

RYNEK FARMACJI



Pierwszy krok w kierunku wprowadzenia refundowanej opieki farmaceutycznej

Farmaceuci i apteki są jednym z mocnych filarów systemu ochrony zdrowia w Polsce. Odwiedzane przez dwa miliony pacjentów dziennie, zapewniają bezpieczeństwo lekowe nie tylko w dobie pandemii. Z uwagi na sygnalizowane od wielu lat problemy, ograniczenia czy zjawiska patologiczne, Ministerstwo Zdrowia oraz Naczelna Izba Aptekarska zdecydowali o podpisaniu w dniu 5.10.2020 r. strategicznego dokumentu ramowego, który definiuje te negatywne elementy, jednocześnie zakreślając ramy czasowe potrzebne do ich rozwiązania i naprawy.

Porozumienie obejmuje swoim zakresem propozycje dotyczące rozwiązania palących problemów takich jak łamanie podstawowych zapisów Prawa farmaceutycznego, kwestie pełnienia przez apteki obowiązkowych dyżurów nocnych czy prawo równego dostępu aptek i pacjentów do leków ratujących życie i zdrowie.

Porusza temat wynagrodzeń farmaceutów pracujących w szpitalach oraz konieczność wprowadzania przepisów regulujących funkcjonowanie obrotu lekami na rynku pozaaptecznym. Najważniejsze ustalenia dotyczą jednak wprowadzenia długo oczekiwanej ustawy o zawodzie farmaceuty, gdzie wykonywanie tego zawodu

oparte jest na szeroko rozumianej niezależności farmaceutów i surowych sankcjach za jej naruszanie.

Wspólnie opracowana strategia jest jednocześnie pierwszym krokiem w kierunku wprowadzenia w naszym kraju refundowanej opieki farmaceutycznej i aktywnego włączenia do systemu kilkudziesięciu tysięcy dobrze wykształconych fachowców. Stopniowe wdrażanie w życie poszczególnych etapów nie tylko przyczyni się do eliminowania zjawisk patologicznych, ale przede wszystkim wzmocni pozycję farmaceutów i aptek służącą poprawie jakości świadczonych usług, których podstawowymi beneficjentami są i będą polscy pacjenci.

– Farmaceuci to jedna z tych grup zawodowych, która w dobie epidemii koronawirusa jest pierwszym z ogniw

całego systemu ochrony zdrowia. Jest to niewątpliwie ogniwo mocne, które jak pokazują nam ostatnie miesiące, wypełnia wszelkie standardy profesjonalizmu w kontakcie z potrzebującymi, z pacjentami. Wspólnie chcemy dążyć do pełnego uregulowania szeregu palących kwestii związanych z opieką farmaceutyczną i uregulowaniem statusu zawodu farmaceuty – powiedział minister zdrowia dr Adam Niedzielski.

– Niezwykle ważną rzeczą, którą niesie ze sobą to porozumienie, jest to, że udało nam się wspólnie nie tylko nazwać te problemy, ale również ustalić wstępną mapę drogową prowadzącą do ich rozwiązania – powiedziała Elżbieta Piotrowska-Rutkowska, prezes Naczelnej Rady Aptekarskiej.



Farmaceuci to jedna z tych grup zawodowych, która w dobie epidemii koronawirusa jest pierwszym z ogniw całego systemu ochrony zdrowia. Jest to niewątpliwie ogniwo mocne, które wypełnia wszelkie standardy profesjonalizmu w kontakcie z pacjentami.



W trosce o zdrowie pokoleń

www.gedeonrichter.pl



GEDEON RICHTER
Zdrowie jest naszą misją

RYNEK FARMACJI



Nowa sytuacja – pandemia koronawirusa zmienia zachowania użytkowników, ale też strategie marketingowe. Wiele branż, w tym pharma, muszą zweryfikować działania i dostosować się do obecnej sytuacji. Budowanie przekazu marketingowego w kanale digital daje nie tylko możliwość precyzyjnego dotarcia reklamowego do nowych grup odbiorców, ale również wymierne zyski.

