

Жуисель

лечебно-профилактический

Похудение

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Апельсин, Эхинацея,
Цветы липы,
Черноплодная рябина,
Яблоко, Малина,
Солодка, Ромашка,
Девясил,
Мать-и-мачеха,
Стевиозид, Декстроза,
Кукурузный крахмал,
Картофельный крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Florina

Жуисель

лечебно-профилактический

Успокаивающий

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Клубника, Свекла,
Мелисса, Мята, Ромашка,
Лен, Яблоко, Морковь,
Тыква, Зверобой,
Куркума, Стевиозид,
Декстроза, Кукурузный
крахмал, Картофельный
крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Противопрошудный

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Кактус, Лист сены,
Зеленый чай, Фенхель,
Крапива, Кора крушины,
Стевиозид, Декстроза,
Кукурузный крахмал,
Картофельный крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Для глаз

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Грейпфрут, Лист сены,
Кора крушины, Яблоко,
Мята перечная,
Стевиозид, Декстроза,
Кукурузный крахмал,
Картофельный крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Здоровый желудок

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Лимон, Мелисса, Мята,
Чабрец, Яблоко, Груша,
Валериана, Куркума,
Кориандр, Стевиозид,
Декстроза, Кукурузный
крахмал, Картофельный
крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Общеукрепляющий

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Черника, Клюква,
Шалфей, Галега,
Стевиозид, Декстроза,
Кукурузный крахмал,
Картофельный крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Здоровые бронхи

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Каркаде, Мелисса,
Черника, Боярышник,
Яблоко, Рябина
черноплодная,
Пустырник, Стевиозид,
Декстроза, Кукурузный
крахмал, Картофельный
крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Очищающий

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Черника, Витаминный
комплекс (Витамин А,
Витамин Д3, Витамин С,
Витамин В4, Витамин Е,
Витамин В5, Витамин В6,
Витамин В1, Витамин В2,
Витамин В9, Витамин В8,
Витамин В12), Яблоко,
Свекла, Морковь,
Молочко маточное
пчелиное, Стевиозид,
Декстроза, Кукурузный
крахмал, Картофельный
крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Сахараснижающий

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Яблоко, Лист грецкого
ореха, Аралия,
Витаминный комплекс
(Витамин А, Витамин
Д3, Витамин С, Витамин
В4, Витамин Е, Витамин
В5, Витамин В6, Витамин
В1, Витамин В2, Витамин
В9, Витамин В8,
Витамин В12), Пыльца
цветочная, Солодка,
Имбирь, Корица,
Эхинацея, Стевиозид,
Декстроза, Кукурузный
крахмал, Картофельный
крахмал.

Жуисель

лечебно-профилактический

Давление норма

Florina

ВКУСНО

И ПОЛЕЗНО

Манго, Шалфей,
Прополис, Яблоко,
Черная смородина,
Солодка, Мать-и-мачеха,
Чабрец, Стевиозид,
Декстроза, Кукурузный
крахмал, Картофельный
крахмал.

ЗА ЛЮБОЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ
ИНФОРМАЦИЕЙ ПРОСИМ ОБРАЩАТЬСЯ
В ОФИС



ООО "Эй Джи Компани": 129226, г. Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17/2, кор. 4
+7 (495) 937 23 71 • fito-tea@agfarm.ru • www.agfarm.ru

№ 1 (75), 2013 г.

Издается с 2000 г.

РЫНОК БАД



Учредитель, издатель, редакция –
 ЗАО «Фармацевтическое издательство
 «Фарос Плюс»
 Лицензия – ЛР № 065484 от 31. 10. 1997 г.
Адрес: 190013, г. Санкт-Петербург,
 ул. Рузовская, 31/1
Тел./факс: (812) 320-06-23, 320-06-22,
 320-06-24, 324-73-50, 322-65-61.
Почтовый адрес: ЗАО «Фарос Плюс»,
 190103, Санкт-Петербург–103, а/я 168.
e-mail: info@farosplus.ru
Internet: www.farosplus.ru

Генеральный директор, главный редактор
 Зелик Н. Н.
 Тел. (812) 320-31-18
 e-mail: zelyk@farosplus.ru

Коммерческий директор
 Алабышева В. А.
 e-mail: reklama2@farosplus.ru
 Тел./факс: (812) 320-06-23

Отдел по работе с выставками
 PR-менеджер — Фролова Т. Е.
 тел./факс (812) 320-06-22
 expo@farosplus.ru

Отдел рекламы
 Емелькина Т. Ф., тел./факс (812) 324-73-50
 E-mail: advert@farosplus.ru
 Вещева О. Г., тел./факс (812) 320-06-24
 E-mail: reklama1@farosplus.ru

Отдел подписки и распространения
 Тел. (812) 320-31-18
 e-mail: dmail@farosplus.ru

Дизайн-центр
 Дизайн — Пермовский С. О.
 Верстка — Прокофьева М. Л.

Издание зарегистрировано
 Государственным комитетом Российской
 Федерации по печати (г. С.-Петербург)
 Свидетельство о регистрации ПИ № 2-5472
 от 28.09.2001 г.

Отпечатано в типографии
 ООО «АКРОС»

Адрес: 192102, Санкт-Петербург,
 ул. Самойловой, д. 5

Установочный тираж 5 000 экз.
 Заказ № 0647-13

Подписано в печать 26.02.2013 г.
 Время сдачи по графику 16 часов 00 минут.
 Сдано фактически 16 часов 00 минут.

СОДЕРЖАНИЕ:

НОВОСТИ	4
ОФИЦИАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	7
Письмо Роспотребнадзора от 08.02.2013 № 01 / 1359-13-27 «О надзоре за биологически активными добавками к пище»	7
О биологически активных добавках к пище	8
КОНСУЛЬТАЦИЯ ЮРИСТА	9
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР РЫНКА ОТ DSM GROUP	12
Итоги 4 квартала 2012 года	13
БАД: 100 производителей-лидеров за декабрь 2012 года по России	14
100 торговых наименований БАД-лидеров за декабрь 2012 года по России	16
Группа компаний «Протек» объявляет предварительные результаты 4 квартала и 12 месяцев 2012 года	18
Мониторинг аптечных продаж биологически активных добавок для профилактики и лечения простуды и гриппа	20
ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПОСТАВЩИКИ БАД	24
Реестр	24
Рекламные модули	28
Прайс-лист парафармацевтики	39
Прайс-лист сырья	42
ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПОСТАВЩИКИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА БАД И УПАКОВКИ	47
Реестр	47
Рекламные модули	48
ВЫСТАВКИ	52

Полная электронная версия журнала «Рынок БАД» дублируется
 на сайте www.farosplus.ru

Распространяется по собственной базе данных и на специализированных выставках.
 Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной
 сертификации и лицензированию.
 Ответственность за содержание рекламных материалов несет рекламодатель.
 Мнение редакции не всегда совпадает с мнением авторов.
 Перепечатка материалов только с согласия редакции.

ВНИМАНИЕ: журнал «Рынок БАД» является специализированным изданием
 для врачей всех специальностей, фармацевтов и провизоров аптек.
 Биологически активные добавки не являются лекарством.
 Перед применением консультируйтесь с врачом. Читайте инструкции по применению.
 Возможны противопоказания. Избегайте покупок у сомнительных продавцов.

НОВОСТИ

ФАС НЕДОВОЛЬНА НАДЗОРОМ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Антимонопольное ведомство считает, что у регуляторов в этой области нет механизмов контроля. Это затрудняет конкуренцию и снижает доступность медицинской помощи.

Федеральная антимонопольная служба России проверила, как осуществляется надзор в области здравоохранения. Ведомство пришло к выводу, что в этой сфере много регуляторов, однако отсутствуют механизмы контроля, пишет газета «Ведомости». Из-за слабости надзора конкуренция в медицине крайне затруднена, а доступность медпомощи носит декларативный характер.

ФАС изучила, какие ведомства контролируют сферу здравоохранения. Начальник управления контроля социальной сферы и торговли Тимофей Нижегородцев отметил:

У лекарств в России шестеро надзирающих: Минздрав формирует требования к лекарствам и допускает их на рынок, Минпромторг выдает лицензии производителям, Росздравнадзор — дистрибуторам и федеральным аптекам (остальным аптекам — региональные власти), Россельхознадзор контролирует обращение лекарств для ветеринарного применения, а Федеральное медико-биологическое агентство проверяет лекарства.

В сфере медицинских услуг контролеров четверо: Минздрав принимает порядок оказания медицинской помощи, Росздравнадзор и регионы выдают лицензии медицинским организациям, а Роспотребнадзор следит за соблюдением правил предоставления платных услуг. Меньше всего следящих за обращением медицинских изделий: Минпромторг разрабатывает законопроект «Об обращении медицинских изделий»,

Минздрав указывает, как вести мониторинг безопасности медизделий, самим же мониторингом занимается Росздравнадзор.

Антимонопольщики пришли к выводу, что у регуляторов фактически отсутствуют механизмы контроля. Например, медицинская помощь для владельца полиса обязательного медицинского страхования должна быть бесплатной, но у Росздравнадзора нет реальных полномочий проверить, так ли происходит на практике. По словам Тимофея Нижегородцева, сотрудников службы могут не допустить до проверки, не предоставить информацию или предоставить ложную, но наказать за это невозможно.

Специалисты подчеркнули, что из-за слабости медицинского надзора доступность медицинской помощи носит все более декларативный характер. Доступнее ее делает рост расходов государства на здравоохранение.

Эксперты также согласились, что проблема надзора в медицине существует. В частности, заместитель гендиректора Stada CIS Иван Глушков рассказал:

Один из производителей биологически активных добавок производит продукт, содержащий действующее вещество лекарства. Росздравнадзор не может провести проверку по этому поводу, потому что БАДы регистрирует Роспотребнадзор, а у этой службы нет оснований для проверки: производитель не заявлял при регистрации, что продукт содержит это вещество.

В то же время доцент Национального исследовательского института Высшей школы экономики Павел Кудюкин отметил, что ситуация с надзором в здравоохранении не уникальна. Аналогичное положение сложилось в экологическом надзоре. По мнению эксперта, сложность еще и в том, что зачастую полномочия ведомств не разграничить.

Тимофей Нижегородцев уверен, что проблему могло бы решить создание единого надзорного органа с участием Роспотребнадзора, Росздравнадзора, Россельхознадзора. Однако Иван Глушков скептически отнесся к предложению:

Вероятность того, что эту идею поддержат контролирующие сферу здравоохранения ведомства, мала — из-за этого они потеряют влияние и возможность контролировать денежные потоки.

Напомним, отношения возникающие в сфере охраны здоровья граждан регулирует Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ. полномочия государственных органов власти в этой области прописаны в главе 3.

Добавим, что ФАС России осуществляет контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере рекламы, госзакупок, конкуренции на товарных и финансовых рынках, а также за соблюдением антимонопольного законодательства органами власти и местного самоуправления. Также ФАС России контролирует деятельность естественных монополий. Полномочия Службы определены законом «О защите конкуренции» и Положением о Федеральной антимонопольной службе.

<http://fas.gov.ru>

ФАС НАШЛА ЛЕКАРСТВО ПРОТИВ ЗОНТИЧНЫХ БРЕНДОВ

Служба предлагает изменить процедуру регистрации БАД.

