ISO 9001:2015

Брой 172

АПРИЛ 2018

STING pharmaceutical products

Стинг АД

www.stingpharma.com

web.stingpharma.com

Уважаеми колеги, пролет е – цветна и разнолика, носеща дъхът на пробуждането и жаждата за обновление. За Стинг АД новото начало беше „Десетата маркетингова конференция“, проведена с идеята за прилагане в аптеките на „Дигитален фармацевтичен маркетинг“. Събитието за пореден път даде арена на над 700 магистър фармацевти, от цялата страна, както и 31 компании да обменят професионален опит, знания и мисли за бъдещите насоки и очакваните промени.

10-та годишнина на конференцията беше и поредното доказателство – пример за доброто сътрудничество между различните участници в сектора. Мотото „Мисли мащабно“ концентрира вниманието около подготвените теми и анализи за готовността на фарма обществото относно въвеждането на е-здравеопазване и регламент за контрол на личните данни, дигитализацията, имплементирането на верификацията и смяната на касовите апарати.

Официалните гости – госпожа Мария Габриел – еврокомисар по цифровата икономика и общество, д-р Даниела Дариткова и проф. Татяна Бенишева дадоха насоки и прогнози за бъдещите посоки на развитие. Иновативният формат на конференцията даде възможност на всеки да участва в дискусията по темите, да прави предложения и да задава въпроси.

Не по-малко важно беше обсъждането и позициите на НАП, МТЕЛ, Уникредит Булбанк и АСС за новостите в бизнес пространството, промените и очакванията на крайните клиенти от собствениците на аптеки. Въвеждането на електронното здравеопазване и професионалното използване на дигиталния маркетинг се превърнаха в основните акценти на конференцията. Социално отговорен и ангажиран, Стинг АД предвижда да изработи до края на годината мобилно приложение за аптеките в страната, с цел по-достъпно и целенасочено обслужване на пациентите. Тази опция ще даде възможност на повече от 3 000 000 потребители да имат информация за номенклатурата и услугите, предлагани в най-близката до тях аптека.

Освен това през месец април стартира дигитална платформа за обучение на фармацевти в аптеките по сезонни теми. В научната част продуктовите презентации и промоционалните активности бяха не по-малко обсъждани и дискутирани от участниците.

Уважаеми колеги, вашето партньорство и активно участие в маркетинговите събития, които Стинг АД организира, са важни за нас, защото стремежът ни е заедно да постигнем добри резултати и да реализираме каузата, която ни обединява – професионалната консултация за здравето.

STING pharmaceutical products

Съдържание

Rx продукти 4

Mavenclad, Clariant, Boldenone Undecylenate

OTC продукти 9

Фарма общество 14

Засилени санкции и контрол на НЗОК Затваряме 2017 г. с ръст на пазара

X Маркетингова конференция 23

Защита на личните данни Как да започнете своя фарма дигитален маркетинг?

Хранителни добавки 29

Козметика 35

Медицински изделия 38

Издава СТИНГ АД
Главен редактор:
маг. фарм. Аделина Любенова
Реклама: Петя Шебова,
Ивелин Иванов
Дизайн и предпечат:
Десислава Христова
Печат: Дедракс АД
Разпространение: СТИНГ АД;
София, бул. „Асен Йорданов“ №6;
тел. 02/970 31;
office.sofia@stingpharma.com

Списанието е специализирано за фармацевти. Разпространява се безплатно с рекламна цел. Редакцията не носи отговорност за предоставените материали. Препечатване на текстове, илюстрации или обособени части от списанието може да става само след писменото съгласие на издателя.

https://www.umniknigi.com/

Четенето е здраве!

Кампания за стимулиране на четенето, инициатива на „СТИНГ“ АД

Основната теза в „Да продаваш е човешко“ е изненадващата истина за това, което мотивира другите. Книгата представя процеса на продаване в нова светлина, а именно като мотивиране да се размени това, което имаме, знаем и можем, срещу нещо, което други имат или искат да придобият.

Както в „Мотивацията“ и „Изцяло ново мислене“, така и тук Даниел Пинк черпи от богатството на социалната наука за необичайните си прозрения. Разкрива ни нова тактика за мотивирането на другите, кара ни да забравим правилото „Винаги приключвай сделката“, обяснява защо екстровертите не са най-добрите търговци и показва път за действията ни, които всъщност може да промени и нашето мислене.

Иновация 2018

Иновацията е мислене, а не процес, който може да бъде включен и изключен. В тази статия ще ви представим няколко различни теми. Организационните стратези ни казват, че поведението се храни с умения, но съществува тенденция за разделяне на „твърдите“ технически умения от „по-меките“ комуникативни такива, които водят до взаимодействие с глобалната работна сила. Техническите организации продължават да придават голяма стойност на „твърдите“ умения. Ето защо трябва да разберем по-добре как технолозите взаимодействат помежду си, с нашия бизнес и с екологичните предизвикателства, за да сме полезни и ценни за обществото.

Mavenclad е лекарство, което се използва за лечение на възрастни с пристъпни форми на множествена склероза, заболяване, при което възпаление увреждa защитната обвивка около нервните клетки в мозъка и гръбначния стълб. Пристъпна форма означава, че пациентът има повтарящи се обострения на симптомите. Mavenclad се използва при пациенти, чието заболяване е високоактивно. Той съдържа активното вещество кладрибин (cladribine).

Как се използва Mavenclad?

Mavenclad се отпуска по лекарско предписание и лечението трябва да бъде започнато и проследявано от лекар с опит в лечението на множествена склероза. Дозата зависи от телесното тегло на пациента. Лечението включва два курса, разпределени в рамките на над 2 години. През първата година пациентите приемат 1 до 2 таблетки на ден в продължение на 4 или 5 дни; след 1 месец отново приемат 1 до 2 таблетки на ден в продължение на 4 или 5 дни, което прави обща доза от 1,75 mg на килограм телесно тегло в рамките на двата периода.