Pharma marketing w dobie koronawirusa

Okres pandemii koronawirusa to trudny czas dla wielu z nas. Wymusił on zmiany obyczajowe, społeczne na rynku pracy czy w obszarze narzędzi marketingowych. Zastopowanie gospodarcze wpłynęło w zauważalny sposób na rynek pracy, zdecydowanie spowalniając jego dynamikę, ale także na sposoby działania firm. Brak pewnej przyszłości na rynku pracy wygenerował brak stabilności czy przewidywalności, ale z drugiej strony konieczność poszukiwania nowych rozwiązań.

Magdalena Bojko
ekspert ds. marketingu

Odwolywanie wydarzeń, konieczność pracy z domu, odbywanie wizyt w ramach telemedycyny czy nieobecność przedstawicieli medycznych w przychodniach odsłoniło nowe obszary do zagospodarowania. Większość branż, a zwłaszcza branża farmaceutyczna zmuszona została do dostosowania się do nowych trendów rynkowych, dostosowując komunikację i jej przekazy do nowych kanałów czy form. Ogólnie panujący strach przed dotychczas nieznaną chorobą pokazał, jak ważną i ogromną rolę odgrywa digitalowa forma komunikacji. Edukacja pacjentów za pomocą wielokanałowych działań nabrała dużego znaczenia. Ważnym aspektem stała się również świadomość i wiedza pacjentów na temat profilaktyki. Obecna sytuacja stała się wyzwaniem, ale i szansą dla marketingu farmaceutycznego. Jak to się przekłada na rzeczywistość?

Takie hasła jak higiena osobista, sprzęt medyczny czy suplementy diety* stały się jednymi z najczęściej wyszukiwanych słów wg Google Trends (DOA 27.07.2020). Są to obszary z największymi wzrostami w dobie pandemii koronawirusa. Porównując dane z 17 kwietnia w stosunku do 3 marca, zainteresowanie wyszukiwaniem w Google sprzętu medycznego wzrosło o 202 proc., a produktów do higieny osobistej o 142 proc.

Ochrona zdrowia i farmacja to jedno z niewielu obszarów, które w obecnej sytuacji nie tracą, ale zyskują na zainteresowaniu w kanale digitalowym. Oczywistym beneficjentem jest grupa firm dystrybuujących środki ochrony osobistej i dezynfekcji. Tu wzrosty sięgają 150–200 proc. Internauci weryfikują w ostatnim czasie przede wszystkim informacje na temat koronawirusa – jego objawy, pojawiające się leki czy badania nad szczepionką. Istotnym elementem stały się emocje odbiorców a zwłaszcza stres związany z epidemią jako nowym zjawiskiem.

Istota edukacji

Ważną rolę odgrywa obecnie edukacja i wszelkie media poradnikowe.

Pandemia spowodowała, że wzrosło znaczenie treści edukacyjnych w Internecie. Zauważyć to można w wynikach serwisów zdrowotnych. Co istotne, dotyczy to nie tylko treści związanych z COVID-19, ale też innych dolegliwości. Więcej osób interesuje się takimi zagadnieniami, jak między innymi budowanie odporności czy choroby współistniejące, takie jak cukrzyca czy choroby serca, budując tym samym swoją świadomość na temat poszczególnych jednostek chorobowych. Dzięki pandemii koronawirusa ludzie stali się bardziej otwarci na dane naukowe czy nowiny z rynku farmaceutycznego, np. śledząc doniesienia dotyczące szczepionki na koronawirusa. Warto podkreślić, że treści w Internecie powinny być dostosowane do odbiorcy, przejrzyste i jasne. Elementy trudne powinny być omówione i wyjaśnione w taki sposób, aby w sposób łatwy trafić do każdego użytkownika. Szczególnie przyjazne dla oka stają się ikonografiki, treści wideo, dając jasne komunikaty dostosowane do pacjenta.