Чтобы пресечь появление биологически активных добавок и лекарств под одним и тем же брендом, Федеральная антимонопольная служба (ФАС) предложила Минздраву регистрировать БАД точно так же, как и лекарства. В этом случае производителям добавок, чей годовой оборот превышает \$1

млрд, придется тратить миллионы долларов на клинические исследования, а сама процедура регистрации увеличится с нынешних шести месяцев до полутора-двух лет.

ФАС еще 6 декабря 2012 года направила в Минздрав свое предложение унифицировать регистрацию лекарств и БАД, рассказал заместитель руководителя службы Андрей Кашеваров. О том, что БАД было бы целесообразно регулировать законом «Об обращении лекарственных средств», ФАС заявляет уже несколько лет. Однако сейчас на рынке появились препараты, которые позиционируются одновременно и как лекарства, и как добавки, что вводит потребителей в заблуждение, пояснил господин Кашеваров.

Так, есть лекарство от неврозов глицин и БАД «Глицин форте». Такая же ситуация со средством для похудения редуксин: с таким названием существует рецептурное лекарство (поэтому его реклама в СМИ запрещена) и общедоступная добавка «Редуксин лайт». ВЦИОМ провел по заказу ФАС опрос, в ходе которого выяснилось, что респонденты не видят существенного различия между лекарством и добавкой. Действующий закон «О рекламе», запрещающий использовать зонтичные бренды, позволяет признать рекламу «Редуксина Лайт» ненадлежащей, пояснил господин Кашеваров. Но, по мнению ФАС, чтобы пресечь такую практику, целесообразно сделать общую регистрацию для лекарств и добавок.

Сейчас регистрацией лекарств, согласно закону «Об обращении лекарственных средств», занимается подведомственный Минздраву Росздравнадзор. Производитель должен представить результаты клинических исследований, доказывающих эффективность препарата. За регистрацию БАД, которые регулируются законом «О безопасности пищевых продуктов», отвечает Роспотребнадзор. Никаких результатов исследований от производителя добавок не требуются. По оценке директора по исследованиям и консалтингу агентства «Фармэксперт» Николая Беспалова, регистрация лекарства с учетом клинических исследований занимает в среднем полтора-два года, добавки — около полугода.

Предложение ФАС получено, до начала февраля министерство сформулирует свою позицию, сообщили «Ъ» в пресс-службе Минздрава. Ранее это ведомство выступало против единой регистрации лекарств и добавок.

Объем реализации БАД через аптеки в январе-ноябре 2011 года, по данным «Фар-

мэксперта», вырос на 24% к аналогичному периоду прошлого года, до \$1,09 млрд. Через специализированные магазины, супермаркеты, интернет и другие каналы добавок было реализовано еще примерно на \$109-163 млн. Доля отечественных препаратов на рынке БАД составляет около 68%. Среди крупнейших производителей — «Эвалар» (доля 18,65%, по оценке «Фармэксперта» за январь—ноябрь 2012 года), ВИС ННПЦ ГИП (15,36%) и «Аквон» (3,22%).

Инициатива ФАС соответствует западной практике, когда вопросами лекарств и БАД занимается один департамент, отмечает Николай Беспалов. Обращение БАД требует более жесткого регулирования, соглашается Иван Глушков, заместитель гендиректора Stada CIS (выпускает как лекарства, так и добавки, например «Вука Вука»). «Производители, например, дают информацию, что их добавки снимают некоторые симптомы или вылечивают болезни, хотя добавка не имеет клинически доказанной терапевтической эффективности, в отличие от лекарства», — пояснил господин Глушков.

Предложение ФАС означает, что производителям БАД придется тратить дополнительные средства на проведение исследований, которые могут достигать десятков миллионов долларов на один препарат, констатирует директор Центра социальной экономики Давид Мелик-Гусейнов. По его мнению, правильнее было бы разработать отдельный закон об обороте добавок, где можно было бы прописать, что БАД не могут иметь одинаковое наименование с лекарственными средствами. Сегодня некоторые производители предпочитают регистрировать свои препараты как БАД из-за того, что процедура такой регистрации проще, возражает Андрей Кашеваров. «В результате мы потребляем добавку как лекарство с неподтвержденными терапевтическими средствами и побочными эффектами. Это нормально?» — недоумевает чиновник.

<http://www.kommersant.ru>

ЕКАТЕРИНБУРГСКУЮ «АПТЕКУ ОПТОВЫХ ЦЕН» НАКАЗАЛИ. СВЕРДЛОВСКОЕ УФАС ВЫЯВИЛО ФАКТ ОБМАНА ПОКУПАТЕЛЕЙ

Реклама ООО «Аптека «КЛАССИКА» признана ненадлежащей. В августе 2012

года на фасаде здания аптеки ООО «Аптека «КЛАССИКА» в Екатеринбурге на улице Малышева, 56, была размещена реклама, содержащая фразу «Аптека оптовых цен». В Свердловское УФАС России поступило заявление о ненадлежащей рекламе данного Общества, сообщает пресс-служба ведомства.

Согласно внутренней градации, аптечные учреждения ООО «Аптека «КЛАССИКА» разделены на две категории: первая категория под условным наименованием «аптека оптовых цен», вторая — «аптека розничных цен». Аптека на Малышева отнесена Обществом к предприятию первой категории, т.к. критерием отнесения аптек к этой категории была преимущественная реализация товара, поступающего от поставщиков, реализующих товар крупным оптом с предоставлением аптечной сети дисконта (скидок) на товар.

Торговля лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения осуществлялась ООО «Аптека «КЛАССИКА» для категории оптовых аптек с торговой надбавкой в 5%. Таким образом, цена лекарственных средств и изделий медицинского назначения не является оптовой ценой, а представляет собой самостоятельный ценовой показатель, сформированный путем применения розничной торговой надбавки к оптовой (закупочной) цене лекарственных средств.

«Оптовая цена» в сознании потребителей воспринимается как более низкая, чем «розничная цена», исходящая от производителя или торгового поставщика. Реклама, размещенная на фасаде здания аптеки на ул. Малышева, 56, не только не соответствует действительности, но и формирует ошибочное представление о том, что в указанной организации лекарственные средства действительно реализуются по оптовым ценам.

В феврале 2013 года Комиссия Свердловского УФАС России признала рекламу ООО «Аптека «КЛАССИКА», содержащую фразу «Аптека оптовых цен», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ст. 5 ФЗ «О рекламе». Предписание не выдано в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы до выдачи предписания. Законному представителю ООО «Аптека «КЛАССИКА» надлежит явиться в Свердловское УФАС России 13 марта 2013 года для составления протокола об административном правонарушении.

<http://veved.ru>

ОНИЩЕНКО: НЕ ВСЕ БАДЫ ОДИНАКОВО ОПАСНЫ

Главный государственный санитарный врач России Геннадий Онищенко признал полезным и даже необходимым использование биологически активных добавок к пище (БАД), но не всех. Подписанное им постановление о дифференциации мер надзора в отношении таких добавок 14 февраля прошло регистрацию в Минюсте и вступит в силу уже с 3 марта.

По оценкам Геннадия Онищенко, за последнее время существенно снизились энерготраты населения, тогда как потребность в микронутриентах сохранилась на прежнем уровне. «Это означает, что рацион современного человека должен состоять из пищевых продуктов с пониженной калорийностью и одновременно с повышенной пищевой плотностью незаменимых компонентов, что достигается изменением химического состава пищевой продукции или компенсированием дефицита микронутриентов приемом БАД к пище. Использование БАД к пище позволяет осуществить персонализированный подход к формированию индивидуального рациона питания с учетом возраста, пола, характера физической активности, индивидуальных особенностей обеспеченности организма и его потребности в пищевых и биологически активных веществах», — полагает главный государственный санитарный врач.

Однако не все добавки «одинаково полезны». В постановлении сообщается об участившихся случаях публикации в средствах массовой информации заведомо ложной информации о потребительских свойствах БАДов, рекомендациях по их применению в качестве лечебных препаратов. Отмечаются случаи декларирования заведомо ложных лечебных эффектов добавок при их добровольной сертификации, что дает «возможность недобросовестным участникам рынка позиционировать биологически активные добавки к пище в качестве продукции, обладающей лечебными свойствами». «Агрессивная и недостоверная реклама в средствах массовой информации и интернете, придание свойств лекарственным средствам, фальсификация продукции недобросовестными участниками рынка с целью получения коммерческой выгоды путем намеренного изменения состава биологически активных добавок к пище введением незадекларированных компонентов, обладающих лечебными свойствами», — перечисляет «подводные камни» Геннадий Онищенко.

— Наличие в обороте таких биологически активных добавок к пище создает предпосылки к введению в заблуждение потребителей».

В то же время никаких реальных «инструкций по применению», позволяющих простому потребителю правильно выбрать необходимую, полезную и безопасную добавку, в постановлении не приводится. Главсанврач лишь поручил подчиненным внести поправки в действующие нормативные акты для «дифференциации системы регистрации и обращения биологически активных добавок к пище».

Напомним, что до сих пор государственные органы (и в первую очередь возглавляемый Геннадием Онищенко Роспотребнадзор) лишь ужесточали меры против продавцов БАДов. По действующему законодательству жестко ограничена их реклама, реализация допускается только в аптеках и иных стационарных торговых точках. Поводом для таких мер были многочисленные случаи продажи БАДов как «всеисцеляющих снадобий», что позволяло мошенникам «выбить» из пожилых россиян порой сотни тысяч рублей.

<http://www.fontanka.ru>

ЖЕЛЕЗНЯК ПРИЗВАЛ РЕГЛАМЕНТИРОВАТЬ ОБРАЩЕНИЕ БАДОВ

В Госдуме прошли парламентские слушания «Совершенствования законодательного регулирования в сфере обращения биологически активных добавок к пище на территории России».

Необходимо идти не путем запретов, а путем грамотной регламентации и профессионального контроля за соблюдением качества в сфере обращения биологически активных добавок. Такое мнение высказал в четверг, 21 февраля, во время выступления на парламентских слушаниях «Совершенствования законодательного регулирования в сфере обращения биологически активных добавок к пище на территории России» замсекретаря Генсовета «Единой России», вице-спикер Госдумы Сергей Железняк, передает ER.RU.

«Рынок биологически активных добавок (БАД) в России является одним из самых мифологизированных, наполненных заблуждениями, инсину-

ациями и, как следствие, злоупотреблениями», — отметил депутат.

По его словам, речь идет о сохранении и поддержке здоровья наших граждан, поэтому власть и общество должны понимать, как эффективно выстроить систему взаимодействия с производителями и распространителями БАДов.

«Мы как законодатели должны на основе анализа практики правоприменения, предложений экспертов и потребительских организаций сформировать такие условия, чтобы добросовестный производитель имел возможности и стимулы для развития, а аферисты и мошенники, по возможности, не допускались на рынок и несли серьезное наказание за обман граждан и нанесение вреда их здоровью», — подчеркнул Железняк.

Он также отметил, что пока не существует цельной системы регулирования производства и продажи БАДов, есть отдельные нормы в разных законах, которые могли бы составить стратегию государственной политики в этой области. Такой подход мог бы снять множество претензий к отрасли со стороны потребителей, медицинского сообщества и правоохранительных органов.

«Под гнетом контрафакта и недобросовестной рекламы качественные производители не могут развивать научно-исследовательскую базу, производство и приносить пользу людям. Важно сделать так, чтобы усилиями аферистов, пользующихся наивностью граждан и несовершенством законодательства, отрасль биологически активных добавок не была окончательно дискредитирована», — считает парламентарий.