Курсът на лечение се повтаря след 1 година. Не трябва да се приемат никакви други лекарства в продължение на 3 часа след приема на Mavenclad. За повече информация вижте листовката.

Как действа Mavenclad?

При множествената склероза имунната система на организма напада и увреждa защитната обвивка около нервните клетки в централната нервна система. Активното вещество кладрибин има химическа структура, която е подобна на пурин, едно от веществата, необходими за изграждането на ДНК. В организма кладрибин се улавя от клетки, като лимфоцитите, и оказва влияние на производството на нова ДНК. Това предизвиква смъртта на лимфоцитите и забавя развитието на множествената склероза. Кладрибин вече е одобрен в ЕС за лечение на определени видове левкемии.

Ползи от Mavenclad

Mavenclad показва, че е ефективен в едно основно проучване, обхващащо 1 326 пациенти с повтарящи се пристъпи на множествена склероза. Проучването сравнява ефекта на Mavenclad и плацебо за намаляване на честотата на пристъпите в продължение на 96 седмици след започването на лечение. Пациентите,

лекувани с Mavenclad, имат честота на пристъпи средно 0,14 на година в сравнение с 0,33 при плацебо; в края на 96-те седмици около 8 от 10 пациенти, които получават стандартни дози Mavenclad, и 6 от 10 пациенти, получаващи плацебо, не са имали пристъп. Пациентите, получаващи Mavenclad, имат 50% по-малка вероятност за развитие на заболяването (увеличение на инвалидността, което продължава поне 6 месеца). Резултатите предполагат, че ефектите са по-големи при пациенти с високоактивно заболяване и че може да се очаква полза при други пристъпни форми на множествена склероза.

В едно проследяващо проучване за период от още 2 години ползата от оригиналното лечение се запазва, но изглежда няма допълнителна полза при прилагане на повече от 2 курса на лечение с Mavenclad.

Какви са рисковете?

Най-често срещаните нежелани лекарствени реакции са лимфопения (намаление на лимфоцитите, което може да засегне повече от 1 на 10 души) и инфекции с вируса на херпес зостер при до 1 на 10 пациенти. Обриви, загуба на коса и понижен брой на друг вид бели кръвни клетки, неутрофили, могат също да засегнат до 1 на 10 пациенти. За пълния списък на нежеланите лекарствени реакции вижте листовката.

Ефектите върху лимфоцитите намаляват имунната защита срещу инфекции и рак: Mavenclad не трябва да се използва при пациенти с активни дългосрочни инфекции като туберкулоза, хепатит, HIV или при такива, чиято имунна защита е отслабена поради други причини, като лечение с лекарства, които потискат имунната система. Противопоказан е при пациенти с активен рак. Трябва да се избягва лечение и при пациенти, чиято бъбречна функция е умерено или силно намалена, при бременни и кърмещи жени. За пълния списък на ограниченията вижте листовката.

Mavenclad показва, че намалява честотата на пристъпите и забавя развитието на болестта при пациенти с пристъпна форма на множествена склероза. Това изглежда е по-забележимо при пациенти с високоактивно заболяване, за които се счита, че клиничните ползи превишават рисковете на тежко, дългосрочно намаляване на броя на лимфоцитите, което увеличава риска от инфекции и евентуално от рак. Фактът, че Mavenclad се приема през устата и изисква само 2 кратки курса през интервал от 12 месеца предоставя предимство на пациентите. Поради това Европейската агенция по лекарствата реши, че ползите от Mavenclad са по-големи от рисковете, и препоръча да бъде разрешен за употреба в ЕС.

Какви мерки се предприемат, за да се гарантира безопасната и ефективна употреба на Mavenclad?

Фирмата, която предлага на пазара Mavenclad, ще предостави на здравните специалисти и пациентите информация, в т.ч. съвети за нежеланите лекарствени реакции и опасенията за безопасност, необходимостта от наблюдение преди и по време на лечението и за предот-

вратяването на забременяване и ефективната контрацепция при пациентите от женски и мъжки пол. Препоръките и предпазните мерки за безопасната и ефективна употреба са включени и в КХП. Пълният текст на EPAR може да се намери на: ema.europa.eu/Find medicine/Human medicines/European public assessment reports. За повече информация относно лечението с Mavenclad прочетете листовката (също част от EPAR) или попитайте вашия лекар или фармацевт.

Знаете ли, че Clariant е компанията, специализирана в изработката на изделия, които контролират влажността в лекарствените опаковки? Тяхната нова линия ACTIVE HEALTHCARE PACKAGING дава решение как да защитим таблетките и капсулите от влагата и кислорода. Всички знаем, че те могат да повлияят на химичната или физичната им стабилност. Чувствителните лекарствени продукти често се нуждаят от активна защита, която да адсорбира тези елементи и да осигурят оптимален срок на съхранението им.

Има няколко начина за навлизане на влага и кислород във вътрешността на пластмасовата опаковка, което може да доведе до загуба на ефективността на лекарството преди края на срока на годност. Намирането на правилното решение изисква системен подход за всеки отделен случай. Цялата гама от активни и защитни разтвори на Clariant, включително силикагел, молекулярно сито и дезодориращи бентонит (вид седиментна скала – смес от глинести минерали – монтмориолит, нонтронит и вермикулит) позволяват да се контролират условията в опаковките на лекарствата.

Bayer Canada

Знаете ли, че Bayer AG има канадско дъщерно дружество – Bayer Canada, което е корпоративното седалище за канадските здравни операции. Знаете ли, че Boldenone Undecylenate е тяхно производство? Това е тетостерон, получен от анаболен андрогенен стероид, който е най-известен с търговското име Equipoise, даден му от Squibb през 1970-те.