W związku z zamknięciem w domu w większości krajów, marketerzy farmaceutyczni starają się zdecydować, jak najlepiej zarządzać swoimi inwestycjami marketingowymi – czy powinni wycofać się z działań marketingowych bez-

pośrednich? Czy istnieje korzyść z utrzymania obecnych wydatków na media? W jaki sposób powinni oni dotrzeć do pracowników służby zdrowia (HCP) bez wizyt w terenie? Są to ważne względy w czasie, gdy wizyta u lekarza stała się wyzwaniem. Żaden rodzaj leczenia czy kampanii nie pasuje do wszystkich. Istnieje wiele czynników, które wpływają na podejmowanie decyzji marketingowych, dlatego bardzo ważne jest dostosowanie działań i kanałów do nowej sytuacji, a także określenie poziomu wydatków i ich rodzaju teraz i w najbliższej przyszłości. Jedną z najlepszych form jest content marketing, dzięki któremu branża farmaceutyczna może tworzyć eksperckie treści na tematy z tego obszaru. Tego typu treści można tworzyć samodzielnie lub we współpracy z serwisami medycznymi, dzięki czemu zyskuje się miliony użytkowników internetowych, którzy każdego dnia śledzą serwisy zdrowotne w poszukiwaniu sprawdzonych treści.

Pozyskać nowych klientów

Obecnie serwisy społecznościowe przeżywają rozkwit. Osoby, które zostały zmuszone do pozostania w domach, szukają kontaktów społecznych między innymi przez Facebooka czy inne portale społecznościowe. To szansa dla wielu branż, w tym branży farmaceutycznej, na dotarcie i pozyskanie nowych, szczególnie młodszych grup użytkowników.

Nowa sytuacja – pandemia koronawirusa zmienia zachowania użytkowników, ale też strategie marketingowe. Wiele branż, w tym pharma, muszą zweryfikować działania i dostosować się do obecnej sytuacji. Budowanie przekazu marketingowego w kanale digital daje nie tylko możliwość precyzyjnego dotarcia reklamowego do nowych grup odbiorców, ale również wymierne zyski. To właśnie zaawansowana analityka w kanale digital umożliwia skuteczne mierzenie ROI, które generuje konkretna kampania, co jest niezwykle istotne w obecnej sytuacji, gdy budżety reklamowe są planowane ostrożniej ze względu na niepewną przyszłość gospodarczą. Jest wiele narzędzi precyzujących działania marketingowe w sieci – jak Google Trends, Google Ads czy panel słów kluczowych, które w sposób bardzo szczegółowy pozwalają określić grupę docelową i personę.

Podsumowanie

Nowa sytuacja rynkowa wytworzyła nowe mechanizmy oparte o nowe trendy rynkowe. Warto jednak podkreślić, iż za budżetami, działaniami digitalowymi czy w obliczu telemedycyny stoi pacjent, który to jest najważniejszy.

*<https://www.senuto.com/pl/blog/koronawirus-wzorce-wyszukiwan-budzet-reklamowe/>

**<https://www.biopharmadive.com/spons/covid-19s-impact-on-pharma-marketing/576302/>

Innowacyjne terapie rakowe domeną Polaków

Osiągnięcie większej skuteczności leków przy jednoczesnej redukcji skutków ubocznych związanych z ich przyjmowaniem jest podstawowym celem naukowców opracowujących innowacje w onkologii. Ogromne nadzieje związane są z lekami o działaniu selektywnym, opartymi na rozwiązaniach z zakresu nanotechnologii oraz wykorzystaniu przeciwciał. Duże sukcesy w tej dziedzinie notują polscy naukowcy. – Jesteśmy w światowej czołówce. Ścigamy się z Europą i USA we wprowadzaniu innowacyjnych rozwiązań – mówi dr hab. Katarzyna Wiktorska, prof. Narodowego Instytutu Leków.

