

Оранжевое солнце

В самом динамичном секторе фармрынка появляются новые игроки

Анастасия Громова

На сателлитном симпозиуме в Российской академии наук в рамках Всероссийской научно-практической конференции «Мужское здоровье» компаниями Bayer AG и GlaxoSmithKline (GSK) был представлен новый препарат для лечения эрективной дисфункции — Levitra.

Мировой рынок препаратов, предназначенных для лечения эрективной дисфункции, оценивается в миллиарды долларов. В настоящий момент жесткая конкуренция идет между несколькими препаратами, разработанными ведущими фармацевтическими компаниями. Однако признанным лидером, в том числе и на российском рынке, является первопроходец — Viagra от компании Pfizer.

По оценкам германской компании Bayer AG, примерно 150 млн мужчин в мире страдают от эрективной дисфункции, но лишь 10 % пытаются лечить это расстройство. Однако уже эти 10 % тратят на лечение достаточные суммы, чтобы наблюдатели могли считать данный рынок одним из самых прибыльных. Аналитики прогнозируют увеличение объема продаж препаратов для лечения эрективной дисфункции к 2006 году до 6 млрд долларов.

Препарат Viagra, первый и пока самый известный из всех, предназначенных для лечения эрективной дисфункции, был создан в 1998 году. Интересна история его создания. Компания Pfizer начала испытания нового средства для лечения гипертонии, но во время экспериментов на волонтерах этот его эффект оказался не слишком значительным. Зато добровольцы после серии испытаний никак не хотели возвращать оставшиеся у них таблетки — оказалось, что они существенно улучшают эрекцию.

Монополия на решение щепетильных проблем мужской эрекции принадлежала компании Pfizer несколько лет. Но в

2001-2002 годах сразу несколько мировых фармацевтических компаний заявили о подготовке к выпуску аналогичных препаратов.

В 2003 году германский концерн Bayer AG и компания GlaxoSmithKline выпустили свой препарат для лечения эрективной дисфункции — Levitra. Препарат Levitra, известный также под международным названием «Варденафил», одобрен к продаже более чем в 20 странах мира. Согласно прогнозам Bayer, объем продаж оранжевых таблеток может превысить 1 млрд евро.

Лекарство Cialis, производимое Eli Lilly & Co, уже является серьезным конкурентом Viagra на европейском рынке и обладает одинаковым с Viagra биологическим механизмом действия. В 2003 года препарат появился в продаже в России. По оценке «Фармэксперта», во II квартале этого года он завоевал около 4 % рынка средств против импотенции.

Совсем недавно Eli Lilly объявила о том, что Администрация по контролю за пищевой продукцией и лекарственными препаратами (FDA) разрешила применение препарата Cialis для лечения эректильной дисфункции и на рынке США.

У новых конкурентов есть некоторые преимущества: Viagra начинает действовать только спустя час после употребления и всего на протяжении 4–5 часов, при этом принимать таблетку нужно натощак. Levitra действует такой же промежуток времени, но принять ее можно всего за 15 минут до момента близости и она совместима с пищей. Третий препарат, Cialis, вообще работает 36 часов.

В прошлом году европейские регулирующие органы одобрили продажу в регионе препарата от импотенции Uprima, который производят совместно Abbott Laboratories Inc. и японская фармацевтическая компания. Однако, в отличие от Viagra и Cialis, выпускаемых в виде таблеток, которые следует



П. Г. 031

глотать, Uprima следует держать под языком до полного растворения.

Компания Pfizer Inc., производящая препарат Viagra, спокойно относится к появлению конкурентов и даже надеется выиграть от усиления конкуренции. В 2002 году выручка от продаж лекарства составила более 1,7 млрд долларов. Аналитики считают, что увеличение продаж Viagra в Европе будет сопровождаться размыванием доли препарата на этом рынке. По оценкам экспертов, годовой объем продаж Cialis на европейском рынке может составить 200–250 млн долларов.

Наши дела

Производителям есть за что бороться и на российском рынке. По данным «Фармэксперта», российский рынок данных препаратов вырос на 40 % за 3 квартала 2003 года по сравнению с аналогичным периодом 2002 года. К концу года в ценах импорта рынок достигнет планки в 20 млн долларов.

Российский рынок лекарственных средств для лечения ЭД представлен ограниченным числом препаратов, но характеризуется динамичным развитием. По данным RMBC, в России зарегистрировано 7 таких препаратов, среди которых доминирует Viagra. В 2000 году аптечный рынок лекарственных средств для лечения эректильной дисфункции в розничных ценах составил 13,9 млн долларов, из них 12,5 млн долларов пришлось на долю Viagra. В 2002 году эти цифры возросли почти вдвое и составили 21,7 млн долларов всего и 20,3 млн долларов на долю Viagra соответственно.

