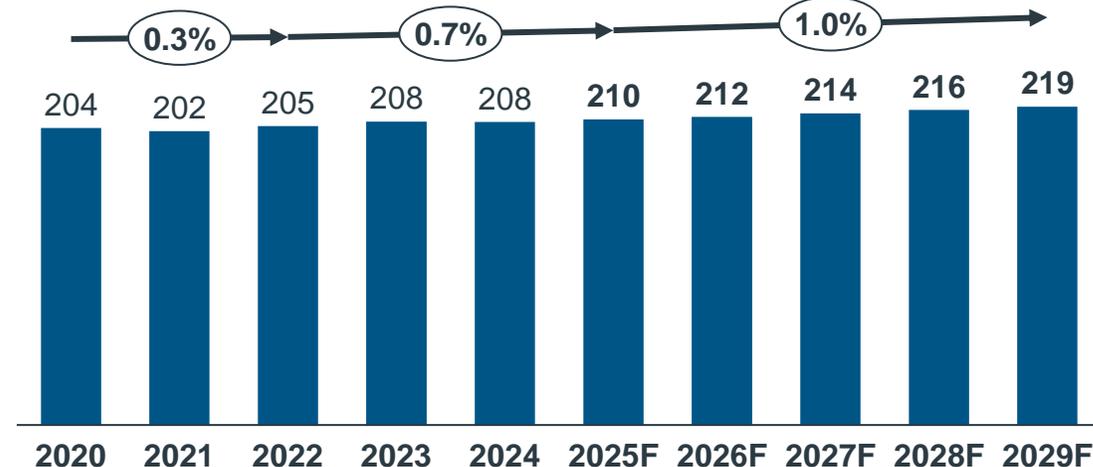
Размер и динамика рынка в стоимостном выражении

Трлн руб., оптовые цены



Размер и динамика рынка в натуральном выражении

Млрд стандартных единиц



Комментарии

Ключевые факторы роста рынка:

- ↑ Продолжающийся переход к фармацевтическому суверенитету (Фарма-2030) будет стимулировать местное производство, благоприятствуя отечественным производителям и локализованным иностранным инвестициям.
- ↑ В рамках национальных программ в области здравоохранения было увеличено финансирование, вкл. усовершенствование Круга добра, а также добавлено обследование на гепатит С
- ↑ С учетом того, что основной проблемой является бюджетная доступность, на рынке будут доминировать непатентованные лекарственные средства, а также биосимиляры будут популярны, особенно в области онкологии и иммунологии.

Ключевые факторы ограничения роста рынка:

- ↓ Ослабление рубля, инфляция и рост себестоимости могут привести к сокращению прибыльности для производителей, особенно на ЖНВЛП.
- ↓ Механизм принудительного лицензирования может расширяться, затрагивая защиту интеллектуальной собственности.
- ↓ Несмотря на рост локализации, 70-80% АФС по-прежнему импортируются, что делает Россию уязвимой к глобальным колебаниям поставок и изменениям цен.