У нас този продукт се продава в онлайн пространството без регистрация от ИАЛ. Това е меко казано странно, защото е анаболен стероид. Equipoise е официално класифициран като ветеринарно лекарство, като първите партиди на Boldenone са въведени на фармацевтичния пазар за хуманна употреба от Ciba в началото на 50-те години под марката Parenabol. Всички разновидности на продукти в интернет са реплики на оригиналния продукт, произвеждан от Байер.

Припомняме, че анаболните средства са химични вещества, които

повишават анаболните процеси в организма. Те повлияват белтъчната обмяна като повишават белтъчния синтез (анаболен ефект) и потискат разграждането на белтъците (антикатаболен ефект).

Анаболните вещества, включени в Списъка на забранените вещества 2008 г. са разделени на две групи – анаболни андрогенни стероиди и други анаболни средства. Анаболните андрогенни стероиди (ААС) включват ендогенно произвежданите тестостерон, дихидротестостерон (ДХТ), прохормони на тестостерона и техни метаболити, а също и екзогенните анаболни андрогенни стероиди, които са синтетични производни на тестостерона.

Тестостеронът, главният мъжки полов хормон, е както анаболен така и андрогенен стероид. Той се образува от холестерола в Лайдиговите клетки на тестиса. Малко количество тестостерон се синтезира също от яйчниците и надбъбречната жлеза. ДХТ е активен метаболит на тестостерона, със силен андрогенен ефект в някои тъкани. Дехидроепиандростерона, андростенедиона и андростенедиола са стероиди от биохимичния синтетичен път на половите хормони и са прекурсори на ендогенната продукция на тестостерон и естрогени. Тези стероидни прекурсори са слаби андрогени, секретирани основно от надбъбречната жлеза в двата пола. Те осигуряват източник на циркулиращи в кръвта стероиди, които могат да се превърнат в активни андрогени и естрогени в периферните тъкани.

Тестостеронът не оказва съществен ефект върху организма, ако се прилага орално или парентерално, защото хормонът бързо се разгражда в черния дроб и химичната му структура би трябвало да се модифицира, за да се получат полезни за медицинската практика препарати. Терапевтичният индекс на тестостерона е 1, което означава, че съотношението на анаболните към андрогенните му ефекти е равно. Ето защо синтетичните ААС са произведени, за да забавят разграждането на хормона и също така, за да се разделят анаболните от андрогенните му ефекти, така че само анаболните ефекти да се запазят, а андрогенните да се намалят до минимум. Основните промени в тестостероновата молекула са алкилирането на 17α-позиция (орално активни препарати) и естерификация на 17β-позиция (парентерално активни препарати).

Други анаболни средства

Групата на другите анаболни средства включва различни екзогенни за човешкия организъм вещества с анаболен страничен ефект – кленбутерол, зилпатерол, зеранол, тиболон. Кленбутеролът е силен бронходилататор, използван за лечение на астма. Зеранолът е микоестроген с нестероидна структура, произвеждан от плесен (fusarium) по зърното. Тиболонът е синтетичен стероид със смесени характеристики на естроген, прогестерон и андроген. Селективните модулатори на андрогеновите рецептори (SARM) са нови нестероидни субстанции в предклинична фаза на разработване.

AstraZeneca

Улови всяка възможност...
Не оставай в плен на задуха!

Симбикорт е показан при възрастни на и над 18 години за симптоматично лечение при пациенти с ХОББ с форсиран експираторен обем за една секунда (ФЕО1) <70% от очаквания нормален (след бронходилататор) и анамнеза за екзацербации, въпреки редовното лечение с бронходилататори.

Безопасността на пациентите е от първостепенно значение за АстраЗенека. Ако считате, че сте наблюдавали нежелана лекарствена реакция, ако междувременно е настъпила бременност, ако сте наблюдавали неочаквана полза или липса на ефект, моля да се свържете с нас на тел. (02) 44 55 000/факс (02) 971 11 24. Моля, съблюдавайте също изискванията за докладване на нежелани лекарствени реакции към Изпълнителна агенция по лекарствата. За информация за медикаменти на АстраЗенека, може да се свържете с нас на горепосочения телефон. Лекарственият продукт се отпуска по лекарско предписание. Преди да предпишете Symbicort®, моля, консултирайте се с пълната информация по предписването. Пълната информация по предписването е достъпна на уебсайта на Изпълнителната агенция по лекарствата www.bda.bg.

Дата на последна актуализация на КХП Симбикорт Турбухалер 160/4,5 µg 24.01.2017, КХП Симбикорт Турбухалер 320/9 µg 14.12.2016, КХП Симбикорт pMDI 14.12.2016г.