«Некоторые наши коллеги занимают радикальную позицию и предлагают ввести максимум запретительных мер. Уверен, что необходимо идти не путем запретов, а путем грамотной регламентации, профессионального контроля за соблюдением качества и пресечением любой деятельности, которая не соответствует законодательству. Полный запрет может лишь спровоцировать появление черного рынка, что, конечно, не в интересах граждан и государства», — заключил Железняк.

<http://er.ru>



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ
ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И БЛАГОПОЛУЧИЯ ЧЕЛОВЕКА**

**Письмо Роспотребнадзора от 08.02.2013 № 01/1359-13-27
«О НАДЗОРЕ ЗА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫМИ ДОБАВКАМИ К ПИЩЕ»**

*Руководителям управлений Роспотребнадзора
по субъектам Российской Федерации и железнодорожному транспорту*

Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, проанализировав материалы федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей и федерального государственного санитарно-эпидемиологического надзора за соблюдением обязательных требований при производстве и обороте биологически активных добавок к пище (БАД к пище), отмечает.

Правовой основой требований, предъявляемых к производству и обороту биологически активных добавок к пище, являются Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».

В соответствии с Законом Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на то, чтобы товар при обычных условиях его использования был безопасен для жизни, здоровья потребителя. Требования, которые должны обеспечивать безопасность товара для жизни и здоровья потребителя, являются обязательными и устанавливаются законом или в установленном им порядке.

В целях обеспечения безопасности и пищевой ценности биологически активных добавок к пище, а также недопущения негативного воздействия биологически активных добавок к пище на здоровье населения в Российской Федерации действуют санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», СанПиН 2.3.2.1078-01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов».

Введен в действие список, включающий около 400 запрещенных при производстве биологически активных добавок к пище растений, в том числе лекарственных, и продуктов их переработки, объектов животного происхождения, микроорганизмов, грибов и биологически активных веществ.

В указанный список растений, запрещенных для использования в составе биологически активных добавок к пище, вошли компоненты растительного происхождения, содержащие вещества канцерогенного, гепатотоксического и курареподобного действия, а также оказывающие наркотическое, психотропное и галлюциногенное действие.

При этом, несмотря на наличие в Российской Федерации системы нормативного правового регулирования оборота БАД к пище, в процессе осуществления мероприятий по контролю за оборотом БАД к пище выявляются проблемы, требующие совершенствования нормативных правовых актов и правоприменительной практики.

В средствах массовой информации размещается заведомо ложная информация о потребительских свойствах БАД к пище, рекомендациях по их применению в качестве лечебных препаратов или указывается область применения, не соответствующая свидетельству о государственной регистрации.

Создание многочисленных систем добровольной сертификации пищевых продуктов привело к учащению случаев декларирования заведомо ложных лечебных эффектов биологически активных добавок к пище при их добровольной сертификации, что дало возможность недобросовестным участникам рынка позиционировать биологически активные добавки к пище в качестве продукции, обладающей лечебными свойствами.

Главным образом это относится к биологически активным добавкам к пище, на основе лекарственного сырья и других объектов природного происхождения, не имеющих традиций пищевого применения.

Наличие в обороте таких биологически активных добавок к пище создает предпосылки к введению в заблуждение потребителей, что является нарушением Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Указанные проблемы свидетельствуют о необходимости внесения в нормативные правовые акты изменений, исключающих возможность отнесения продукции на основе лекарственного сырья и других объектов природного происхождения, не имеющих традиций пищевого применения, к категории БАД к пище.

В целях реализации мер, направленных на обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения, а также защиты прав потребителей, необходимо:

1. Правовому управлению, Управлению санитарного надзора, Управлению организации деятельности системы государственного санитарно-эпидемиологического надзора Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека в установленном порядке подготовить предложения по внесению изменений в нормативные правовые акты, регулирующие производство и оборот БАД к пище на территории Российской Федерации и Таможенного союза в части уточнения требований, обеспечивающих безопасность для жизни и здоровья потребителей, предупреждение действий, вводящих потребителей в заблуждение.

2. Управлению организации деятельности системы государственного санитарно-эпидемиологического надзора Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека осуществлять государственную регистрацию биологически активных добавок к пище, применяемых для коррекции химического состава пищи человека (дополнительных источников белка, аминокислот, жиров, углеводов, витаминов, минеральных веществ, пищевых волокон, пребиотиков и пробиотиков), не содержащих ингредиенты, включенные в государственную фармакопею, и другие ингредиенты природного происхождения, не имеющие традиций пищевого применения.

3. Организациям, осуществляющим санитарно-эпидемиологическую экспертизу БАД к пище для целей государственной регистрации, обеспечить проведение экспертизы соответствия БАД к пище обязательным требованиям, обеспечивающим их безопасность для жизни и здоровья потребителей, предупреждение действий, вводящих потребителей в заблуждение.

4. Руководителям управлений Роспотребнадзора по субъектам Российской Федерации и по железнодорожному транспорту:

- обеспечить федеральный государственный санитарно-эпидемиологический надзор и федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей за соблюдением обязательных требований при производстве и обороте биологически активных добавок к пище, обращая внимание на содержание информации о продукции, которая не должна создавать впечатление о том, что биологически активные добавки к пище являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;

- проводить в средствах массовой информации разъяснительную работу по вопросам реализации БАД;

- довести настоящее письмо до сведения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, занимающихся производством и оборотом БАД к пище.

Руководитель Г. Г. Онищенко

О БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВКАХ К ПИЩЕ

При государственной регистрации биологически активных добавок к пище, которую осуществляет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, в свидетельстве о государственной регистрации указываются только источники биологически активных веществ (аминокислоты, жирные кислоты, витамины, минеральные вещества и т.п.).

Вместе с тем, недобросовестные производители, поставщики биологически активных добавок к пище, используя электронные средства массовой информации и периодические издания, представляют населению заведомо ложную информацию о потребительских свойствах БАД к пище, рекомендуют их применение в качестве лечебных препаратов.

Создание многочисленных систем добровольной сертификации продукции привело к учащению случаев декларирования заведомо ложных лечебных эффектов биологически активных добавок к пище при их добровольной сертификации, что дало возможность недобросовестным участникам рынка позиционировать биологически активные добавки к пище в качестве продукции, обладающей лечебными свойствами.

Так, например, на центральных телевизионных каналах рекламируется биологически активная добавка к пище «Ци-Клим»®, зарегистрированная Роспотребнадзором в качестве биологически активной добавки к пище для женщин в климактерическом периоде - содержащей тритерпеновые сапонины.

В то же время ЗАО «Эвалар» зарегистрировало «Ци-Клим»® в качестве лекарственного средства.

Используя этот зонтичный бренд, ЗАО «Эвалар», в нарушение Закона № 2300-1 от 7 февраля 1992 года «О защите прав потребителей», заведомо вводит в заблуждение потребителей, используя одно и то же наименование как для БАД к пище, так и для лекарственного средства.

Другим примером является «Пустырник Форте» производства ЗАО «Эвалар», который зарегистрирован в качестве дополнительного источника витамина В6, магния и иридоидов. В телевизионной рекламе указанная добавка, позиционируется в качестве успокаивающего средства, так как в названии БАД используется наименование лекарственного средства, оказывающего успокаивающее действие.

Биологически активная добавка к пище «АД минус®» производства ЗАО «Эвалар» зарегистрирована в качестве источника флавоноидов, содержащей дубильные вещества. При рекламе в средстве массовой информации сообщалось, что БАД «АД Минус» содержит экстракты красных соцветий гречихи и сушеницы, которые, сочетаясь в одной таблетке, усиливают действия друг друга, что помогает защищать сосуды и, тем самым, предупредить повышение и скачки артериального давления.

Биологически активная добавка к пище «Инулин Форте ЭВАЛАР®» производства ЗАО «Эвалар» зарегистрирована в качестве источника инулина. В отдельных печатных изданиях указывалось, что для снижения риска развития сахарного диабета и возникновения его осложнений «необходимо соблюдать сбалансированную диету. Значимой частью такой диеты могут стать препараты на основе растений, давно и успешно применяемых для снижения уровня сахара в крови». И одно из таких средств - «Инулин Форте». Кроме того, регулярный прием «Инулина Форте» поможет нормализовать уровень сахара в крови, улучшить углеводный обмен и снизить риск развития сахарного диабета.

Биологически активная добавка к пище «Тонгкат Али Платинум» производства «Polens (M) SDN. BHD.», Малайзия зарегистрирована в качестве источника гинзенозидов, содержащей стероидные сапонины и деценовые кислоты.

В телевизионной рекламе БАД к пище «Тонгкат Али Платинум» в нарушение требований Закона «О рекламе» ст. 5, ч. 3, п. 10. данная добавка позиционируется как препарат, который «позволяет каждому мужчине быть успешным, уверенным в себе, иметь максимум сексуальной энергии и радовать», что не свойственно для БАД к пище. После просмотра рекламы этого средства у потребителя создается представление о том, что указанный препарат используется при лечении эректильной дисфункции.

Такая эффективность перечисленных средств ничем не подтверждена, такие заявления являются введением в заблуждение потребителей. Данная ситуация является недопустимой.

Данные примеры не являются единичными. Информация о продукции не должна создавать впечатление о том, что биологически активные добавки к пище являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.



На вопросы отвечают сотрудники юридической компании «Юнико-94»

СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ БАД

В своем ответе от 14.01.13 вы пишете, что не допускается реализация БАД без удостоверения о качестве и безопасности. Однако согласно Письма Роспотребнадзора № 01/330-12-32 от 19.01.2012 «Об отмене оформления удостоверения качества и безопасности пищевой продукции» не предусмотрено обязательное оформление удостоверения качества и безопасности пищевой продукции. Также номер регистрационного удостоверения указывается (на основании обязательных требований оборота БАД) на упаковке БАДов и введена обязательная декларация БАД. Остается все-таки не ясным ситуация по предоставлению при реализации только реестра по сертификатам, где указаны данные о декларации, номере и сроке годности, а также органе выдавшем декларацию. Поставщики отказываются предоставлять бумажные носители при поставках товара, ссылаясь как раз на новые нормы законодательства, но не отказываются предоставлять данные документы при проверках контролирующим органам.

Ответ: Действительно, в Письме Роспотребнадзора от 19.01.2012 г. N 01/330-12-32 «Об отмене оформления удостоверения качества и безопасности пищевой продукции» на основании изменений, внесенных в Федеральный закон РФ от 2.01.2000 г. N 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» Федеральным законом РФ от 19.07.2011 N 248-ФЗ, делается вывод о том, что действующим законодательством не предусмотрено обязательное оформление удостоверения качества и безопасности пищевой продукции.

Однако, в отношении БАД такой вывод с формально юридической точки зрения абсолютно не верен, поскольку, как мы уже писали в предыдущем ответе соглас-

но пункту 7.4.6 действующих Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденных Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 17.04.2003 г. N 50, не допускается реализация БАД без удостоверения о качестве и безопасности.

И пока данная норма действующих Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов не будет отменена Роспотребнадзором, требование в отношении наличия удостоверения качества и безопасности при реализации БАД остается в силе. Заметим, что исключение указанного требования из Закона «О качестве и безопасности пищевых продуктов» отнюдь не означает автоматической отмены соответствующих норм указанных Санитарных правил.