06

Промоционные активности



Q4 2024

Удалённые vs. Традиционные каналы продвижения

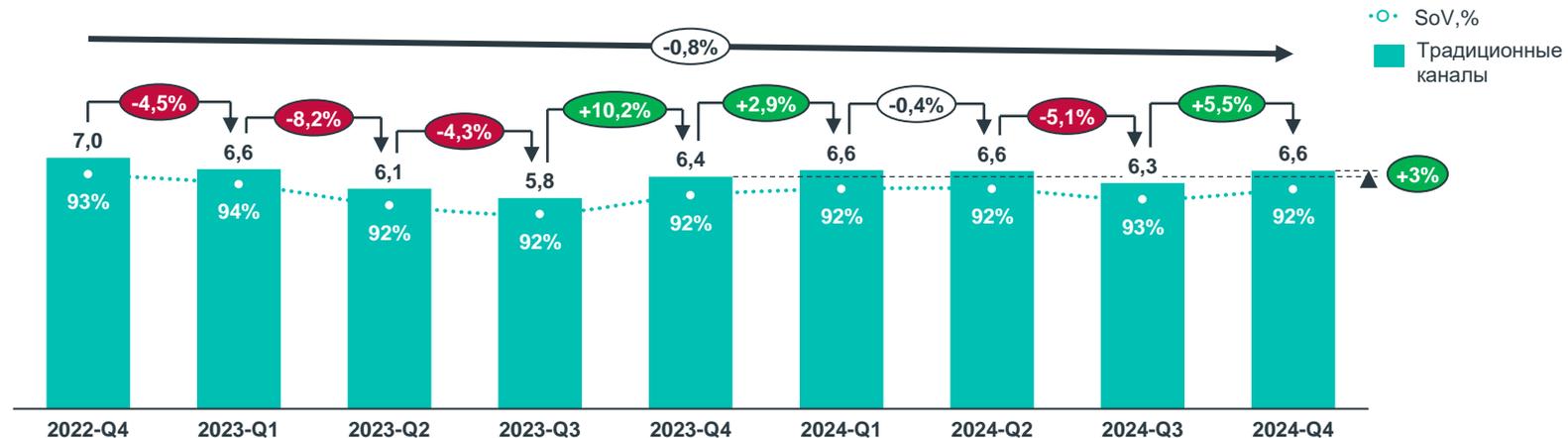
Сплит и динамика активности

Channel Dynamics®

Доля традиционных каналов взаимодействия (Q4 2024)



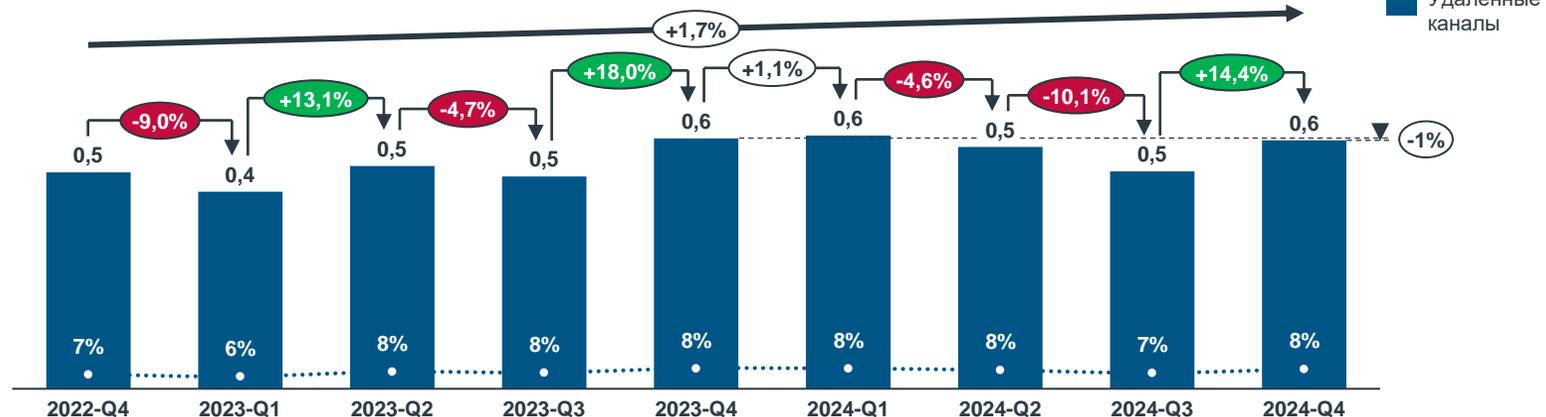
Квартальная динамика контактов (традиционные каналы), млн.



Доля удалённых каналов взаимодействия (Q4 2024)



Квартальная динамика контактов (удалённые каналы), млн.