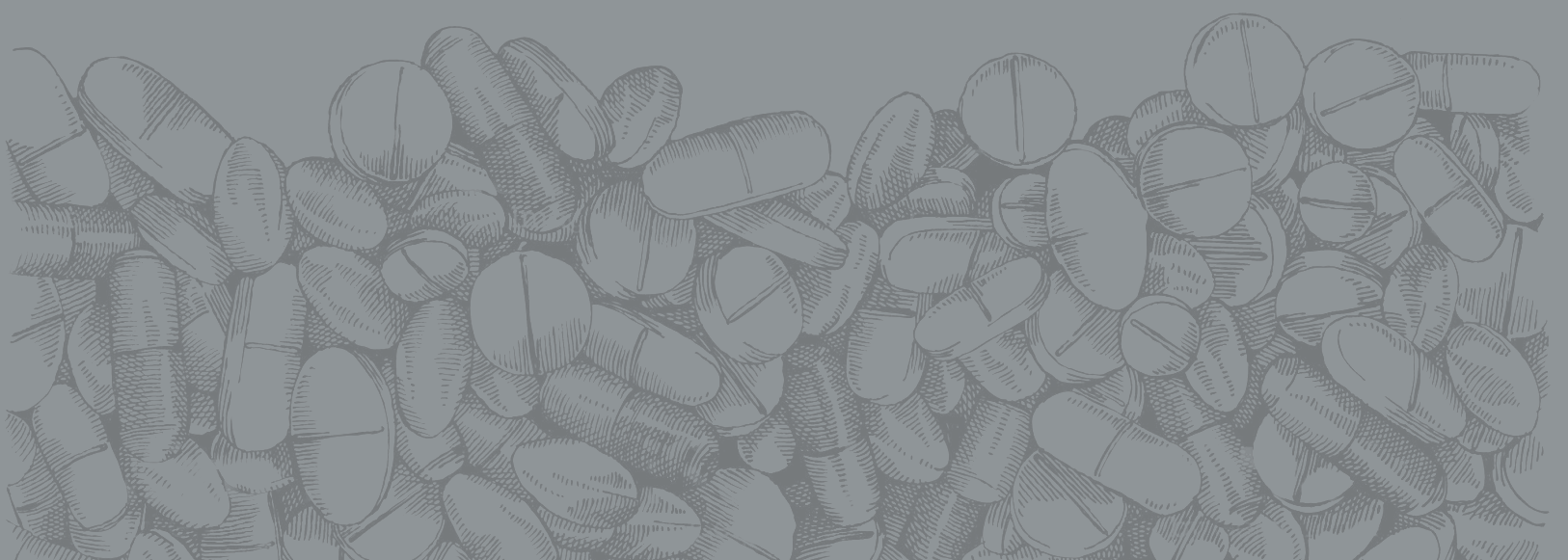
BG-0438 IAL-33463/07-08-2017

AstraZeneca България, София 1057, бул. Драган Цанков 36, тел: (02) 44 55 000, факс (02) 971 11 24

РАЗЛИКАТА Е

Symbicort®
budesonide/formoterol
160/4,5µg/доза 320/9µg/доза

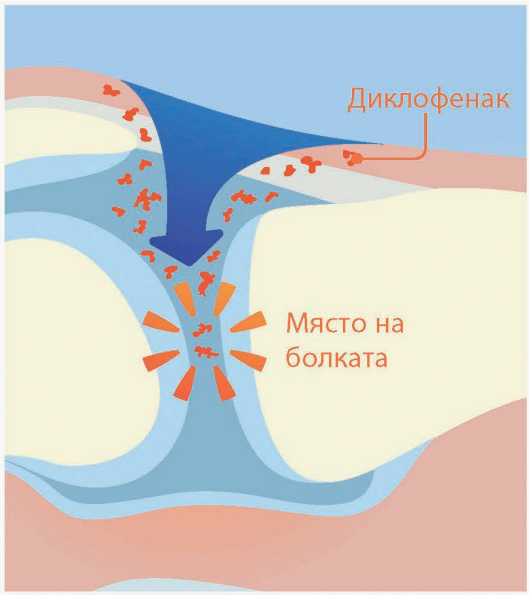
OTC продукти



Волтарен Форте 2,32% Гел облекчава болката в ставите и възпалението през целия ден*

Болката в ставите пречи на много от Вашите пациенти в по-зряла възраст да извършват ежедневни дейности, на които се наслаждават. Независимо дали пропускат хобитата си или се затрудняват да се качват по стълбите, може да им е трудно да не позволяват на болката да контролира живота им. Освен това, много от Вашите пациенти вече приемат перорално множество лекарства, така че дали наистина искаме да ги обременим с още една таблетка?

Над половината хора на възраст над 55 години изпитват болки в ставите[1]



Волтарен Форте 2,32% Гел би могъл да е решението

Волтарен Форте 2,32% Гел съдържа диклофенак, ефикасно противовъзпалително вещество, което блокира синтеза на простагландини и има прицелно действие върху болката в ставите и възпалението.[2,3]

Освен това, Волтарен Форте 2,32% Гел съдържа вещество, подобряващо проникването, което означава увеличено проникване на диклофенак през кожата и до тъканите.[4,5] След локално приложение, неговото противовъзпалително вещество прониква в зоната на ставата, за да действа срещу болката.[5–7] В рандомизирано, плацебо контролирано проучване при пациенти с остро навяхване на глезена, се установява, че Волтарен Форте 2,32% Гел, прилаган два пъти дневно, осигурява до 12 часа облекчаване на ставната болка.[6]

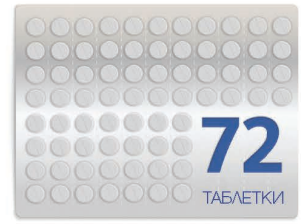
Над 70% от пациентите съобщават за намаляване на интензитета на болката след използване на Волтарен Форте 2,32% Гел

Волтарен Форте 2,32% Гел е приблизително два пъти по-ефективен за намаляване на болката при движение, чувствителността на ставите и за подобряване функцията на глезенната става, сравнен с плацебо гел.[8‡] Седмица след прилагането му, възпалението на ставите е три пъти по-малко, отколкото при пациентите, използващи плацебо гел.[8§]

Диклофенак за локално приложение: допълнително удобство, намален риск

Знаем, че нашите пациенти могат да се тревожат за риска от странични ефекти. Поради тази причина е добре да се знае, че Волтарен Форте 2,32% Гел не само осигурява доказано облекчаване на болката, а също и че локалните лечения с продукти, съдържащи диклофенак са добре поносими, с намален риск от нежелани системни реакции в сравнение с перорални НСПВС.[9–11‖]

100 g осигуряват на пациентите 12 дни облекчение на болките в ставите без прием на таблетки[2,8¶]



Волтарен Форте 2,32% Гел освен това има предимството да бъде удобен за използване. 100 g стигат за 12 дни,¶ осигурявайки толкова дози, колкото 48 таблетки напроксен (250 mg), 72 таблетки ибупрофен (200 mg) или 144 таблетки ацетилсалицилова киселина (300 mg).[2,12–14]

ИЛИ

За пациенти в зряла възраст, асортимента от лекарства, които приемат перорално може да причини безпокойство и объркване. С Волтарен Форте 2,32% Гел можете да предложите на своите пациенти алтернатива на пероралните аналгетици, продавани без лекарско предписание, която осигурява облекчаване на болката в ставите без да се добавя още една таблетка към тяхното ежедневие.