– Innowacje w onkologii są procesem ciągłym. Cel jest jeden: zwiększyć skuteczność terapii oraz zmniejszyć toksyczność. Wiadomo, że terapie przeciwnowotworowe są bardzo toksyczne dla pacjenta i często ta cecha powoduje, że nie możemy go wyleczyć. Rozwiązania, których się szuka, mają więc również na celu zmniejszyć tę toksyczną właściwość leków przeciwnowotworowych – wskazuje w rozmowie z agencją Newseria Innowacje dr hab. Katarzyna Wiktorska. Badania przeprowadzone przez NIL wraz z naukowcami z Uniwersytetu Warszawskiego wykazały niedawno,

że jednoczesne podanie doksorubicyny i sulforafanu w roztworze wodnym w liposomach o średnicy 80 nanometrów pozwala na aż dwukrotne wzmocnienie działania wywołującego zmniejszenie guza nowotworowego, niż gdyby substancje te były podane osobno. Co ważne, doksorubicyna jest już lekiem wykorzystywanym w onkologii, ale gdy nie działa selektywnie, zabija również zdrowe komórki.

Wykorzystanie nanotechnologii – W chemioterapii standardowej innowacją, która się pojawia, jest szukanie nowych cząsteczek, a także terapie kombinowane, które

łączą w sobie kilka leków albo lek i nową cząsteczkę. Tu wykorzystanie nanotechnologii jest też nieocenione, ponieważ pozwala ona w sposób celowany prowadzić tę terapię. Innowacją, którą każdy chciałby opracować, jest takie rozwiązanie, które byłoby pozbawione wszystkich efektów niepożądanych. Jednak na razie takiego rozwiązania nie ma i myślę, że ono się nie pojawi – ocenia prof. Narodowego Instytutu Leków. Wykorzystanie nanotechnologii do osiągnięcia selektywnego działania redukuje efekty niepożądane, bardzo niebezpieczne dla pacjenta podawanego terapii, takie jak ryzyko uszkodzenia mięśnia sercowego czy supresja szpiku kostnego. Najbardziej dynamicznie rozwijającymi się gałęziami terapii onkologicznej jest obecnie, zdaniem ekspertki, terapia z wykorzystaniem przeciwciał oraz badania nad edycją genów. Klinika Transplantacji Szpiku i Onkohematologii Narodowego Centrum Onkologii w Gliwicach zakończyła niedawno badanie kliniczne leku wykorzystującego działanie białka odpornościowego, które rozpo-

znaje antygen CD30 charakterystyczny dla chłoniaka Hodgkina. Do tego przeciwciała dołączona jest toksyna niszcząca komórki rakowe. Dzięki takiej kombinacji substancji czynnej i przeciwciała lek działa w sposób selektywny. Podanie tego specyfiku o połowę zmniejsza ryzyko nawrotu choroby. Preparat został już zarejestrowany i trafił na najnowszą listę leków refundowanych. Technologie pozwalające na edycję genów, takie jak CRISPR, umożliwiają natomiast zlokalizowanie i naprawienie wadliwej sekwencji DNA, odpowiedzialnej za występowanie choroby.

Polscy naukowcy cenionymi ekspertami

– Jeśli chodzi o edycję genów, to na pewno jest to metoda, która nie spowoduje zapobiegania rozwojowi choroby. Nie jest możliwe, żeby tak zmienić genom człowieka czy tak manipulować materiałem genetycznym, żeby wyeliminować wszystkie choroby, które się mogą pojawić. Są však choroby zakaźne i szereg różnych chorób, które ewoluują, i nie jest możliwe

zapobieganie takiemu procesowi. Należy pamiętać, że ta technika ma też swoje wady. Jest to jednak ingerencja w DNA i może się okazać, że nie w przypadku każdej choroby będzie można zastosować tę technikę – ocenia dr hab. Katarzyna Wiktorska.

Z raportu Instytutu Zarządzania w Ochronie Zdrowia wynika, że roczne nakłady Narodowego Funduszu Zdrowia na leczenie onkologiczne przekraczają 9 mld zł. Okazuje się też, że polscy naukowcy są cenionymi ekspertami w tej dziedzinie.