Промоционные активности



Q4 2024

Удалённые vs. Традиционные каналы продвижения

Распределение активностей по типам

Channel Dynamics®

ТРАДИЦИОННЫЕ



УДАЛЁННЫЕ



Промоционные активности



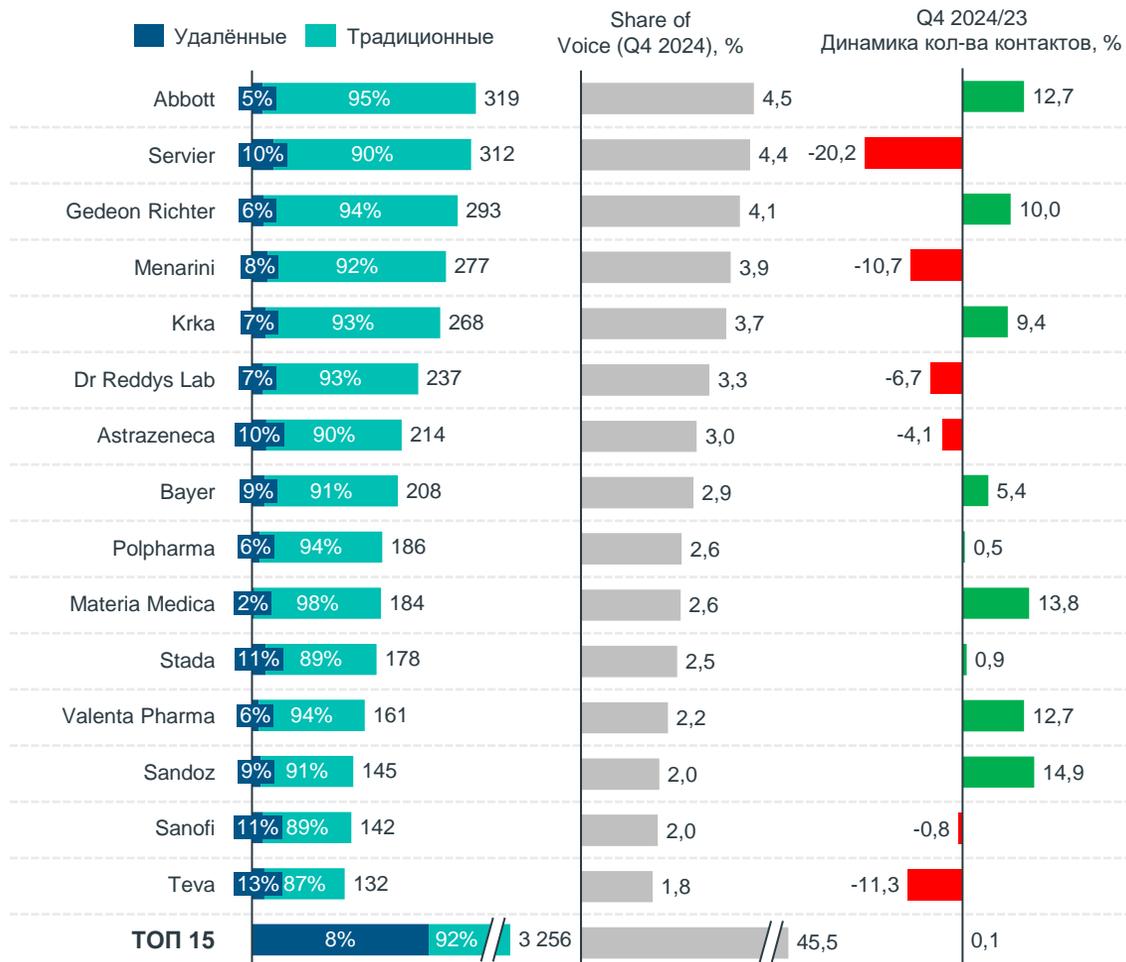
Q4 2024

ТОП Компаний

Удалённые и Традиционные каналы (врачи)