*Ако се прилага веднъж сутрин и веднъж вечер.
† ≥ 50% намаляване на болката при движение в проучване на болка следствие навяхване на глезена между ден 1 и 5.
‡ В ден 5 в проучване на болка следствие навяхване на глезена.
‖ При диклофенак за локално приложение има повишен риск от леки дерматологични странични ефекти (напр. кожни раздразнения), но те не са сериозни и са обратими.[11,15]
¶ Изчисления на базата на броя дози, а не на ефективността. Дозите на Волтарен Форте
¶ Изчисления на базата на броя дози, а не на ефективността. Дозите на Волтарен Форте 2,32% Гел са изчислени, като два пъти на ден, по 4 g гел за едно приложение, водещи до 12 дни лечение с една туба от 100 g. Фразата „Без прием на таблетки„ се отнася до формулировката за локално приложение на този продукт спрямо перорални формулировки на алтернативни лекарства за облекчаване на болката, и не означава, че пациентите никога няма да имат причина паралелно с това да използват перорални лекарства (напр. като бързодействащи медикаменти).

OTC (over-the-counter) = продаван без рецепта.

Специални предупреждения и предпазни мерки при употреба:
Приложимо приложение на ВОЛТАРЕН ФОРТЕ 2.32% гел върху големи области от кожата и за продължителен период от Време не може да се изключи вероятността за поява на системни нежелани реакции.
ВОЛТАРЕН ФОРТЕ 2.32% гел трябва да се поставя само върху здрава и интактна кожа (при липса на отворени рани или наранявания). Той не бива да бъде в контакт с очите или лигавици и не трябва да се поглъща. Да се преустанови лечението, ако се развие кожен обрив след прилагането на лекарствения продукт. ВОЛТАРЕН ФОРТЕ 2.32% гел може да се използва с неоклузивни превръзки, но не трябва да се употребява с оклузивни превръзки.

Информация за помощните вещества
ВОЛТАРЕН ФОРТЕ 2.32% Гел съдържа: Пропиленгликол, който може да предизвика сходно локализирано дразнене на кожата при някои хора,Бутилхидрокситолуен, който може да причини кожни реакции (напр. контактен дерматит) или дразнене на очите и лигавиците.

Волтарен Форте 2,32 % гел е лекарствен продукт без лекарско предписание за възрастни и юноши над 14 години. Съдържа диклофенак диетиламин. За подробна информация, относно противопоказания, специални предупреждения и предпазни мерки при употреба, както и нежелани лекарствени реакции, запознайте се с пълния текст на кратката характеристика на продукта (КХП 38227/20.06.2017) на официалната страница на ИАЛ (www.bda.bg).
Притежател на разрешението за употреба: GlaxoSmithKline Consumer Healthcare (UK) Trading Limited, Обединено Кралство
За повече информация: GSK Consumer Healthcare, тел. 02/9531034
Волтарен е търговска марка, притежавана от или лицензирана на групата компании GSK. Безопасността на пациентите е от първостепенно значение за ГлаксоСмитКлайн. Ако считате, че сте наблюдавали нежелана лекарствена реакция, предозиране или неправилна употреба, ако междувременно е настъпила бременност, ако сте наблюдавали неочаквана полза или липса на ефект, моля да се свържете с нас на телефон (02) 953 10 34/ факс: (02) 950 56 05. Моля съобщавайте също изискванията за докладване на нежелани лекарствени реакции към Изпълнителна агенция по лекарствата

Референции
1. GSK. Global Pain Index, 2017 (data on file). 2. Voltaren Diclofenac Diethylamine Gel (Tube and/or Dispenser). Core data sheet, 2016..3. Altman R, etal. Drugs. 2015;75:859–77. 4. Brune K. Curr Med Res Opin 2007;23:2985–95. 5. Quartarone G, Hasler-Nguyen N. Presented at the ACR/ARHP Annual Meeting, Boston, MA, USA, 2014. Abstract 2243. 6. Riess W, etal. Arzneimitte-Forsch 1986;36:1092–6. 7. Gondolph- Zink B, Gronwald U. Akt Rheumatol 1996;21:298–304. 8. Predel HG, et al. Med Sci Sports Exerc 2012;44:1629–36. 9. Davies NM, Anderson KE. Clin Pharmacokinet 1997;33:184–213. 10. US Department of Health and Human Services. Comparative effectiveness review, 2011. Available at: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK65646/pdf/Bookshelf_NBK65646.pdf. 11. Zacher J, et al. Postgrad Med 2011;123: 1–7. 12. Ibuprofen 200 mg. Summary of product characteristics, 2016. Available at: https://www.medicines.org.uk/emc/medicine/15681. 13. Aspirin 300 mg. Summary of product characteristics, 2015. Available at: https://www.medicines.org.uk/emc/medicine/30291. 14. Naproxen 250 mg. Summary of product characteristics, 2016. Available at: https://www.medicines.org.uk/emc/medicine/25756. 15. Derry S, et al. Cochrane Database Syst Rev 2015;CD007402.
CHBA/CHVOLT/0002/18