– Jesteśmy w światowej czołówce. Rozwiązania, które proponujemy, publikujemy w bardzo dobrych czasopismach i jesteśmy na tym samym etapie zaawansowania prac, co nasi koledzy ze Stanów Zjednoczonych czy z Europy. Można powiedzieć, że trochę ścigamy się z nimi o to, kto pierwszy wprowadzi je na rynek albo przejdzie na kolejny etap badań rozwojowych – zaznacza prof. Narodowego Instytutu Leków. Według Allied Market Research światowy rynek leków onkologicznych w 2017 r. był wyceniany na 97,6 mld dolarów. Do 2025 r. ma przekroczyć wartość 176,5 mld dolarów.

Epidemia nie zmieniła naszego najważniejszego zadania – musimy dostarczać leki dla pacjentów

Dla każdej branży bieżący rok to okres zmian, ewolucji, a czasem rewolucji. Również dla branży farmaceutycznej to czas nowych wyzwań i konieczności dostosowywania się do stale zmieniającego się środowiska. Podczas gdy niektóre przemysły musiały zmagać się z czasowym zamrożeniem, a nawet zupełnym brakiem popytu, my musieliśmy się w pełni skoncentrować, aby przy wyzwaniach epidemii zapewnić nieprzerwane dostawy leków dla pacjentów.



Michał Nitka

prezes zarządu Teva Pharmaceuticals Polska na Region Europy Środkowo-Wschodniej

Wzmożony popyt na produkty lecznicze w pierwszych tygodniach pandemii, we wszystkich obszarach terapeutycznych, w połączeniu z opóźnieniami w dostawach materiałów, substancji czynnych zarówno z Eu-

ropy, jak i z Azji z powodu zamkniętych granic, wymagał dodatkowej mobilizacji wszystkich zespołów produkcji, łańcucha dostaw i sprzedaży. To pełne zaangażowanie przyniosło efekty i udaje nam się na bieżąco wytwarzać i dostarczać leki pacjentom, we wszystkich obszarach terapeutycznych, w jakich działamy.

Bycie zdrowym to coś więcej niż unikanie COVID

Od wielu miesięcy media obiegają nowe doniesienia dotyczące możliwych sposobów leczenia pacjentów cierpiących na chorobę wywołaną wirusem SARS-CoV-2. Gdy przedmiotem obserwacji przez międzynarodowe środowisko lekarskie były leki wytwarzane przez Teva, przekazaliśmy do dyspozycji rządowej agencji darowizny lekowe, z przeznaczeniem dla polskich szpitali. Wspieraliśmy również

system ochrony zdrowia na inne sposoby. Z racji wieloletniej współpracy z lekarzami, pielęgniarkami i farmaceutami czuliśmy się szczególnie zobowiązani, aby wspierać ich w tym trudnym czasie. Dlatego też przekazaliśmy darowizny sprzętowe, a także w postaci pakietów środków ochrony osobistej, które zwiększają bezpieczeństwo pracy. To są działania ważne, ale z punktu widzenia naszej działalności – dodatkowe. Jeśli weźmiemy pod uwagę miliony pacjentów w Polsce, które cierpią na choroby kardiologiczne, choroby układu oddechowego, cukrzycę, wiele innych przewlekłych schorzeń, naszą najważniejszą odpowiedzialnością pozostaje zapewnienie dostępu do leków, które pozwalają im funkcjonować, zapobiegają rozwojowi choroby, a czasem wprost ratują życie. Publikowane przez ośrodki badawcze dane o utrudnionym dostępie do leczenia, o zwlekaniu z konsultacją lekarską, odkładaniu leczenia na później budzą wielkie obawy o przyszłe problemy zdrowotne w społeczeństwie, wynikające z zaniechania, z przerw w terapii schorzeń przewlekłych. Obecny czas to test z odpowiedzialności dla nas wszystkich, nie tylko z odpowie-

dzialności w przestrzeganiu zaleceń sanitarnych, ale też dbania o swoje zdrowie.