Что касается бумажных копий деклараций соответствия, то, как мы уже писали, в соответствии с пунктом 12 утвержденных Постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 N 55 «Правил продажи отдельных видов товаров» (в ред. от 04.10.2012) продавцу достаточно иметь товарно-сопроводительную документацию на товар, содержащую по каждому наименованию товара сведения об обязательном подтверждении соответствия согласно законодательству Российской Федерации о техническом регулировании (сертификат соответствия, его номер, срок его действия, орган, выдавший сертификат, или сведения о декларации о соответствии, в том числе ее регистрационный номер, срок ее действия, наименование лица, принявшего декларацию, и орган, ее зарегистрировавший).

В отношении же свидетельства о регистрации БАД действительно согласно пункту 4.4 указанных выше Санитарных правил и нормативов информация о БАД при реализации должна содержать, в том числе, информацию о государственной реги-

страции БАД с указанием номера и даты. Однако, во-первых, данное требование не обязывает производителя размещать указанную информацию непосредственно на упаковке БАД, а, во-вторых, не запрещает проверяющим требовать у продавца дополнительного подтверждения в виде копии свидетельства о регистрации БАД. В то же время, отсутствие такой копии при наличии информации на упаковке, этикетке или в листе-вкладыше о государственной регистрации продукта вряд ли может быть признано нарушением норм действующего законодательства.

Директор юридической компании
«Юнико-94» М.И. Милушин

В Правом ли требование Роспотребнадзора о наличии бумажного документа свидетельства о государственной регистрации БАД в аптеке, если при поставке БАД в аптеку поставщиком предоставляется сопроводительный документ, он же Реестр, он же Приложение к накладной, по форме утвержденной Приказом Минздравсоцразвития №1222н от 28.12.10 (п.8), заверенный печатью, с номерами деклараций и сертификатов по сериям, сроком годности серии товара, атрибутами и контактами Продавца?

Ответ: В соответствии с пунктом 12 утвержденных Постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 N 55 «Правил продажи отдельных видов товаров» (в ред. от 04.10.2012) продавец обязан по требованию потребителя ознакомить его с товарно-сопроводительной документацией на товар, содержащей по каждому наименованию товара сведения об обязательном подтверждении соответствия согласно законодательству Российской Федерации о техническом регулировании (сертификат соответствия, его номер, срок его действия, орган, выдавший сертификат, или сведения о декларации о соответствии, в том числе ее регистра-

ционный номер, срок ее действия, наименование лица, принявшего декларацию, и орган, ее зарегистрировавший). Эти документы должны быть заверены подписью и печатью поставщика или продавца с указанием его места нахождения (адреса) и телефона.

Дополнительные нормы при реализации БАД установлены Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденными Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 17.04.2003 г. N 50, в соответствии с пунктом 7.4.6 которых не допускается реализация БАД не прошедших государственной регистрации, а также без удостоверения о качестве и безопасности. По нашему мнению, данная норма законодательства дает основание проверяющим требовать у продавца при реализации БАД в аптеке наличия копии регистрационного удостоверения и удостоверения о качестве и безопасности.

Директор юридической компании
«Юнико-94» М.И. Милушин

ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ СЕРТИФИКАТА СПЕЦИАЛИСТА

Обязательно ли прохождение интернатуры при заочном обучении на фармацевтическом факультете для получения сертификата специалиста?

Ответ: В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 100 Федерального закона РФ от 21.11.2011 N 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (в ред. от 25.06.2012) в настоящее время право на занятие фармацевтической деятельностью в Российской Федерации имеют лица, получившие высшее или среднее фармацевтическое образование в Российской Федерации в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами и имеющие сертификат специалиста.

Приказом Минздравсоцразвития РФ от 23.07.2010 N 541н установлены следующие требования к квалификации провизора: высшее профессиональное образование по специальности «Фармация», послевузовское и (или) дополнительное

профессиональное образование и сертификат специалиста по специальности «Фармацевтическая технология», «Фармацевтическая химия и фармакогнозия» без предъявления требований к стажу работы.

Таким образом, прохождение обучения в интернатуре не является обязательным условием работы специалиста с высшим фармацевтическим образованием в должности провизора. Обязательным условием является наличие сертификата специалиста, который может быть получен при получении дополнительного профессионального образования.

Директор юридической компании
«Юнико-94» М.И. Милушин

НОМЕНКЛАТУРА ПРОВИЗОРСКИХ ДОЛЖНОСТЕЙ В АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Какую должность может занимать провизор в непроизводственной аптеке. Существует ли должность просто «провизор»?

Ответ: Приказом Минздравсоцразвития РФ от 7.07.2009 г. N 415н утверждены «Квалификационные требования к специалистам с высшим и послевузовским медицинским и фармацевтическим образованием в сфере здравоохранения» (в ред. от 26.12.2011), которыми для специалистов с высшим фармацевтическим образованием предусмотрены должности «заведующий-провизор», «заместитель заведующего-провизора», «провизор-технолог» и «провизор-аналитик».

В то же время утвержденная Приказом Минздравсоцразвития РФ от 25.07.2011г. N 801н «Номенклатура должностей медицинского и фармацевтического персонала и специалистов с высшим и средним профессиональным образованием учреждений здравоохранения» (в ред. от 30.03.2012) устанавливает следующие провизорские должности: провизор-стажер; провизор-аналитик; провизор-технолог; старший провизор.

При этом «Общероссийским классификатором профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов» ОК 016-94 для специалистов с высшим фармацевтическим предусмотрены должности: Провизор (код 25850), Провизор (средней квалификации) (код 25851), Провизор-интерн (код 25852), Провизор-интерн (средней квалификации) (код 25853, Провизор-

аналитик (код 25854), Провизор-стажер (код 25855) и Провизор-технолог 25856. Отметим, что указанные в Отраслевом классификаторе провизорские должности также перечисляются в пункте 6.2 доведенных Письмом Росздравнадзора от 21.12.2006 г. N 01И-984/06 «Разъяснений о порядке применения Постановления Правительства Российской Федерации от 15 ноября 2006 г. N 683 «Об установлении на 2007 год допустимой доли иностранных работников, используемых хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность в сфере розничной торговли на территории Российской Федерации».

Согласно пункту 2 утвержденного Приказом Минздравсоцразвития РФ от 23.07.2010 г. N 541н «Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих» (Раздел «Квалификационные характеристики должностей работников в сфере здравоохранения») наименования должностей провизоров-специалистов устанавливаются в соответствии с наименованием провизорских специальностей, номенклатура которых утверждается в установленном порядке.

В заключение заметим, что действующее законодательство в явном виде не требует соответствия наименований провизорских должностей наименованиям, установленным указанными выше нормативно-правовыми актами. В то же время, по нашему мнению, во избежание возможных конфликтов с проверяющими следует применять наименования, установленные утвержденным Приказом Минздравсоцразвития РФ от 25.07.2011 г. N 801н «Номенклатурой должностей медицинского и фармацевтического персонала и специалистов с высшим и средним профессиональным образованием учреждений здравоохранения», которой должность просто «провизор» не установлена.

Что касается провизорских должностей в аптеке готовых лекарственных форм, то соотнесения между возможными провизорскими должностями и видом (профилем) аптечной организации действующее законодательство не устанавливает. Следовательно, в аптеке готовых лекарственных форм может быть установлена любая должность, определенная указанной выше «Номенклатурой должностей ...».

Директор юридической компании
«Юнико-94» М.И. Милушин

ВНУТРИАПТЕЧНАЯ ЗАГОТОВКА СПИРТСОДЕРЖАЩИХ НАСТОЕК

Возможно ли в аптеке с правом изготовления лекарственных средств производить внутриаптечную заготовку с содержанием спирта этилового (болтушки, протирки и т.д.)? Спирт этиловый различной концентрации закупается в канистрах по 10 л. и из него готовят спиртосодержащие лекарственные формы для продажи населению. Не нарушаем ли мы лицензионные требования и является ли аптечная организация плательщиком акцизов?

Ответ: В соответствии с пунктом 35 статьи 4 Федерального закона РФ от 12.04.2010 г. N 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» (в ред. от 25.06.2012) аптечная организация это организация, осуществляющая розничную торговлю лекарственными препаратами, хранение, изготовление и отпуск лекарственных препаратов для медицинского применения в соответствии с требованиями указанного Федерального закона.

При этом согласно части 1 статьи 56 Закона изготовление лекарственных препаратов аптечными организациями осуществляется по рецептам на лекарственные препараты, по требованиям медицинских организаций, ветеринарных организаций в соответствии с правилами изготовления и отпуска лекарственных препаратов, утвержденными уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

Таким образом, изготовление внутриаптечной заготовки аптечными организациями Законом «Об обращении лекарственных средств» не предусмотрено.

В то же время пунктом 2.5 утвержденного Приказом Минздрава РФ от 04.03.2003 N 80 Отраслевого стандарта «Правила отпуска (реализации) лекарственных средств в аптечных организациях. Основные положения» ОСТ 91500.05.0007-2003 (в ред. от 18.04.2007) установлено также, что аптечные организации могут осуществлять изготовление лекарственных препаратов по рецептам врачей и требованиям учреждений здравоохранения, изготовление внутриаптечной заготовки в соответствии с утвержденными прописями и фасовку лекарственных препаратов и лекарственного

растительного сырья с последующей их реализацией.

Согласно пункту 5 «г» утвержденного Постановлением Правительства РФ от 22.12.2011 г. N 1081 «Положения о лицензировании фармацевтической деятельности» (в ред. от 04.09.2012) соблюдение правил отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения аптечными организациями, каковыми в настоящее время может считаться указанный выше Отраслевой стандарт, является одним из лицензионных требований к лицензиату, осуществляющему розничную торговлю лекарственными препаратами для медицинского применения.

Следовательно, изготовление аптечными организациями внутриаптечной заготовки по утвержденным прописям не может считаться нарушением лицензионных требований. Сборник унифицированных лекарственных прописей утвержден Приказом Минздрава СССР от 12.08.91 г. N 223.

Таким образом, если указанные в тексте вопроса спиртосодержащие настойки изготавливаются по утвержденным Приказом Минздрава СССР N 223 прописям, то нарушений со стороны производственной аптеки нет.

Что касается обязанности исчисления и уплаты акцизов при внутриаптечной заготовке спиртосодержащих настоек, то следует отметить, что согласно пункту 2 части 1 статьи 181 Налогового кодекса РФ подакцизными товарами признается спиртосодержащая продукция (растворы, эмульсии, суспензии и другие виды продукции в жидком виде) с объемной долей этилового спирта более 9 процентов. При этом не рассматриваются как подакцизные товары изготавливаемые аптечными организациями по рецептам на лекарственные препараты и требованиям медицинских организаций, разлитые в емкости в соответствии с требованиями нормативной документации, согласованной уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

Таким образом, формально, внутриаптечная заготовка спиртосодержащих лекарственных средств с объемной долей этилового спирта более 9 процентов должна считаться подакцизной продукцией.

Директор юридической компании
«Юнико-94» М.И. Милушин

ПОРЯДОК ВЫПИСЫВАНИЯ РЕЦЕПТОВ НА НАРКОТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА И ПСИХОТРОПНЫЕ ВЕЩЕСТВА

Согласно п. 9 приложения N 2 к приказу МЗ и СР РФ от 12 февраля 2007 г. N 110 «Специальный рецептурный бланк на наркотическое средство и психотропное вещество» подписывается врачом и заверяется его личной печатью. Дополнительно рецепт подписывается главным врачом медицинской организации или его заместителем (заведующим отделением) и заверяется круглой печатью медицинской организации. Кто должен подписывать и дополнительно заверять рецепт в том случае если лечащий врач одновременно является заведующим отделением? Сколько должно быть на рецепте подписей?