Вашият верен партньор с гама от продукти за лечение на сърбеж, уртикария

Fenistil гел

Fenistil капки

КОЖНИ АЛЕРГИИ И ОБРИВИ

УХАПВАНИЯ ОТ КОМАРИ

СЛЪНЧЕВО ИЗГАРЯНЕ

Фенистил 0,1 % гел е лекарствен продукт без лекарско предписание за деца и възрастни.
Фенистил 1 mg/ml перорални капки, разтвор е лекарствен продукт, отпускан по лекарско предписание за деца и възрастни.
Съдържат диметинденов малеат. За подробна информация, относно противопоказания, специални предупреждения и предпазни мерки при употреба, както и нежелани лекарствени реакции, запознайте се с пълните текстове на кратките характеристики на продуктите (КХП 35091/31.10.2016 и КХП 38539/14.07.2017) на официалната страница на ИАЛ (www.bda.bg).
Притежател на разрешението за употреба: GlaxoSmithKline Consumer Healthcare (UK) Trading Limited, Обединено Кралство
Търговски марки, притежавани или лицензирани от групата компании GSK. ©2018 Групата компании GSK или техен лицензодател.
За повече информация: GSK Consumer Healthcare, тел. 02/9531034. Безопасността на пациентите е от първостепенно значение за ГлаксоСмитКлайн.
Ако считате, че сте наблюдавали нежелана лекарствена реакция, предозиране или неправилна употреба, ако междувременно е настъпила бременност, моля да се свържете с нас на телефон: (02) 953 10 34 / факс: (02) 950 56 05.
Моля съблюдавайте също изискванията за докладване на нежелани лекарствени реакции към Изпълнителна агенция по лекарствата.
CHBA/CHFENI/0007/17b(1)

Fenistil

Хомеопатични монопрепарати на Немски хомеопатичен съюз

в D потенции

dhu-globuli.bg

Apis mellifica медоносна пчела

D 6 | D 30 | D 1000

При възпаления на кожата и лигавиците, с едем и пареща, пробождаща болка.
Внезапност на появата на отока и възпалителния синдром!

Действието на Apis mellifica е ДОКАЗАНО в ПРАКТИКАТА като:

- много сигурно и надеждно
- настъпва бързо, но е много краткотрайно
- назначаваме през кратки интервали от време – 15-20 минути
- отменяме при настъпването на подобрение или липсата на ефект в очаквания период

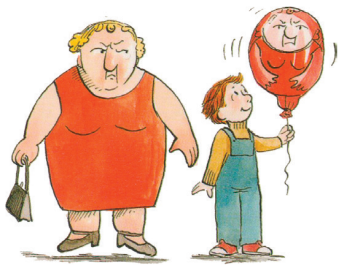
ОТОК

на кожата с интензивна пареща и пробождаща болка

след ухапване от насекоми

Остра алергична реакция! Червено-розов, бързо развиващ се, парещ, щипещ оток, облекчаващ се от студена вода.

генерализиран



Силни отоци по цялото тяло, кожата е опъната, сякаш ще се пръсне.

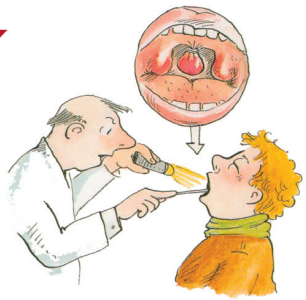
посттравматичен оток на става

Болезнени и подути стави. Студът облекчава.

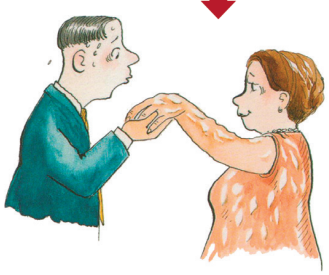
Дозировка	при остри симптоми	**Apis mellifica** D6 на всеки 15-20 мин. по 1 доза	При подобрение – разреждаме на 2 ч. по една доза до пълно отзвучаване на симптомите.
	при хронични симптоми	**Apis mellifica** D30 2-3 пъти по 1 доза	

ФАРИНГИТ, ТОНЗИЛИТ

Възпаление на гърлото и на сливиците с отоци като „торбички" на увулата и тонзилите; с боцкаща болка.



СЛЪНЧЕВ УДАР; ИЗГАРЯНЕ; УРТИКАРИЯ



Уртикария с подуване, облекчава се от студена вода

Дозировка	Apis mellifica D6	на всеки час по 1 доза до подобрение	Apis mellifica D30	два пъти по 1 доза до подобрение

Гореща линия на DHU!

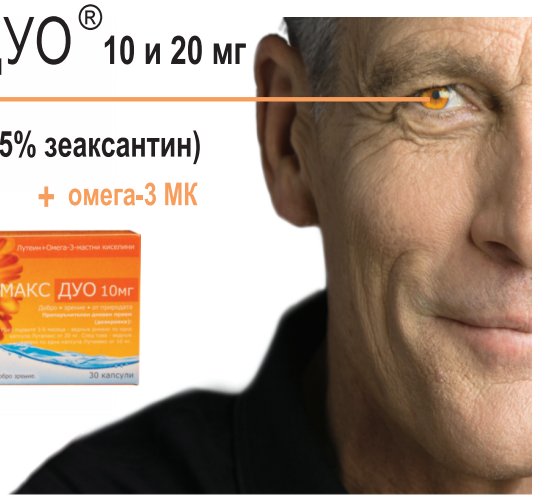
Ако не можете да намерите вашето лекарство в D потенция на Немския хомеопатичен съюз, обадете се на тел. 02 861 40 00 (в работно време от 10-17 ч.)

Създадени с грижа за очите...