Примечательно, что в России Viagra в первом полугодии 2003 года заняла первое место по объемам продаж среди всех рецептурных препаратов. Только за первые 6 месяцев текущего года «голубых таблеток» реализовано на 15,6 млн долларов. Менеджер по связям с общественностью российского представительства компании Pfizer Виктория Маракина считает, что рост рынка подобных препаратов продолжится: «Рынок расширяется, в конечном итоге выиграет от этого только потребитель. Надеемся, что перераспределение рынка на нас не отразится. Мы останемся лидерами, доходы от продаж будут расти».

Pfizer действительно не намерена сдавать свои позиции на рынке. Как стало известно «Химическому журналу», специалисты компании начали разрабатывать женский вариант Viagra. Виктория Маракина сообщает: «Да, в настоящее время компания проводит исследования Viagra по показанию для лечения сексуальных расстройств у женщин. Основным действующим веществом нового препарата, так же, как и у Viagra, будет силденафил. Он продемонстрировал свою эффективность и хорошую переносимость у женщин в ряде исследований. Однако исследования еще не завершены и препарат по данному показанию не зарегистрирован».

Ольга Катруха, менеджер компании Eli Lilly, считает, что доля рынка Cialis, по разным оценкам, на конец года составляет от 15 до 25 %: «Что касается дальнейших прогнозов, то мы видим динамичный и уверенный рост благодаря образовательным и информационным программам по проблеме эректильной дисфункции среди врачей и пациентов». Под брендом Cialis за 4 месяца продано препаратов на сумму 1,3 млн долларов, из запущенных в России в 2003 году это самый продаваемый бренд.

Механизм действия всех основных препаратов одинаков: Viagra, Levitra и Cialis блокируют фермент, известный как PDE-5. Однако характеристики каждого из лекарств (эффективность, скорость и длительность действия) являются предметом жарких дискуссий. Компании Bayer и GSK заявили, что в ходе медицинских испытаний препарат Levitra оказался более эффективным ингибитором PDE-5, чем его конкуренты. Реагируя на заявление о том, что препарат Cialis может

действовать в течение всего дня, компании-конкуренты говорят, что средство Levitra, период полувыведения которого меньше и составляет 4–5 часов, «позволяет пациентам быть уверенными, что лекарство не находится в организме дольше, чем необходимо».

В испытаниях Levitra участвовало 1 020 мужчин, страдающих нарушениями эрекции, которые принимали лекарство в течение года. За этот срок средний показатель поддержания эрекции улучшился с 14 % до 82 % при приеме доз по 10 мг и с 16 % до 86 % при приеме доз по 20 мг. Самыми распространенными побочными эффектами были головная боль, покраснение, ринит.

В Европе стоимость Levitra составляет 19,34 долларов и 23,50 долларов за упаковку из четырех таблеток по 10 мг и 20 мг соответственно. Это в точности совпадает с ценой на Viagra. Цена препарата Cialis — около 35 долларов за четыре таблетки, независимо от дозировки (10 или 20 мг): дольше воздействие — больше цена. В одной из центральных аптек Москвы таблетка Viagra 50 мг стоит 360 рублей, 100 мг — 440. Одна таблетка Cialis (20 мг) стоит 600 рублей, а Levitra (20 мг) — 521 рубль.

При решении проблем, связанных с нарушениями в сексуальной сфере, определенную роль играют БАДы (биологически активные добавки). В России зарегистрированных БАД более сорока. Объемы продаж наиболее известных БАД через аптечную сеть в 2002 году в розничных ценах составили: «Веромакс» — 2,4 млн долларов (лидер продаж), «Вука Вука» — 1,2 млн долларов, «Золотой Конек» — 1,1 млн долларов, «Супер Йохимбе Плюс» — 0,5 млн долларов.

Борьба за один из самых быстроразвивающихся рынков лекарственных препаратов продолжается. ■



PROFARB

44 – 100 Gliwice
ul. Chorzowska 44C
телефон: +48 32 270 45 41
факс: +48 32 231 46 41
e-mail: info@profarb.com.pl
www.profarb.com



Profarb является производителем следующего высококачественного оборудования:

1. Дежевые и стационарные смесители
2. Дежевые и стационарные дисольверы
3. Горизонтальные бисерные мельницы
4. Погружные корзиночные мельницы
5. Реакторы и оборудование для производства смол
6. Гидравлические прессы
7. Дозирующие установки

Profarb разрабатывает проектную документацию, необходимую для реализации инвестиций в лакокрасочной промышленности










В течение 20 лет мы поставляем оборудование и проекты потребителям во всем мире