Ответ: Согласно пункту 2 утвержденного Приказом Минздравсоцразвития РФ от 12.02.2007 г. N 110 «Инструкции по заполнению формы «Специальный рецептурный бланк на наркотическое средство и психотропное вещество» (в ред. от 01.08.2012) на рецептурном бланке в верхнем левом углу проставляется штамп медицинской организации с указанием ее наименования, адреса и телефона. В соответствии с пунктом 8 указанной Инструкции на рецептурном бланке указывается полностью фамилия, имя, отчество врача.

Согласно пункту 9 Инструкции рецепт подписывается врачом и заверяется его личной печатью. Дополнительно рецепт подписывается главным врачом медицинской организации или его заместителем (заведующим отделением) и заверяется круглой печатью медицинской организации.

Очевидно, что норма законодательства, заложенная в формулировке пункта 9 указанной выше Инструкции, имеет целью подписание рецепта двумя лицами – лечащим врачом и его вышестоящим начальством для того, чтобы исключить возможность ошибок и/или злоупотреблений при выписывании пациенту наркотических и/или психотропных лекарственных препаратов.

Таким образом, в указанном в тексте вопроса случае, когда лечащим врачом, вписывающим рецепт, является заведующий отделением, рецептурный бланк должен быть дополнительно подписан главным врачом медицинской организации или его заместителем.

Директор юридической компании
«Юнико-94» М.И. Милушин

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР РЫНКА ОТ DSM GROUP. ВЫПУСК: ЯНВАРЬ 2013 Г. (ДАННЫЕ ПО ДЕКАБРЬ 2012 Г.)

Маркетинговое агентство DSM Group

Объем коммерческого рынка ГЛС в ценах закупки аптек в декабре 2012 г. увеличился на 10,5% по сравнению с ноябрем и составил 40,3 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за первый месяц зимы 2012 г. коммерческий рынок лекарств в натуральном выражении был равен 401 млн. упак., что на 7,3% меньше, чем за аналогичный период 2011 года. Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата на коммерческом рынке России в декабре 2012 г. по сравнению с ноябрем увеличилась на 3,0% и составила 100,5 руб.

Объем коммерческого рынка ГЛС по итогам 2012 г. составил 405,1 млрд.руб., прирост к 2011 г. равен 13,6%. При этом объем рынка в упаковках сократился на 0,8%, составив 4,4 млрд. упак. за год.

Согласно индексу Ласпейреса, в течение декабря 2012 года цены в рублях выросли на 0,8%. В долларовом выражении индекс цен увеличился на 3%. Всего же с начала года инфляция цен на лекарства в аптеках страны составила +6,0% в рублевом выражении и 8,6% в долларах США.

Структура коммерческого рынка ГЛС в декабре 2012 г. по ценовым секторам изменилась незначительно по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. Продолжилось

сокращение доли лекарств с ценовым диапазоном 50–150 руб./упак. (с 25,1% в декабре 2011 г. до 23,6% в декабре 2012 г.), на 2,1% увеличился удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (с 44,3% до 46,4%), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) ослабили свои позиции, уменьшив долю лекарств с 9,1% до 8,3%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку занимали по итогам первого месяца зимы 2012 г. долю 21,8% коммерческого рынка, что на 0,4% больше, чем в декабре 2011 г.

По итогам декабря 2012 г. 56% препаратов, реализованных на рынке, являлись отечественными (в натуральных единицах измерения), однако ввиду своей невысокой цены относительно импортных лекарств, в стоимостном выражении они занимают лишь 25%. В декабре 2011 г. удельный вес российских препаратов в натуральных единицах составлял 59%, а вот доля в стоимостном объеме была также равна 24%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам декабря 2012 года представлен на 49% рецептурными препаратами и на 51% безрецептурными. Рейтинг фирм по стоимостному объему продаж в декабре возглавила компания SANOFI-AVENTIS,

на втором месте ФАРСТАНДАРТ, на третьем — NOVARTIS. ТОП брендов ЛС по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам декабря 2012 г. возглавил препарат Арбидол (1,23% от совокупных аптечных продаж); на втором месте Эссенциале (1,04%) и третьем месте Терафлю (0,84%).

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в декабре 2012 г. уменьшился на 0,7% относительно ноября и составил 2,08 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД в первом месяце зимы 2012 г. сократился на 4,3% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. и составил 26 млн. упаковок. Средневзвешенная цена упаковки БАД в декабре 2012 г. по сравнению с ноябрем 2012 увеличилась на 4,5% и составила 80 руб.

Несмотря на отрицательные значения динамики продаж БАД через аптеки страны за последние два месяца, общие показатели прироста аптечного рынка БАД по итогам 2012 г. опережают прирост коммерческого рынка лекарств. Аптечный рынок БАД в 2012 г. составил 22,2 млрд. руб. (+18,4% по отношению к 2011 г.) в стоимостном выражении и 294,1 млн. упак. (-2,4% по отношению к 2011 г.).

ИТОГИ 4 КВАРТАЛА 2012 ГОДА

Маркетинговое агентство DSM Group

По итогам 4 квартала 2012 года, рост фармацевтического рынка в рублях составил 13% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В упаковках рынок показывает небольшой рост – на 2% (**Таблица 1**). Коммерческий сегмент ГЛС демонстрирует в рублях рост на 14,4%. Парафармацевтика и госпитальные закупки, также, показывают хороший рост, +15% (по сравнению

с 4 кварталом 2011 года). Снижение в рублях показывает лишь сегмент ДЛО (-7%).

В натуральном выражении в четвертом квартале 2012г почти все сегменты фармацевтического рынка демонстрируют небольшой рост, 2–3%. Исключением является сегмент ДЛО, который по сравнению с аналогичным периодом прошлого года снизился на 2%.

Таблица 1. Объём фармацевтического рынка России по сегментам за 4-й квартал 2012 г.

Сегмент	Объём, млн. руб		Прирост	Объём, млн. упак		Прирост
	4 кв. 2011	4 кв. 2012		4 кв. 2011	4 кв. 2012	
Коммерческий сегмент ГЛС	133 396	152 580	14,4%	1 151	1 177	2,3%
Парафармацевтика	36 157	41 456	14,7%			
ДЛО	14 937	13 952	-6,6%	21	21	-2,0%
Госпитальный аудит	36 783	42 138	14,6%	239	245	2,8%
ИТОГО	221 274	250 126	13,0%	1 411	1 443	2,3%

* Курсивом приведены прогнозные значения

По итогам всего 2012 года ситуация аналогична – рынок в рублях растет почти на 12%; в упаковках – стагнирует, 0,4%.

Коммерческий сегмент и парафармацевтика растут в рублях на 14–15%; госпитальный – на 11%, а ДЛО снижается на 6,3%.

В натуральном выражении коммерческий сегмент ГЛС почти не изменил своих показателей по сравнению с 2011 годом, +0,2%. Тогда как госпитальный аудит снизился на 2%, а ДЛО показывает падение на 10% (**Таблица 2**).

Таблица 2. Объём фармацевтического рынка России по сегментам за 2012 год

Сегмент	Объём, млн. руб		Прирост	Объём, млн. упак		Прирост
	2011	2012		2011	2012	
Коммерческий сегмент ГЛС	467 922	536 582	14,7%	4 441	4 448	0,2%
Парафармацевтика	130 122	148 600	14,2%			
ДЛО	84 748	79 409	-6,3%	97	87	-10,0%
Госпитальный аудит	141 634	157 214	11,0%	1 019	999	-2,0%
ИТОГО	824 427	921 805	11,8%	5 557	5 534	-0,4%

* Курсивом приведены прогнозные значения

БАД: 100 ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ-ЛИДЕРОВ ЗА ДЕКАБРЬ 2012 ГОДА ПО РОССИИ

Рейтинг построен по стоимостным показателям объемов продаж
по данным розничного аудита за декабрь 2012 года. Маркетинговое агентство DSM Group

Производитель	Место в рейтинге	Изменение к прошлому месяцу
ЭВАЛАР ЗАО	1	
РИА ПАНДА	2	
АКВИОН ЗАО	3	
ПОЛЯРИС ООО	4	+4
POLENS (M) SDN BHD	5	
PHARMA-MED INC	6	-2
FERROSAN AG	7	+2
ДИОД ОАО	8	-1
QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	9	-3
ФАРМСТАНДАРТ ОАО	10	+4
ЭКОМИР ЗАО	11	
NATUR PRODUKT	12	
ФАРМ-ПРО ТД ООО	13	
МИРАКСБИОФАРМА ЗАО	14	+1
KRKA	15	+1
MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	16	+5
АЛТАЙ-ФАРМ ООО	17	
SOLGAR VITAMIN AND HERB	18	+4
MERK SELBSTMEDIKATION (ПРОДВИЖ-Е DR.REDDY'S)	19	+5
БИОКОР ООО	20	
АМАРФАРМ	21	-11
A.MENARINI PHARMACEUTICAL INDUSTRY'S GROUP LTD	22	-3
GENEXO SP. Z.O.O	23	+2
DR. MANN PHARMA	24	-6
DR. A.& L.SCHMIDGALL	25	+2
JADRAN CO	26	+2
NATURE'S WAY PRODUCTS INC.	27	+3
ЧЖИН ЮАНЬ ТХАН	28	-5
ULTRA HEALTH PRODUCTS	29	
ЛЕОВИТ НУТРИО	30	+3
КОМПАНИЯ ХОРСТ ООО	31	+1
WYETH LEDERLE	32	+3
LABORATORIES INNEOV	33	-7
CINTAMANI INTERNATIONAL	34	+9
БИФИЛЮКС ООО	35	+12
ЭККО ПЛЮС ООО	36	-2
SCHERING-PLOUGH	37	+2
DR.THEISS NATURWAREN GMBH	38	+4
БИОС НПФ ООО/ЛАБОРАТОРИЯ ТЕХ. ОЗДОРОВ ПРЕПАРАТОВ ООО	39	-8
MERZ CO GMBH	40	+1
MERK SELBSTMEDIKATION	41	+4
HIPP	42	-5
HISUNIT LTD	43	-7
ФАРМАКОР ПРОДАКШН ООО	44	+2
В-МИН ООО	45	-7
СИБИРСКОЕ ЗДОРОВЬЕ 2000	46	+2
КРАСНОГОРСКИЕ СРЕДСТВА ОАО	47	+4