Dbać o siebie i o środowisko

W kontekście zdrowia pamiętamy nie tylko o pacjentach, ale także o naszych pracownikach. Dzięki nim działamy i jesteśmy w stanie realizować naszą misję. Zmiana metod pracy, przejście na pracę zdalną, a w fabrykach wprowadzenie jeszcze większych rygorów sanitarnych niż dotychczas wpływa na życie i pracę nas wszystkich. Przy tych wszystkich zmianach staraliśmy się utrzymać nasze wieloletnie programy, z którymi pracownicy się utożsamiają. Kontynuowaliśmy inicjatywę Tevactive, w ramach której setki naszych pracowników uprawiają sport, biegają, jeżdżą na rowerze, a spędzone w ten sposób minuty Teva przelicza na złotówki na zakup sprzętu rehabilitacyjnego dla dzieci. Ruszyliśmy też w ubiegłym roku z akcją „Drzewa od Teva” na rzecz czystszej powietrza. W tym tygodniu sadzimy sto tysięcy drzew, aby zredukować tzw. ślad węglowy powstający przy produkcji leków i przyczyniać się do poprawy stanu środowiska, nie tylko dla nas dziś, ale dla przyszłych pokoleń.



Od wielu miesięcy media obiegają nowe doniesienia dotyczące możliwych sposobów leczenia pacjentów cierpiących na chorobę wywołaną wirusem SARS-CoV-2. Gdy przedmiotem obserwacji przez międzynarodowe środowisko lekarskie były leki wytwarzane przez Teva, przekazaliśmy do dyspozycji rządowej agencji darowizny lekowe, z przeznaczeniem dla polskich szpitali. Wspieraliśmy również system ochrony zdrowia na inne sposoby.

RAPORT FARMACJA

WYRÓŻNIENIA

FIRMA FARMACEUTYCZNA ROKU 2020



Szanowni Państwo,

rynek firm farmaceutycznych nie ucierpiał w wyniku pandemii COVID-19 tak, jak inne, bardziej wrażliwe branże, nie zmienia to jednak faktu, że jak reszta musiał bacznie obserwować zachodzące zmiany i błyskawicznie na nie reagować. W tych nietypowych okolicznościach przedstawiamy Państwu liderów farmacji. Naszym

zdaniem cel, jaki im przyświeca, czyli troska o pacjenta, jest nadrzędną wartością w działalności w reprezentowanym przez owe spółki sektorze. To on jest zawsze ich punktem odniesienia i dla niego wdrażają najbardziej innowacyjne rozwiązania. Jak dziś wygląda rynek farmacji i co go kształtuje? Zapraszamy do lektury raportu.

Redakcja



Polska firma biotechnologiczna o długoletniej historii – na rynku polskim i zagranicznym działa od 1944 r. Dzięki dostarczaniu wiodących, innowacyjnych rozwiązań w medycynie, dzięki zaangażowaniu i pracy zespołu, wspiera pacjentów i środowisko medyczne. Produkowane przez firmę preparaty lecznicze są unikatowe, innowacyjne i spełniają wszelkie niezbędne wymagania jakościowe. Spółka wdraża na bieżąco nowe technologie i jest blisko ośrodków naukowych, prowadząc z nimi badania udoskonalające kadrę pracowniczą, procesy produkcyjne i preparaty. Biomed Lublin w produkcji wykorzystuje głównie własne technologie.



Gedeon Richter Polska z główną siedzibą w Grodzisku Mazowieckim (zajmującą się produkcją, konfekcjonowaniem oraz obszarem B+R) oraz z oddziałem w Warszawie (odpowiedzialnym za marketing i sprzedaż) jest obecny na rynku polskim od 1994 r., natomiast główna działalność produkcyjna i badawczo-rozwojowa rozpoczęła się w 2002 r. Obecnie rynek Polski jest jednym z kluczowych dla Gedeon Richter – znajduje się tu jedno z trzech najważniejszych centrów badawczo-rozwojowych koncernu w grupie. Gedeon Richter Polska łącznie od 2002 r. przeznaczył na rozwój nowych rozwiązań ponad 200 mln zł. Produkowane przez Gedeon Richter Polska preparaty trafiają zarówno na rynek krajowy, jak i zagraniczny. Firma specjalizuje się w produkcji leków klasyfikowanych w kilku grupach terapeutycznych, z których najważniejsze to leki kardiologiczne, dermatologiczne i immunostymulujące.