Лутамакс ДУО® 10 и 20 мг

95% Лутеин PSI [265b] (5% зеаксантин)

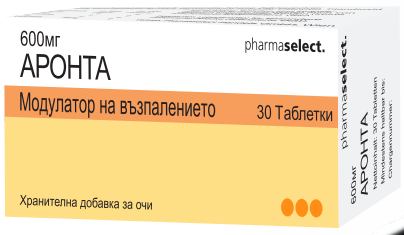
+ омега-3 МК



Двойна защита при...
Макулна дегенерация
свързана с възрастта

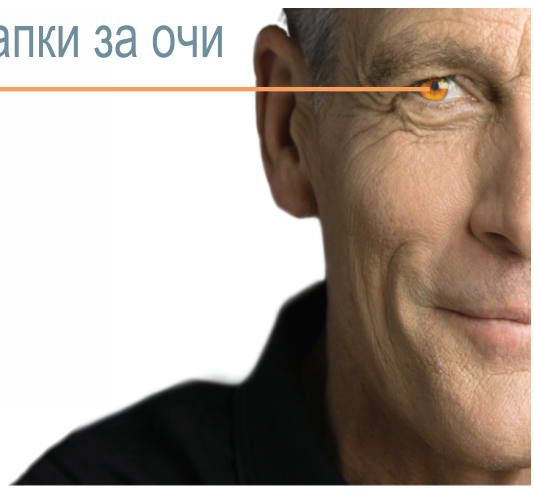
АРОНТА®

(Куркумин-Фосфолипиден-Комплекс)



Допълнение към...
стандартната терапия
на хронично рецидивиращи
Увеити

ОКУЦЕЛ® капки за очи



Изкуствени сълзи ...
балсам за сухите очи

Производител: Фармаселект Интернешънъл ООД
Ернст Мелхиор 20,10-20 Виена, Австрия

pharmaselect.
ние се грижим за вашите очи

Засилени санкции и контрол на НЗОК

НЗОК
Договор
на аптеките с НЗОК

Все се още не е ясен окончателният текст на Проекта за изменение и допълнение на условията и реда за сключване на договори за отпускане и заплащане на лекарствени продукти по чл. 262, ал. 6, т. 1 от ЗЛПХМ на медицински изделия и диетични храни за специални медицински цели, заплащани напълно или частично от НЗОК. Очаква се това да стане през април, а от май да влезе в сила.

Проектът включва обезпечаване на проследимост на разходването на публични средства и изискванията на данъчното законодателство се внася изискване данните от фискалния бон за отпуснатите ЛП, МИ и ДХ, да съответстват на данните, въведени в аптечния софтуер на аптеката и данните от рецептурната бланка. Това е общо тенденция в регулирането на дейностите по отчитане на продажба на стоки със специализиран складов софтуер. Въвеждат се засилени санкции за поведение, което препятства извършването на контрол по изпълнението на договорите от страна на изпълнителите, като се разграничават съставите на пълен отказ на контролните органи на НЗОК до помещенията на аптеките и неоказване на друго съдействие в хода на проверката – непредставяне на данни и документи. Продължаването на срока на действие на Условията и реда, както и на сключените на тяхно основание индивидуални договори имат за цел да осигурят достъпа на пациентите до продукти за амбулаторно лечение, заплащани от НЗОК.

Проектът предвижда отпадането на изискванията, които нямат пряко отношение към целта на уредбата на отпускане на продукти за амбулаторно лечение. Пример за това е изискването за идентификация на пациентите с технически средства и вписване в рецептуерната бланка на трите имена и данните от документа на самоличност на приносителя на рецептата.

В частта със санкциите за нарушение на договорите, са въведени нови диференцирани размери на санкции – финансови неустойки за обезпечаване контрола по изпълнението на договорите. Размерът на санкциите е завишен спрямо общия размер на санкциите като парична стойност, тъй като изпълнителите имат интерес да възпрепятстват цялостния контрол предвид ниския размер на санкциите за неоказване на съдействие на длъжностните лица от НЗОК.

Внася се уточнение, че датата на отпускане в рецептурната книжка следва да съответства на датата от рецептурната бланка. Това е необходимо с оглед проследяването при последващо предписване на продукти от ИМП на датата на отпускане на продуктите, тъй като ИМП нямат достъп до датата на отпускане на продуктите в бланките, а само до рецептурните книжки. Забраната за съхранение на медицинска документация от аптеките е свързана с обработването на лични данни и намаляване на риска от нарушението на достъпа.

Фармацевтично
общество

Личната медицинска документация е собственост на пациентите и съхранението им в аптеките затруднява попълването от медицинските специалисти и контрола от НЗОК на редовното попълване на книжките в момента на отпускане на продуктите. В противен случай са налице множество случаи на по-късно попълване на книжките от страна на аптеките, не в момента на отпускане на продуктите. Внасят се технически и редакционни корекции в изброените разпоредби от Условията и реда с оглед прецизност на формулировката, които, по същество, не водят до съществени изменения на съ-държанието.

Изменението и допълнението относно срока на действие на подзаконовия акт ще създаде и осигури възможност за изпълнение на целите на ЗЛПХМ и на Закона за здравното осигуряване относно достъп на пациентите до лекарствени продукти, медицински изделия и диетични храни за амбулаторно лечение в периода след 01.04.2018 г.

Липсата на съществено изменение на обществените отношения, съответно – на нормативния акт, не налага издаването на нови Условия и ред, а внасянето на изменения и допълнения в действащия акт. Прилагането на новата уредба няма да внесе трудности пред изпълнителите, като се внасят пропорционални и съответни на целта изисквания.