Channel Dynamics®

ТОП 15 компаний по количеству контактов, '000



ТОП бренды по количеству контактов в портфеле компании





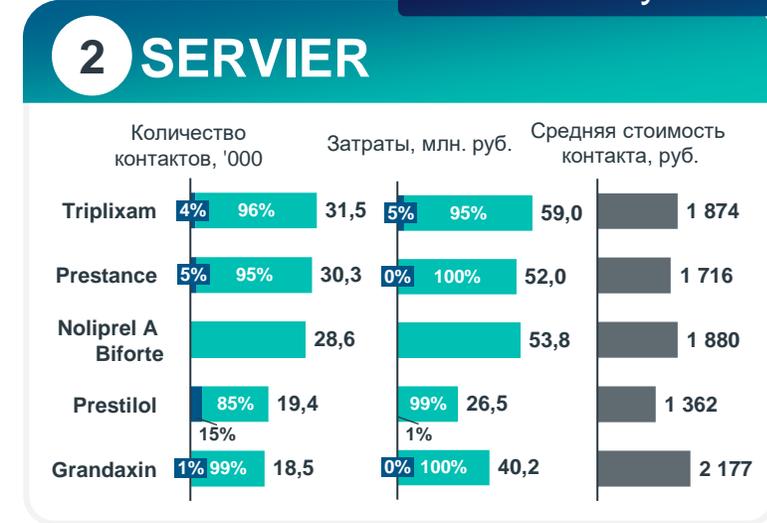
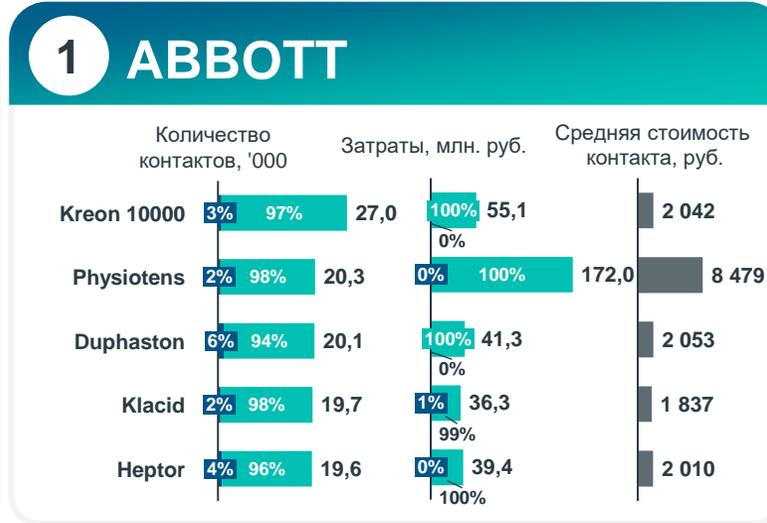
Q4 2024

ТОП Компаний

Бренды с наибольшей активностью:
Удалённые и Традиционные каналы (врачи)

■ Удалённые ■ Традиционные

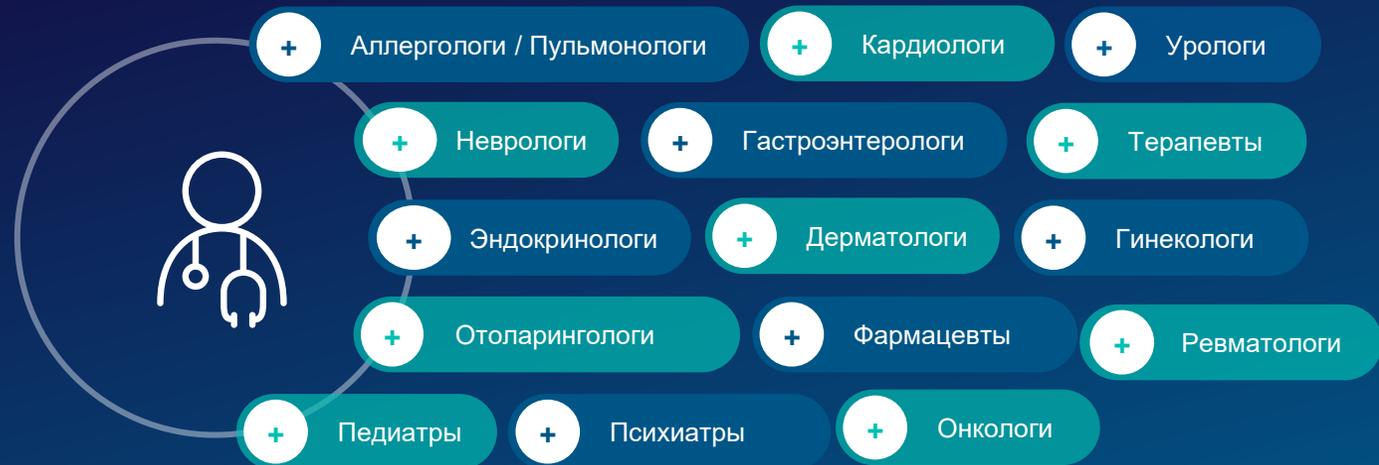
Channel Dynamics®



Промоционные активности

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 самое большое количество пациентов на врача в Южном ФО РФ, у педиатров – в Северо-Кавказском ФО