Globalna, innowacyjna firma z obszaru ochrony zdrowia działająca w oparciu o badania naukowe, której misją jest pomaganie ludziom osiągać więcej, czuć się lepiej i żyć dłużej. Firma realizuje to zadanie dzięki badaniom naukowym, opracowywaniu oraz wytwarzaniu produktów w trzech globalnych obszarach biznesowych: innowacyjnych leków, szczepionek i produktów ochrony zdrowia. GlaxoSmithKline chce być jedną z najbardziej innowacyjnych, osiągających najlepsze wyniki i cieszących się największym zaufaniem firm farmaceutycznych na świecie. Jej wartości i oczekiwania leżą u podstaw wszystkiego, co robi i pomagają kształtować kulturę organizacyjną spółki, tak aby mogła dostarczać pacjentom i konsumentom nowoczesne produkty lecznicze oraz sprawiać, by firma GSK była doskonałym miejscem pracy.



Polpharma od 85 lat pomaga pacjentom w każdym wieku. Jest największym polskim producentem leków i jedną z wiodących firm farmaceutycznych w Europie Środkowo-Wschodniej. Jej działania doceniają lekarze i farmaceuci, z którymi współpracuje, by wspierać pacjentów w długim i zdrowym życiu. Jest liderem polskiego rynku farmaceutycznego i jednym z wiodących producentów leków w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, Azji Centralnej i Kaukazu. Dzięki dynamicznemu rozwojowi, ekspansji zagranicznej oraz inwestycjom kapitałowym spółka stała się silną, międzynarodową grupą farmaceutyczną, zatrudniającą ponad 7500 pracowników i oferującą nowoczesne leki, substancje oraz innowacyjne rozwiązania dla pacjentów i partnerów biznesowych z całego świata. Fabryki Grupy Polpharma opuszcza rocznie około 400 mln opakowań leków, które pomagają ludziom w 35 krajach. Z kolei substancje farmaceutyczne trafiają do ponad 60 krajów, w tym na zaawansowane rynki Stanów Zjednoczonych, Japonii i Korei.



Teva Pharmaceuticals Polska należy do globalnej grupy farmaceutycznej, dostarczającej wysokiej jakości leki, które pomagają 200 milionom pacjentów każdego dnia. Teva w Polsce należy do pierwszej trójki firm krajowego rynku farmaceutycznego, z portfelem produktów szeroko stosowanych w najważniejszych obszarach terapeutycznych, takich jak kardiologia, choroby układu oddechowego, ośrodkowy układ nerwowy, leczenie bólu, choroby onkologiczne oraz leki OTC stosowane w leczeniu objawów przeziębienia i grypy. W swoich działaniach Teva jest wierna zasadom odpowiedzialnego i etycznego postępowania, angażując się w poprawę życia pacjentów, opiekunów i całej społeczności na wiele sposobów. W ramach działań edukacyjnych firma prowadzi serwis www.teva.pl/odcienie-zdrowia, poświęcony historiom pacjentów i ich zmaganiom z chorobami przewlekłymi. Teva od lat prowadzi program „Tevactive”, w ramach którego we współpracy z fundacją wspiera dzieci wymagające rehabilitacji.

Wzrost mimo pandemii

Wartość rynku produktów OTC w Polsce, rozumianego jako sprzedaż leków i suplementów diety z dietetycznymi środkami specjalnego przeznaczenia medycznego, wyniosła w 2019 r. ponad 14 mld zł (sprzedaż apteczna i pozaapteczna). Stanowiło to wzrost o blisko 7 proc. r/r, wynika z najnowszego raportu PMR pt. „Rynek produktów OTC w Polsce 2020. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2020–2025”.