Производитель	Место в рейтинге	Изменение к прошлому месяцу
ШАНЧУСКАЯ КОМПАНИЯ ФУЖУЙШИ	48	+14
BIOCORP PHARMACEUTICALS	49	
АСТРОМАР ООО	50	+3
ПАРАФАРМ ООО	51	+8
BAYER AG	52	-8
БИОКОНТУР	53	-13
САНТЭФАРМ ООО	54	+3
ВАЛМЕД ООО	55	+8
ДЕЛЬ-РИОС ООО	56	-6
ФАРМГРУПП	57	-1
ОМНИФАРМА	58	+20
FAMAR ITALY S.P.A. (для NOVARTIS CONSUMER HEALTH S.A.)	59	-4
NOVARTIS	60	+24
WINCLOVE BIO INDUSTRIES BY	61	
ЭКОФАРМ ООО	62	-4
PHYTOSOLBA	63	+25
PROCTER & GAMBLE	64	+17
WOERWAG PHARMA GMBH & CO.KG	65	-5
CATALENT PHARMA SOLUTIONS [для NOVARTIS PHARMA AG]	66	-2
ПАРАФАРМ ЗАО	67	+8
МЕРЦАНА (ПРОИЗВЕДЕНО «КУРОРТМЕДСЕРВИС «)	68	-2
БИОТТ ООО	69	-15
АЛТАЙСКИЙ КЕДР ООО	70	+3
ФАРМПРОДУКТ	71	+6
НЬЮМЭН РУС	72	-7
БИО-ВЕСТА ООО	73	-3
КОРОЛЕВФАРМ ООО	74	-6
ФАРМАКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ИМ. ПАСТЕРА ООО	75	-6
ЛЮЙШАНЬЦЗЮ ПЕКИНСКАЯ КОМПАНИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЧАЕВ	76	
ИКОНГ ФАРМАЦЕВТИКАЛ ИНДАСТРИ КО. ПТ.	77	+3
ТАЙГА-ПРОДУКТ ЗАО	78	+4
АРОМАТЫ ЖИЗНИ ТПК ООО	79	
РУССАЛЬ ООО	80	-8
ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН ЧАЯ	81	-10
ФИТОГАЛЕНИКА ООО	82	+11
ЦЭРЕРА ТД	83	+4
СТРАТЕГИЯ ЗДОРОВЬЯ НПП	84	-17
АКВАМИР	85	+13
BIOGAIA AB	86	-
PHARMASCIENCE INC	87	-13
ЗЕЛДИС ООО	88	+8
НАРИНЕ ООО	89	+1
NOI SIRIUS/ФЛАЙНА ООО	90	-4
АЛИНА ФАРМА ООО (ГК БИТРА)	91	-8
АЛТАЙСКИЙ БУКЕТ ООО	92	
ВАЛЕНТА ОАО	93	-4
АМФИТА ООО	94	+3
МОБИТЕК-М НПФ(ПРОИЗ-НО ФАКЕЛ-ДИЗАЙН)	95	-10
БАГИРА ООО	96	-
ИНДАСТРИ ДЖАМУ БОРОБУДУР ПТ.	97	+3
ФАРМИНДУСТРИЯ ООО	98	-7
ФИТОСИЛА ООО/ДЕЛЬ-РИОС ООО	99	-
СИБФАРМКОНТРАКТ ООО	100	-

100 ТОРГОВЫХ НАИМЕНОВАНИЙ БАД-ЛИДЕРОВ ЗА ДЕКАБРЬ 2012 ГОДА ПО РОССИИ

Рейтинг построен по стоимостным показателям объемов продаж
по данным розничного аудита за декабрь 2012 года. Маркетинговое агентство DSM Group

Торговое наименование препарата	Производитель	Место в рейтинге	Изменение к прошлому месяцу
СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	1	
РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС ООО	2	+3
ТОНГКАТ АЛИ ПЛАТИНУМ	POLENS (M) SDN BHD	3	
ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	4	-2
АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	5	-1
ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	6	+1
ИНДИНОЛ ЭКСТРАКТ КРЕСТОЦВЕТНЫХ	МИРАКСБИОФАРМА ЗАО	7	+3
НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	8	+5
ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ОМЕГА-3	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	9	-1
ЦИ-КЛИМ	ЭВАЛАР ЗАО	10	+1
ПУСТЫРНИК ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	11	-2
ГЕПАТРИН	ЭВАЛАР ЗАО	12	+6
ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ	ЭВАЛАР ЗАО	13	+4
СУПРАДИН КИДС	AMAPHARM	14	-8
БИФИФОРМ БЭБИ	FERROSAN AG	15	-1
БИОН 3	MERK SELBSTMEDIKATION (ПРОДВИЖ-Е DR.REDDY'S)	16	+3
МАКСИЛАК	GENEXO SP. Z.O.O	17	-1
ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	DR. MANN PHARMA	18	-6
АСВИТОЛ СОЛНЫШКО	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	19	+10
КАПИЛАР	ДИОД ОАО	20	-5
САЙМЫ	ЧЖИН ЮАНЬ ТХАН	21	-1
ЛАКТОГИН (ВАГИЛАК)	JADRAN CO	22	+6
ВИАРДО ФОРТЕ	ДИОД ОАО	23	+9
АЛФАВИТ	АКВИОН ЗАО	24	
ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС	ЭКОМИР ЗАО	25	-3
АТЕРОКЛЕФИТ	ЭВАЛАР ЗАО	26	-1
ЛАВЕРОН Д/МУЖЧИН	ULTRA HEALTH PRODUCTS	27	-1
БИФИФОРМ МАЛЫШ	FERROSAN AG	28	+23
ГЕРИМАКС ЭНЕРДЖИ	A.MENARINI PHARMACEUTICAL INDUSTRY'S GROUP LTD	29	+1
ГЛИЦИН ФОРТЕ «ЭВАЛАР»	ЭВАЛАР ЗАО	30	-9
ПРИМАДОФИЛУС ДЛЯ ДЕТЕЙ	NATURE'S WAY PRODUCTS INC.	31	+5
ФОРМУЛА СНА	ЭВАЛАР ЗАО	32	+1
ТУРБОСЛИМ-НОЧЬ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА	ЭВАЛАР ЗАО	33	+9
ТУРБОСЛИМ ЭКСПРЕСС-ПОХУДЕНИЕ НАБОР	ЭВАЛАР ЗАО	34	+46
ЦИТРОСЕПТ ГРЕЙПФРУТ	CINTAMANI INTERNATIONAL	35	+14
ЧЕРНИКА-ФОРТЕ С ВИТАМИНАМИ И ЦИНКОМ	ЭВАЛАР ЗАО	36	-9
ГЕМАТОГЕН «РУССКИЙ» ДЕТСКИЙ	ФАРМ-ПРО ТД ООО	37	-6
ЗОЛОТОЕ МУМИЕ	ЭВАЛАР ЗАО	38	-3
КУДЕСАН Q10 ФОРТЕ	АКВИОН ЗАО	39	+2
СУПРАДИН КИНДЕР	SCHERING-PLOUGH	40	+7
БАКТИСТАТИН	БИОС НПФ ООО / ЛАБОРАТОРИЯ ТЕХ. ОЗДОРОВ ПРЕПАРАТОВ ООО	41	-18
ГИНГГО БИЛОБА ЭВАЛАР	ЭВАЛАР ЗАО	42	-8
МУЛЬТИ-ТАБС МАЛЫШ СА +	FERROSAN AG	43	+11
КАРДИОАКТИВ	ЭВАЛАР ЗАО	44	
СПЕЦИАЛЬНОЕ ДРАЖЕ МЕРЦ БЬЮТИ	MERZ CO GMBH	45	+3
РОМАШКА ЦВЕТКИ	АЛТАЙ-ФАРМ ООО	46	-6
ТУРБОСЛИМ КОФЕ	ЭВАЛАР ЗАО	47	+13
МЕН'С ФОРМУЛА «СПЕРМАКТИН»	PHARMA-MED INC	48	-3
ЭСТРОВЭЛ	ЭКОМИР ЗАО	49	-12

Торговое наименование препарата	Производитель	Место в рейтинге	Изменение к прошлому месяцу
КИД'С ФОРМУЛА «ИММУНОМИШКИ»	PHARMA-MED INC	50	-7
КИД'С ФОРМУЛА «ВИТАМИШКИ»	PHARMA-MED INC	51	-12
АЛФАВИТ ШКОЛЬНИК	АКВИОН ЗАО	52	-6
БЕЙБИ КАЛМ	HISUNIT LTD	53	-15
КОМПЛИВИТ СИЯНИЕ	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	54	+13
СОННЫЕ	ЛЕОВИТ НУТРИО	55	-2
ЛЮТЕИН-ФОРТЕ	ЭКОМИР ЗАО	56	-4
ТУРБОСЛИМ-ДЕНЬ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА	ЭВАЛАР ЗАО	57	+2
ВУКА-ВУКА	BIOCORP PHARMACEUTICALS	58	-2
КАРМОЛИС ИЗ АЛЬПИЙСКИХ ТРАВ Б/САХ	DR. A. & L. SCHMIDGALL	59	+7
ДУОВИТ ДЛЯ МУЖЧИН	KRKA	60	+8
СУПРАДИН КИДС ЮНИОР	BAYER AG	61	-11
АЛФАВИТ 50+	АКВИОН ЗАО	62	-1
ВЕЧЕРНЕЕ	БИОКОР ООО	63	-6
ДИЕТ ФОРМУЛА «ФИТОМУЦИЛ»	PHARMA-MED INC	64	+22
ЭУБИКОР	ВАЛМЕД ООО	65	+11
НПР Д/КОРМЯЩИХ МАТЕРЕЙ	НПР	66	-4
УГОЛЬ БЕЛЫЙ	ОМНИФАРМА	67	+32
ДИНАМИЗАН	FAMAR ITALY S.P.A. (для NOVARTIS CONSUMER HEALTH S.A.)	68	-4
ТЕРАФЛЮ ИММУНО АПЕЛЬСИН	NOVARTIS	69	-
ПАРИТЕТ	ЭВАЛАР ЗАО	70	+20
ГОРНЫЙ КАЛЬЦИЙ-ДЗ	ЭВАЛАР ЗАО	71	-1
КАРНИТОН	АКВИОН ЗАО	72	-7
ВИАРДО	разные	73	+1
ФИТОФАНЕР	PHYTOSOLBA	74	-
КАРМОЛИС ИЗ АЛЬПИЙСКИХ ТРАВ С САХАРОМ	DR. A. & L. SCHMIDGALL	75	+7
ТУРБОСЛИМ АЛЬФА-ЛИПОНОВАЯ КИСЛОТА И L-КАРНИТИН	ЭВАЛАР ЗАО	76	-5
ВИТАЛЮКС ПЛЮС	CATALENT PHARMA SOLUTIONS [для NOVARTIS PHARMA AG]	77	
ДОППЕЛЬГЕРЦ АКТИВ ДЛЯ БОЛЬНЫХ ДИАБЕТОМ	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	78	-5
ЧЕРНИКА-ФОРТЕ С ЛЮТЕИНОМ	ЭВАЛАР ЗАО	79	-10
ЦЕНТРУМ МУЛЬТИВИТАМИННЫЙ КОМПЛЕКС ОТ А ДО ЦИНКА	WYETH LEDERLE	80	-2
ХОНДА	ЭВАЛАР ЗАО	81	-9
ФУЖУНЬБАО-СУПЕР	ШАНЧУСКАЯ КОМПАНИЯ ФУЖУЙШИ	82	+6
ЭВИТАЛИЯ ЗАКВАСКА	БИОТТ ООО	83	-20
ЭНДОКРИНОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	84	+10
АЛФАВИТ ДЕТСКИЙ САД	АКВИОН ЗАО	85	-10
INNEOV (ИННЕОВ) ГУСТОТА ВОЛОС	LABORATORIES INNEOV	86	-31
МЕН'С ФОРМУЛА «БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПОЛИВИТАМИНЫ»	PHARMA-MED INC	87	
ШАЛФЕЙ	разные	88	+7
АСКОРБИНКА С САХАРОМ В АСС	ЭКОФАРМ ООО	89	-8
АЛФАВИТ В СЕЗОН ПРОСТУД	АКВИОН ЗАО	90	+3
ФЕМИБИОН НАТАЛКЕР II	MERK SELBSTMEDIKATION	91	-
ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР	ЭВАЛАР ЗАО	92	-9
ЛЕДИС ФОРМУЛА «ДЛЯ ВОЛОС, КОЖИ И НОГТЕЙ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА»	PHARMA-MED INC	93	-9
ТУРБОСЛИМ ДРЕНАЖ	ЭВАЛАР ЗАО	94	-
ТУРБОГЕМАТОГЕН РУССКИЙ	ФАРМ-ПРО ТД ООО	95	+5
ЗДРАВУШКА ИЗ РАСТОРОПШИ	ФАРМАКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ИМ. ПАСТЕРА ООО	96	-7
СТРИКС ФОРТЕ	FERROSAN AG	97	-6
ХОНДА ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	98	-2
ДУОВИТ ДЛЯ ЖЕНЩИН	KRKA	99	-
ОВЕСОЛ УСИЛЕННАЯ ФОРМУЛА	ЭВАЛАР ЗАО	100	-

ГРУППА КОМПАНИЙ «ПРОТЕК» ОБЪЯВЛЯЕТ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 4 КВАРТАЛА И 12 МЕСЯЦЕВ 2012 ГОДА

Advis.ru

Группа компаний «Протек» (PRTK: РТС, ММВБ), одна из крупнейших фармацевтических компаний России, объявляет предварительные результаты операционной деятельности за 4 квартал и 12 месяцев 2012 г. по данным управленческой отчетности (неаудированные данные).