Распределение врачей

ТОП10 специалистов

Тысячи людей



Всего: 543 тыс. специалистов

Количество релевантных пациентов на врача*

Деление по Федеральным округам РФ

Федеральный округ	Терапевты	Педиатры	Акушеры и гинекологи
1. Центральный	1591	566	1336
2. Северо-Западный	1422	541	1364
3. Южный	2337	916	1847
4. Северо-Кавказский	2290	1065	1867
5. Приволжский	1543	658	1602
6. Уральский	1533	752	1598
7. Сибирский	1490	696	1617
8. Дальневосточный	1666	760	1690
	Ø 1734	Ø 744	Ø 1615

* 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 ТОП10 дистрибьюторов приходится 62.3% продаж всего рынка; Пульс занимает лидирующую позицию за период Q1-Q4 2024

ТОП10 дистрибьюторов по уровню продаж



#	Дистрибьютор	Доля рынка по объёму продаж в руб.*, %		Динамика продаж в руб., Q1-Q4 2024 / Q1-Q4 2023, %
		Q1-Q4 2024	Q1-Q4 2023	
1	Пульс	12,8%	12,4%	21,0%
2	Протек	12,3%	12,4%	17,2%
3	Катрен	10,7%	11,7%	7,8%
4	Гранд Капитал	5,9%	5,8%	20,3%
5	Р-Фарм	5,3%	5,4%	15,8%
6	БСС	3,8%	4,0%	10,4%
7	Ирвин	3,6%	3,0%	42,8%
8	Фармкомплект	3,4%	3,4%	17,8%
9	Фармимэкс	2,9%	2,9%	17,2%
10	Ланцет	1,8%	2,0%	5,4%
Всего		62.3%	62.9%	16.8%

На ТОП10 аптечных сетей и ассоциаций приходится 97.2% розничных продаж ЛС на фарм. рынке; АСНА занимает лидирующую позицию по количеству аптек – 18 252 аптек

ТОП10 аптечных сетей/ассоциаций по доле продаж ЛС в розничном сегменте



#	Категория	Аптечная сеть/ Ассоциация	Доля продаж ЛС в розн. сегменте, руб., %		Кол-во аптек Q1-Q4 2024
			Q1-Q4 2024	Q1-Q4 2023	
1	АА	ПроАптека (Москва)	17.4%	14.1%	14 470
2	АА	АСНА (Москва)	17.2%	16.2%	18 252
3	АА	МФО (Санкт-Петербург)	16.1%	12.5%	12 932
4	Ф	Апрель (Краснодар)	8.9%	6.4%	8 643
5	Ф	Ригла (Москва)	8.9%	8.2%	5 518
6	АА	Аптечный союз (Москва)	6.8%	0.0%	3 638
7	АА	ФармХаб (Москва)	5.9%	5.6%	5 160
8	АА	Созвездие (Москва)	5.7%	5.9%	10 354
9	АА	ВЕСНА (Санкт-Петербург)	5.5%	2.9%	6 042
10	Ф	Объединенная АС Эркафарм и Мелодия Здоровья (Москва)	4.9%	5.4%	2 362
Всего			97.2%	77.2%	

Лидирующую позицию на рынке электронной коммерции ЛС занимает аптечная сеть Апрель (Краснодар) с долей рынка 14.4%

ТОП10 аптечных сетей по доле продаж ЛС в E-com сегменте



#	Категория	Аптечная сеть	Доля продаж ЛС в E-com сегменте, руб., %	Доля продаж ЛС в розн. сегменте, руб., %	Кол-во аптек Q1-Q4 2024
			Q1-Q4 2024	Q1-Q4 2024	
1	Ф	Апрель (Краснодар)	14,4%	8,9%	8 643
2	Ф	Ригла (Москва)	11,6%	8,9%	5 518
3	Ф	Нео-Фарм (Москва)	7,7%	4,6%	1 581
4	Ф	Аптеки 36,6 (Москва)	6,8%	4,5%	2 554
5	Ф	Объединенная АС Эркафарм и Мелодия Здоровья (Москва)	5,4%	4,9%	2 362
6	Ф	Фармлэнд (Уфа)	4,9%	3,8%	2 464
7	М	Здоров.ру (Королев)	2,8%	1,5%	107
8	Ф	Алоэ (Санкт-Петербург)	1,6%	1,2%	616
9	Ф	Максавит (Нижний Новгород)	0,8%	1,4%	1 119
10	М	Ваша №1 (Москва)	0,6%	0,5%	119

Аптека.ру (Новосибирск) - интернет аптека с наибольшей долей рынка в сегменте электронной коммерции ЛС