W ocenie PMR, rok 2020 będzie dobrym okresem dla tego segmentu rynku, mimo kryzysu całej gospodarki spowodowanego pandemią koronawirusa. Sektor farmaceutyczny najmniej dotknięty koronawirusem? Po wciąż solidnym wzroście gospodarczym w 2019 r. (w ujęciu realnym 4,0 proc., r/r), na skutek szerzącej się pandemii, rosnącej niepewności w otoczeniu zewnętrznym, jak i pogarszającej się sytuacji wewnętrznej, spodziewamy się spadku PKB w bieżącym roku. W scenariuszu pesymistycznym spadek PKB w 2020 r. może być nawet dwukrotny.

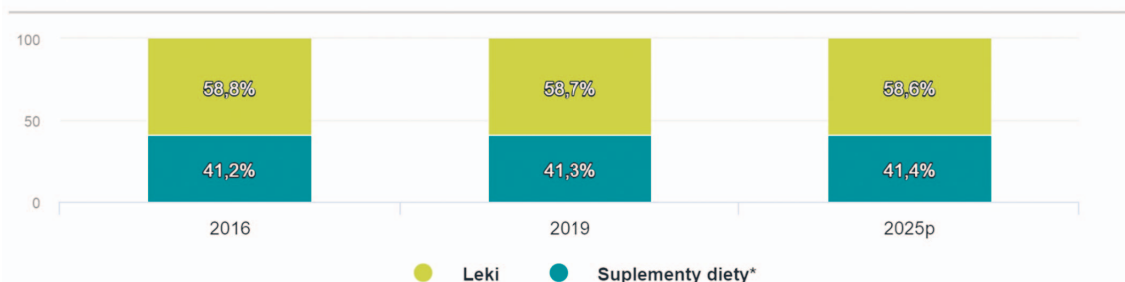
Bez zaskoczenia

Nie jest jednak zaskoczeniem, że sektor farmaceutyczny jest jednym z najmniej dotkniętych obecną sytuacją w gospodarce. Z badania przeprowadzonego przez PMR w kwietniu 2020 r. wynika, że w sektorze farmaceutycznym odsetek firm, które nie tylko zachowały, ale też zwiększają obecnie działalność, jest najwyższy i wynosi 17 proc. (w porównaniu do innych badanych sektorów – średnia dla wszystkich sektorów – 9 proc.).

Rynek OTC wzrośnie o 6 proc. w 2020 r.

Dlatego też zarówno w wariantach bazowych, jak i pesymistycznych

Rynek produktów OTC w Polsce, według statusu produktu, pod względem wartości (%), 2016, 2019 i 2025



* z uwzględnieniem dietetycznych środków spożywczych specjalnego przeznaczenia
Wyjaśnienie: rynek apteczny i pozaapteczny, scenariusz bazowy.
p – prognoza

Źródło: raport PMR „Rynek produktów OTC w Polsce 2020. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2020–2025”, 2020

nym wzrost na rynku produktów OTC będzie, według prognoz PMR, dodatni i kilkuprocentowy. W przypadku suplementów diety wzrośnie sprzedaż produktów wspierających odporność, ale przy spadku siły nabywczej konsumentów wartość sprzedaży w innych kategoriach może charakteryzo-

wać się niższą dynamiką niż rok wcześniej. Z badania przeprowadzonego przez PMR w kwietniu 2020 r. wynika, że im bardziej „opcjonalny” produkt z kategorii farmaceutyków, tym większy odsetek osób deklarujących, że w ostatnim okresie epidemii zrezygnowały lub

ograniczyły zakupy danego produktu. Ponadto pacjenci mogą zwrócić się w stronę tańszych produktów, na czym mogą zyskać marki własne. Ogólnie prognozujemy, że dynamika całego rynku leków OTC i suplementów diety wyniesie ponad 6 proc. w 2020 r. (scenariusz bazowy).