Консолидированная выручка Группы по итогам 4 квартала 2012 г. увеличилась на 18.6% в сравнении с аналогичным периодом 2011 г. и достигла 38,261 млн. руб.

Консолидированная выручка Группы по итогам 12 месяцев 2012 г. увеличилась на 17.2% в сравнении с аналогичным периодом 2011 г. и достигла 125,516 млн. руб.

Рост выручки Группы по итогам 12 месяцев 2012 г. был обеспечен за счет всех сегментов бизнеса, каждый из которых продемонстрировал рост.

Сегмент «Дистрибуция»

Основная компания сегмента — ЗАО «Центр внедрения «ПРОТЕК».

Выручка сегмента «Дистрибуция» за 4 квартал 2012 г. выросла на 17.2% в сравнении с аналогичным периодом 2011 г. и составила 33,083 млн. руб.

Выручка сегмента «Дистрибуция» за 12 месяцев 2012 г. увеличилась на 16.3% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. и составила 109,308 млн. руб. Доля сегмента в общем объеме выручки Группы 83%.

Сегмент «Розница»

Основная компания сегмента — аптечная сеть «Ригла».

Общее число розничных точек по состоянию на 31 декабря 2012 г. составило 805.

В течение 4 квартала 2012 г. было органически открыто 47 аптек, 6 аптек было закрыто.

Основные операционные показатели сегментов Группы:

Выручка, млн. руб.	Группа	Дистрибуция	Розница	Производство	Элиминации
4 кв. 2012	38,261	33,083	4,766	2,032	-1,620
4 кв. 2011	32,259	28,235	3,862	1,807	-1,645
<i>Изменение 2012/2011, %</i>	18.6%	17.2%	23.4%	12.4%	
12 мес. 2012	125,516	109,308	16,391	6,228	-6,411
12 мес. 2011	107,053	93,984	13,810	5,565	-6,306
<i>Изменение 2012/2011, %</i>	17.2%	16.3%	18.7%	11.9%	

Основные операционные показатели сегмента «Дистрибуция»:

	Выручка, млн. руб.
4 кв. 2012	33,083
4 кв. 2011	28,235
<i>Изменение 2012/2011, %</i>	17.2%
12 мес. 2012	109,308
12 мес. 2011	93,984
<i>Изменение 2012/2011, %</i>	16.3%

Основные операционные показатели сегмента «Розница»:

	Выручка, млн. руб.	Количество чеков, тыс.шт.
4 кв. 2012	4,766	14,506
4 кв. 2011	3,862	12,746
<i>Изменение 2012/2011, %</i>	23.4%	13.8%
12 мес. 2012	16,391	52,869
12 мес. 2011	13,810	49,045
<i>Изменение 2012/2011, %</i>	18.7%	7.8%

Основные операционные показатели сопоставимых аптек сегмента «Розница»:

	L-f-L изменение выручки, %	Изменение количества чеков, %	Изменение среднего чека, %
4 кв. 2012/ 4 кв. 2011	10.1%	-0.8%	11.0%
12 мес. 2012/ 12 мес. 2011	8.6%	-2.8%	11.7%

В течение 12 месяцев 2012 г. было органически открыто 143 аптеки, 33 аптеки было закрыто.

Выручка сегмента «Розница» в 4 квартале 2012 г. увеличилась на 23.4% и составила 4,766 млн руб.

Выручка сегмента «Розница» за 12 месяцев 2012 г. увеличилась на 18.7% и составила 16,391 млн руб. Доля сегмента в общем объеме выручки Группы 12%.

Like-for-Like (L-f-L) продажи:

На 31 декабря 2012 г. сегмент «Розница» насчитывал 442 сопоставимые аптеки.

Динамика выручки в аптеках L-f-L в 4 квартале 2012 г. составила 10.1%.

Динамика выручки в аптеках L-f-L за 12 месяцев 2012 г. составила 8.6%. Развитие аптечной сети-дискаунтера «Будь здоров!»:

Бренд аптек-дискаунтеров «Будь здоров!» под управлением ООО «Ригла» на 31 декабря 2012 г. представлен в 215 аптеках (на 30.09.2012 г. – в 171 аптеке).

Динамика выручки в аптеках «Будь здоров!» за 12 месяцев 2012 г. составила 22.1% по сравнению с 12 месяцами 2011 г. Динамика количества чеков составила 8.9%. Развитие собственных торговых марок:

На 31 декабря 2012 г. в линейке собственных торговых марок (СТМ) сети 552 наименования (на 30.09.2012 г. – 457 наименований), прирост количества наименований СТМ в 4 квартале относительно 3 квартала 2012 г. составляет 21%.

На 31 декабря 2012 г. доля СТМ в выручке сегмента составляет 3.1%, доля СТМ в валовом доходе сегмента 7.3%.

Сегмент «Производство»

Основная компания сегмента – ЗАО «ФармФирма «Сотекс».

Выручка сегмента «Производство» в 4 квартале 2012 г. выросла на 12.4% относительно аналогичного периода прошлого года и составила 2,032 млн руб.

Основные операционные показатели сегмента «Производство»:

	Выручка, млн. руб.	Объем, млн. упаковки	Доля собственных брендов в выручке, %
4 кв. 2012	2,032	10.94	61%
4 кв. 2011	1,807	8.60	53% ⁶⁴
Изменение 2012/2011, %	12.4%	27.3%	
12 мес. 2012	6,228	27.57	44%
12 мес. 2011	5,565	20.29	32% ⁶⁴
Изменение 2012/2011, %	11.9%	35.9%	

Выручка сегмента «Производство» за 12 месяцев 2012 г. выросла на 11.9% и составила 6,228 млн. руб. Доля сегмента в общем объеме выручки Группы 5%.

Выручка собственных брендов по результатам 4 квартала 2012 г. выросла на 29% и составила 1,230 млн руб. по сравнению с 956 млн руб. за 4 квартал 2011 г.

Выручка собственных брендов по итогам 12 месяцев 2012 г. выросла на 55% и составила 2,760 млн руб. по сравнению с 1,775 млн руб. за 12 месяцев 2011 г.

По результатам 12 месяцев 2012 г. произошло увеличение линейки собственных брендов: выведены новые препараты «Хондрогард», «Немулекс», а также выпущены новые фасовки имеющихся брендов. В течение периода в продуктовой линейке было 58 собственных препаратов (по сравнению с 46 препаратами по результатам 12 месяцев 2011 г.).

Президент Группы компаний «Протек» Вадим Музеев:

«За отчетные периоды Группа и бизнес-сегменты продемонстрировали уверенный рост выручки. По результатам 12 месяцев 2012 г. сегмент «Розница» показал наиболее высокую динамику роста выручки, что связано с активным органическим развитием, применением модели разных форматов аптек,

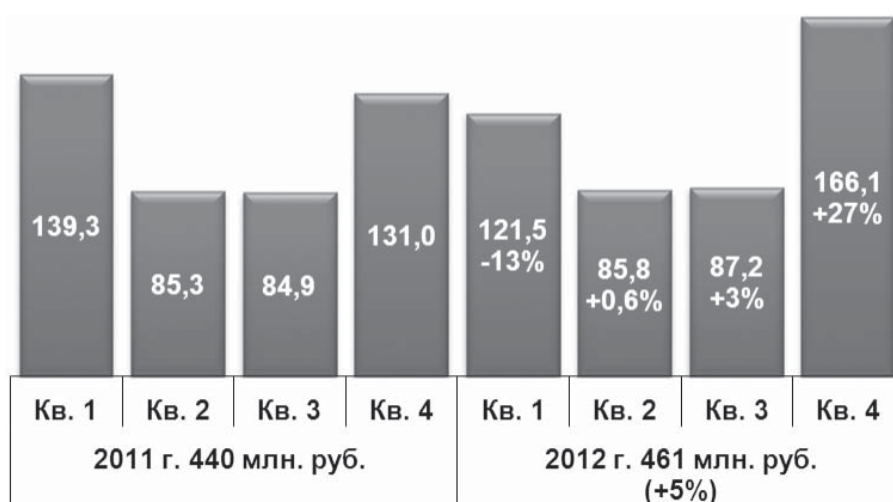
а также эффективной маркетинговой активностью в сезоны наибольшего спроса. Сегмент «Дистрибуция» за 12 месяцев 2012 г. показал рост выручки выше роста рынка – динамика намного превышает показатель аналогичного периода 2011 г., составлявшего 3.5%. Это соответствует стратегии увеличения доли рынка и укрепления лидирующих позиций среди компаний дистрибьюторского сегмента. Компания ЦВ «Протек» продолжает улучшать сервис и наращивать количество клиентов на коммерческом рынке, который остается главным для дистрибьютора, повышать эффективность ассортимента наряду с понижением затрат. По-прежнему стабильный рост продемонстрировал сегмент «Производство», продолжая стратегию концентрации на выпуске собственных брендов, которые составили 44% в выручке компании за 12 месяцев 2012 г. В Группе принята стратегия развития на 5-летний период, которая включает развитие новых проектов в области логистики и расширения клиентской базы, увеличения количества розничных точек и развития производственного портфеля, в том числе в безрецептурном сегменте».

МОНИТОРИНГ АПТЕЧНЫХ ПРОДАЖ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ И ЛЕЧЕНИЯ ПРОСТУДЫ И ГРИППА

Прожерина Ю.А., к.б.н., старший специалист по фармацевтическому мониторингу DSMGroup

Наибольший пик заболеваемости простудой и гриппом приходится на осенне-зимний период, а также на начало весны. Простуду способны вызывать более 200 различных вирусов и бактерий. К общим симптомам простуды относятся боль и першение в горле, насморк, озноб, повышение температуры тела, головные боли, недомогание и проч. Большинство существующих на рынке противопростудных препаратов предназначены для снятия основных проявлений заболевания. Эти средства избавляют от неприятных ощущений в горле, устраняют заложенность носа, снижают повышенную температуру тела и др. Ряд средств обладают этиотропным действием, вызывая бактериостатическое или бактерицидное действие или же оказывая вируцидный эффект.