ТОП интернет-аптек по доле продаж ЛС в E-com сегменте



#	Категория	Интернет-аптека	Доля продаж ЛС в E-com сегменте, руб., %	Доля продаж ЛС в розн. сегменте, руб., %	Кол-во ПВЗ Q1-Q4 2024
			Q1-Q4 2024	Q1-Q4 2024	
1	ЭП	Аптека.ру (Новосибирск)	26.3%	3.9%	39 176
2	ЭП	Еаптека (Москва)	8.8%	1.4%	11 680
3	ЭП	Здравсити (Москва)	8.2%	1.3%	33 292
4	ЭП	Польза.ру (Химки)	2.7%	0.4%	32 090



08

Сервисы IQVIA в России и Евразии



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®

>600k врачей/специалистов; >57k мед. организаций; > 73k 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

Генеративный ИИ

- Ассистент для врачей (пациентов)
- Виртуальный CRM Helpdesk
- Ассистент мед. представителя.
- MSL Ассистент
- Генератор маркетингового контента
- Обзоратель научной литературы
- ИИ-ассистент для обучения (виртуальный тренер)
- Комплаенс ассистент

Взаимодействие с клиентами

Orchestrated Customer Engagement (OCE):

OCE Personal (CRM) & OCE Digital (MCM)

Глобальные решения для омниканального взаимодействия с клиентами

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

Бизнес-аналитика «под ключ»

Готовые и кастомные решение по бизнес-аналитики
Поддержка на любом из этапов: от идентификации источников данных, сопоставление данных, разработки ETL, дизайна витрины данных, определение и расчета ключевых показателей эффективности, разработка отчетов, до обучения конечных пользователей



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.
- E-com Digest®

IQVIA — ваш партнёр в раскрытии потенциала искусственного интеллекта для вашего бизнеса



Кейс: CRM-ассистент, который помогает полевым сотрудникам достигать новых уровней персонализации, повышения эффективности и получения ценной информации

CRM-ассистент

Ситуация

- Клиент стремится использовать передовые технологии (advanced Large Language Models (LLMs)) для **улучшения планирования работы** полевых сотрудников с клиентами до и после визита
- Полевые сотрудники, особенно КАМ-ы, имели дело с **большим объемом информации** и не могли **быстро и легко получать** нужные **инсайты** и **информацию о клиенте** вовремя для принятия правильного решения
- Основной **запрос-использовать GenAI** технологи **поверх текущих тех. решений** и данных (**CRM-система**), чтобы облегчить жизнь полевых сотрудников при взаимодействии с **врачебным сообществом**

Результаты

Прогнозирование долгосрочных результатов на основе данных первого месяца использования

+27%

Экономия времени при подготовке и проведении визита

85%

Удовлетворенность пользователей аналитическими **данными** о клиентах и **удобство их использования**

66%

Количество пользователей, рассматривающих CRM-ассистента **как инструмент для повышения эффективности взаимодействия**

Решение

CRM-ассистент (на основе генеративного ИИ), для получения информации и инсайтов из данных CRM, данных о продажах и других внешних данных.

Генерирует ответы на запросы поступающие от полевых сотрудников, включая КАМ-ов. Помогает с запросами о:

- **Цикловом плане**
- **Рекомендациях для следующего визита** (например, доступный контент, которым можно поделиться на основе интересов и поведения врача)
- **Прошлом взаимодействии с Врачом** по разным каналам коммуникации, включая digital (рассылки: Open rate, Click rate, Click to Open Rate)
- **Получение дополнительной медицинской информации** на основе базы знаний MSL и консультативных советов

CRM-ассистент напрямую интегрирован в CRM-систему (API-интеграция), размещен на главной странице системы.

Поддержка процесса адаптации и обучение конечных пользователей: основы и техники промптинга, примеры запросов по той или иной тематике и др.

Контакты IQVIA

Анастасия Круглова

Генеральный директор | Россия и Евразия

 Anastasia.Kruglova@IQVIA.com

 +7 903 291 59 84

Светлана Никулина

Директор по продажам | Россия и Евразия

 Svetlana.Nikulina@IQVIA.com

 +7 903 737 89 51

Ольга Макарова

*Руководитель департамента консалтинга
и маркетинговых исследований | Россия и Евразия*

 Olga.Makarova@IQVIA.com

 +7 916 993 05 50

