Автор: Administrator
06.03.2013 14:12 -

ЗАО «Байер» договорилось о запуске полного цикла производства ряда препаратов в России, а также о совместной деятельности в области научных исследований и разработок. Первым этапом сотрудничества компаний Bayer HealthCare и «Медсинтез» станет производство полного цикла пяти препаратов: Авелокс, Ципробай, Ультравист, Магневист и Нимотоп.

ЗАО «Байер» и ООО «Завод Медсинтез» 2 ноября подписали стратегическое соглашение о запуске полного цикла производства ряда препаратов Bayer в России и совместной деятельности в области научных исследований и разработок. Причем немецкая фармкомпания еще в ноябре прошлого года подписала договор о сотрудничестве с Уральским фармацевтическим кластером, а в апреле текущего года Bayer анонсировал начало деятельности с выпуска рентгеноконтрастных веществ, двух видов антибиотиков и препарата для лечения неврологических расстройств.

Руководитель Bayer HealthCare в России Виктор Гайслер говорит, что соглашение предусматривает организацию на предприятии «Медсинтез» совместного производства лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения под брендом и по технологии Bayer, совместную разработку новых препаратов, а также производство и маркетинг новых препаратов, как в России, так и в других странах с последующей дистрибуцией. Соглашение заключено на срок 10 лет и может быть продлено по соглашению сторон.

По полному циклу на «Медсинтезе» будут производить противоинфекционные препараты Авелокс и Ципробай, препараты для диагностической визуализации Ультравист и Магневист, а также Нимотоп для лечения неврологических расстройств. По словам г-на Гайслера, на первом этапе существующая производственная площадка «Медсинтеза» будет модифицирована для производства инъекционного Авелокса. Производство пробных партий запланировано на 2013 г.

«На существующих и планируемых к созданию мощностях «Медсинтеза» планируется производить указанные препараты в объемах, на 100% удовлетворяющих потребности российского рынка в данных препаратах», — говорит Виктор Гайслер.

В 2011 г. доля продаж препаратов, планируемых к локализации, составила 16% от продаж Bayer HealthCare Pharmaceuticals (в деньгах). По данным ЦМИ «Фармэксперт», общая сумма продаж указанных препаратов по итогам 8 месяцев 2012 г. составила 53,7 млн долл. США, причем из них продажи Авелокса составили 26,3 млн долл. США, а продажи Ультрависта — 20,9 млн долл. США. Сумма продаж компании по итогам 8 месяцев на российском рынке — 422,8 млн долл. США. Так, Bayer HealthCare входит в TOP10 концернов по объемов продаж. Сумма продаж компании по итогам 8 месяцев 2012 г. на российском рынке составила 422,8 млн долл. США. Лидером является компания Novartis, которая за 8 месяцев наторговала на 882,9 млн долл. Сумма оптовых продаж Sanofi составила 740 млн долл., а Teva — 444,6 млн долл.

«Выбор этих продуктов для локального производства не является случайным. Это специализированные лекарственные средства, а компания Bayer HealthCare больше ориентирована на специализированные сегменты, — говорит г-н Гайслер. — Это была исторически стратегия компании, которая успешно работает в специализированных сегментах. Но поскольку это специализированные продукты, нет необходимости создания и запуска в России завода на полную мощность. Таким образом, стратегическое партнерство является лучшей бизнес-моделью в этом случае».

Сумму инвестиций компании не раскрывают. Однако Bayer HealthCare и «Медсинтез» будут совместно финансировать расходы, связанные с реализацией технического и технологического переоборудования производственной площадки «Медсинтеза».

Директор по исследованиям и консалтингу «Фармэксперт. Аналитика и консалтинг» Николай Беспалов оценивает размер затрат на переоборудование площадки под производство продукции Bayer в 2—4 млн долл. США. «Многое будет зависеть даже не столько от текущего состояния производственных мощностей (если бы оно было неудовлетворительным, никакого партнерства в принципе бы не состоялось), сколько от некоторой доработки, может быть, установки специфического оборудования, которое требуется для производства специфичных продуктов. В т.ч. потребуется дополнительное обучение персонала и т.д. Сейчас компания осторожно движется в сторону общей тенденции, которая при этом активно лоббируется государством. Выбор наименований продукции для локализации очевидно так же не случаен, почти все препараты ориентированы на государственный рынок, где риск потери рыночных позиций очень велик в случае применения инструмента преференций при госзакупках», — говорит он.