В последнее время среди потребителей наметилась тенденция к использованию в качестве лечения преимущественно натуральных препаратов. Многие пациенты используют с этой целью лекарственное растительное сырье. Однако, т.к. в домашних условиях не просто точно соблюсти дозировку, правильно приготовить и обеспечить необходимые условия хранения растительных средств, более предпочтительным и удобным для применения способом лечения является использование биологически активных добавок (БАД). БАДы для профилактики и лечения простуды и гриппа могут помочь предотвратить развитие простуды, избавиться от её осложнений, оказать лечебный эффект в случае развития заболевания.



Источник: розничный аудит DSM Group

Рис.1 . Динамика продаж БАД для лечения простуды и гриппа в России, млн. руб.
В 2012 г. указаны приросты к аналогичным периодам предыдущего года.



Источник: розничный аудит DSM Group

Рис.2 . Динамика продаж БАД для лечения простуды и гриппа в России, млн. упаковок.
В 2012 г. указаны приросты к аналогичным периодам предыдущего года.

В данном обзоре рассмотрен рынок БАД, которые могут применяться для лечения и профилактики простуды и гриппа. Для анализа были выбраны данные розничного аудита базы DSMGroup согласно классификатору «БАД по действию»: «БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы» и «БАД, обладающие иммуностимулирующим действием». Данные представлены в ценах оптовой аптечной закупки за 2011 и 2012 гг.

За рассмотренный период БАД для лечения простуды и гриппа представлены 207 брендами (472 полных наименований). Объем продаж в денежном выражении выделенной группы за 2012 год составил 461 млн. рублей (+5% по сравнению с 2011 г., **рис. 1**); в натуральном – почти 8 млн упаковок (-6% к прошлому году, **рис. 2**). В целом, по сравнению с 2011 г. отмечается рост продаж противопростудных БАД в денежном выражении, но снижение объема продаж в упаковках, что свидетельствует о том, что производители вынуждены были несколько повысить цены на препараты с целью сохранения прибыли в условиях наметившейся в первую половину 2012 г. тенденции к снижению спроса.

Однако, если рассмотреть ситуацию более детально, то мы увидим, что падение спроса отмечалось не в течение всего года, а на протяжении первых трех кварталов, в то время как в четвертом квартале 2012 г. мы наблюдаем положительный прирост продаж (+9%) в натуральном выражении по сравнению с аналогичным периодом 2011 г.

Как видно из рисунков 1 и 2, динамика продаж противопростудных БАД отличается выраженной сезонностью. Наибольший пик продаж приходится на сезон обострений простудных заболеваний:

с осеннего-зимнего по весенний периоды. В теплое время года отмечается существенное снижение объема продаж.

На рынке противопростудных БАД наибольшая доля продаж как в деньгах (65% в 2012 г.), так и в упаковках (70,8% в 2012 г.), приходится на отечественную продукцию (**рис. 3**). При этом доля БАД отечественного производства сократилась в рублях и в натуральном выражении по сравнению с 2011 г. в пользу увеличения доли продаж добавок импортного производства. Необходимо отметить, что если продажи отечественных БАД практически не изменились в стоимостном выражении (+1,1%) и упали в натуральном (-13%), то спрос на импортные БАД устойчиво вырос, на что указывают положительные приросты в рублях (+12%) и в упаковках (+18%).

Рассмотрим рейтинг продаж БАД для лечения простуды и гриппа по брендам (**табл. 1**). Первую строчку рейтинга занимает линейка БАД Доктор Тайсс с долей в рублях 12,7%, этот же бренд лидирует и в рейтинге продаж в упаковках (12,9%). С небольшим отрывом на втором месте рейтинга расположился бренд Барсучий жир (11,4% в рублях). Третья строчка ТОП-10 в деньгах принадлежит бренду Кармолис (6,9%). Наибольший прирост продаж в денежном выражении отмечен для бренда линейки Алфавит, производитель которой, компания Аквион, выпустила новую серию витаминов для укрепления иммунитета Алфавит в сезон простуд. Среди ТОП-10 максимальное падение продаж отмечено для бренда Эхинацея (-46% в рублях и -66% в упаковках).

В стоимостном рейтинге фирм-производителей (**табл. 2**) лидирующую позицию заняла компания Dr. Theiss Naturwaren GmbH (доля

12,7% в рублях), которой принадлежит БАД Доктор Тайсс, занявший первую строчку в рейтинге брендов. На втором месте – компания ООО Алтай-Фарм, которая выпускает противопростудные БАД на основе растительных компонентов, такие как Шалфей лист, Чабрец, Душица и др. На третьем месте компания Dr. A.&L.Schmidgall, выпускающая продукцию под брендом Кармолис. В целом, рейтинг фирм-производителей во многом повторяет рейтинг брендов, т. к. успех продаж во многих случаях связан с выпуском не обширного ассортимента, а определенной успешно продвигаемой на рынке линейки продукции.

В рейтинге по натуральному объёму ситуация несколько иная. Лидером продаж является компания ООО Алтай-Фарм, а на втором месте – компания Dr. Theiss Naturwaren GmbH. На третьем месте расположилась компания АНИИТИВУ АОО Вулкан с выпускаемыми ею брендами Леденцы сила четырех трав и Леденцы лакричные.

Подводя итог, отметим, что рынок БАД для лечения простуды и гриппа весьма обширен и разнообразен. В связи с отсутствием жесткой конкуренции (на ТОП-10 в рублях приходится лишь порядка 60% от объема продаж всего сегмента), он благоприятен для вывода новых продуктов. В связи с тем, что многие потребители стараются использовать более натуральные средства, БАД для профилактики и лечения простуды и гриппа всегда будут востребованы на рынке. В том случае, если противопростудные БАД использовать до и во время простуды, они способны не только значительно ослабить симптомы, но и предупредить развитие заболеваний, создав устойчивую защиту от них.

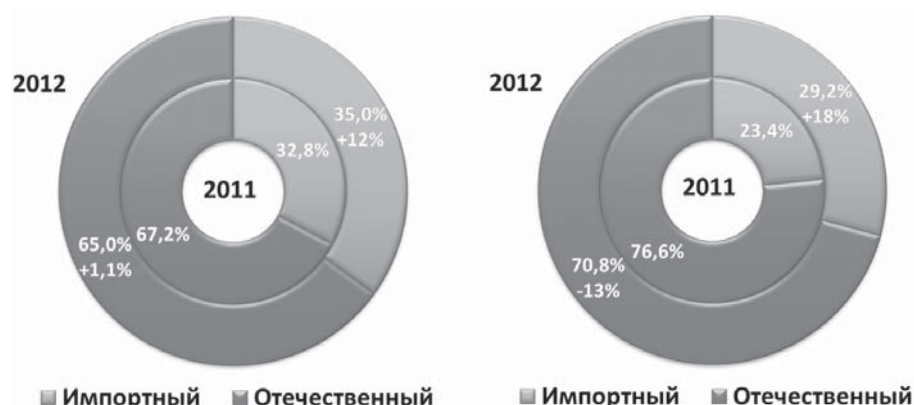


Рис. 3. Доли продаж импортных и отечественных БАД для лечения простуды и гриппа в России в стоимостном (А) и натуральном (Б) выражении. Показаны приросты продаж в 2012 г. в стоимостном и натуральном выражении по сравнению с 2011 г.

Таблица 1

ТОП-10 брендов БАД для лечения простуды и гриппа в России

№	Бренд	Объем продаж, тыс. РУБ		Прирост в 2012 г к 2011 г		Доля, РУБ	Объем продаж, тыс. УП		Прирост в 2012 г к 2011 г		Доля, УП
		2011 г	2012 г	2011 г	2012 г		2011 г	2012 г			
1	ДОКТОР ТАЙСС	41 860	58 273	+39%	12,7%		686	1 009	+47%	12,9%	
2	БАРСУЧИЙ ЖИР	51 174	52 624	+3%	11,4%		554	543	-2%	7,0%	
3	КАРМОЛИС	30 617	31 881	+4%	6,9%		247	235	-5%	3,0%	
4	ЦЫГАПАН	27 721	28 656	+3%	6,2%		159	156	-2%	2,0%	
5	АЛФАВИТ	7 748	26 800	+246%	5,8%		45	160	+253%	2,1%	
6	ШАЛФЕЯ ЛИСТ	21 267	25 355	+19%	5,5%		761	865	+14%	11,1%	
7	ЭХИНАЦЕЯ	32 028	17 222	-46%	3,7%		897	305	-66%	3,9%	
8	ЛЕДЕНЦЫ СИЛА ЧЕТЫРЕХ ТРАВ	17 157	16 116	-6%	3,5%		654	511	-22%	6,5%	
9	ШАЛФЕЙ	12 461	14 644	+18%	3,2%		324	290	-11%	3,7%	
10	ЧАБРЕЦ	12 113	13 329	+10%	2,9%		503	500	-1%	6,4%	
ТОП-10		254 145	284 902	+12%	61,9%		4 831	4 574	-5%	58,6%	
Весь рынок		440 476	460 630	+5%	100%		8 276	7 809	-6%	100%	

Источник: розничный аудит DSM Group

Таблица 2

ТОП-10 производителей БАД для лечения простуды и гриппа в России

№	Фирма-производитель	Объем продаж, тыс. РУБ		Прирост в 2012 г к		Доля, РУБ	Объем продаж, тыс. УП		Прирост в 2012 г к		Доля, УП
		2011 г	2012 г	2011 г	2012 г		2011 г	2012 г	2011 г	2012 г	
1	DR.THEISS NATURWAREN GMBH	41 860	58 273	+39%	12,7%		686	1 009	+47%	12,9%	
2	АЛТАЙ-ФАРМ ООО	33 303	37 640	+13%	8,2%		1 316	1 374	+4%	17,6%	
3	DR. A.& L.SCHMIDGALL	30 617	31 881	+4%	6,9%		247	235	-5%	3,0%	
4	ФИТОСИЛА ООО/ДЕЛЬ-РИОС ООО	28 319	28 852	+2%	6,3%		297	301	+1%	3,9%	
5	ПЛАНЕТА ЗДОРОВЬЯ - 2000 ООО	27 721	28 656	+3%	6,2%		159	156	-2%	2,0%	
6	АКВИОН ЗАО	7 748	26 800	+246%	5,8%		45	160	+253%	2,1%	
7	БАГИРА ООО	21 257	22 773	+7%	4,9%		242	236	-2%	3,0%	
8	АНИИТИВУ АО/ВУЛКАН	22 673	22 084	-3%	4,8%		897	733	-18%	9,4%	
9	ЭВАЛАР ЗАО	16 279	21 384	+31%	4,6%		380	407	+7%	5,2%	
10	NATUR PRODUKT	22 292	16 561	-26%	3,6%		364	246	-32%	3,2%	
ТОП-10		252 068	294 905	+17%	64,0%		4 633	4 856	+5%	62,2%	
Весь рынок		440 476	460 630	+5%	100%		8 276	7 809	-6%	100%	

Источник: розничный аудит DSM Group

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



Ad Hoc исследования



Розничный и госпитальный аудит

(Россия, Белоруссия, Украина, Казахстан, Китай)

МЕДИА



Телевидение



Пресса



Радио



Интернет



Креатив

РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ



Ежедневники



Календари



Ручки

EVENT



Конференции и специальные программы
(Россия, Европа, Китай, Америка)