Бюджетът на НЗОК отново прекроен

Последният ремонт в бюджета на НЗОК за 2018 г. оглавява класацията за най-бързо приет законопроект. При среден престой на проекто-документите в Народното събрание от около 2 месеца, депутатите са гласували поправките, свързани с парите на НЗОК, само ден след постъпването им в парламента. До скоростните изменения във вече гласувания бюджет на НЗОК се стигна след като ГЕРБ се отказа от мораториума за финансиране на нови молекули. Решението на управляващите дойде след наложеното вето от президента Румен Радев и в отговор на натиска от страна на опозицията. За периода юли-декември 2017 г. са обнародвани общо 64 закона или средно между 10 и 11 месечно.

Близо 70% от изследваните закони са ремонтирани повече от веднъж за 6 месеца. Лидери са Данъчно-осигурителният процесуален кодекс – с 6 изменения и допълнения (средно веднъж месечно) и Законът за съдебната власт, следвани от Закона за местните данъци и такси и Закона за Комисията по финансов надзор – с по 5 изменения и допълнения. Откроват се и нормативи, изменени още преди да влязат в сила. До 15-ти април представители на касата ще трябва да проведат срещи с колеги от две чужди каси, на които страната ни дължи най-много средства за лечение на български граждани, а именно Австрия и Германия.

Решение за това е взето на заседание на Надзорния съвет на фонда. По време на срещите ще трябва да бъде изготвен и график за разсрочване на плащанията. Припомняме, че въпросът с дълговете на Касата към чужди клиники е във фокуса на внимание от месеци и за малко не коства поста на управителя на НЗОК проф. Камен Плочев.

След серия противоречиви твърдения стана ясно, че НЗОК дължи 271,2 млн. лв. към чужди клиники, от които към 31 януари 2018 г. просрочените задължения възлизат на 133,1 млн. лв. За разплащане на тези дългове в бюджета на Касата за тази година са предвидени 73 млн. лв. Надзорният съвет е приел и облекчаване на процедурата за отпускане на лекарства на болните от хепатит Б, като занапред те ще преминават през една, а не две комисии.

Взето е решение от ПЛС да отпаднат медикаментите с изтекли патентни права. Това означава, че НЗОК ще поема генеричните продукти за лечение. Аргументите за това са няколко – от една страна, намалената цена на генеричните лекарства, от друга – липса на регистрирани негативни реакции спрямо тях, както и спрян внос на оригиналния продукт. От пациентската общност са гласували „въздържал се“, защото са на мнение, че пациентът трябва да има избор на лечение.

МЗ Електронна система

Ще бъде създадена информационна система, която да проследява пътя на лекарствата от влизането им в България, през търговците на едро и дребно до пациентите или евентуалното им изнасяне. Мярката ще

е срещу незаконния реекспорт на лекарства като се въведат ясни правила, отговорности и наказания. Проверката на здравното министерство, прокуратурата и МВР е показала, че в разследваната схема участват и медицински лица – в болници, в болнични аптеки.

Задържат се лекарства, които са необходими за пациентите и при нова доставка тръгват зад граница, разкри министър Кирил Ананиев. По думите му предложената от здравното министерство система ще отчита какви количества влизат, колко са реимбурсирани от НЗОК и колко излизат от България, като при износ, свързан с недостиг от регионален/национален мащаб, ще се намесват контролните органи.

„Към момента само от една акция срещу такава схема за установени 80 млн. лв. загуби за държавата, а проверяваните подобни нелоялни практики са няколко", отбеляза Ананиев и не скри мнението си, че в сектора съществува силен лобизъм. „Всички знаят, че лобистките интереси започват от влизането на лекарството в България, влизането му в ПЛС, отиването до конкретни аптеки или болници, изписването на лечението и стигането до гражданина", каза той и допълни, че има съмнения, че лекарите и фармацевтите са стимулирани да отпускат определени лекарства.

Джипитата остават в стачна готовност

Причината е, че и след последните проведени разговори със здравното министерство не са постигнали решение на проблемите им, съобщиха от софийската им организация. Отпадане на 24-часовото дежурство, намаляване на бумащината в работата им, отпадане на задълженията за опис на касовите бележки са част от нещата, за които те настояват. Сред останалите са повишаване на потребителската такса като се обвърже с минималната заплата и стане 1% от нея. Освен това пациентите, които са освободени от нея, да я плащат, а държавата да възстановява парите на тях.

Това искане е провокирано от постоянното закъснение на разликата в размера на таксата за пенсионерите, които чакат от министерството. Март беше поредният месец, в който джипитата се оплакаха, че парите им се бавят с по няколко месеца. Въпреки намеренията им за протести, здравните власти засега не са склонни да отстъпят по исканията им. Ако не се намери решение обаче, е възможно да се стигне до протести и в страната. *Clinica.bg*

Бизнес
Чайкафарма АД

За трета поредна година компанията няма да разпредели дивидент и ще гласува увеличение на капитала си с нови 7,9 млн. лв. от нетната печалба на дружеството за 2017 г. На общо събрание на акционерите на 30 април 2018 г. ще се гласува предложението на Съвета на директорите за разпределение на печалбата, реализирана през 2017 г. в размер на малко над 8,83 млн. лв. Предвидено е 10%, или малко над 883 хил. лв., компанията да задели като задължителен резерв, а 47,7 хил. лв. да се отнесат като допълнителен резерв на дружеството. Остатъкът от печалбата в размер на 7,9 млн. лв. ще бъде използван за увеличение на капитала. Сумата представлява 89,46% от нетната печалба на фармацевтичната компания. Така размерът на капитала на компанията ще достигне 72,2 млн. лв.

Процедурата се превръща в практика за компанията през последните години. През изминалата година акционерите гласуваха да се увеличи капиталът на дружеството с остатъка от печалбата за 2016 г. в размер на 7,7 млн. лв. От печалбата за 2014 г. за дивидент бяха отделени 35 хил. лв., като тогава капиталът беше увеличен с 6,1 млн. лв., а други 681 хил. лв. бяха отнесени като резерви. За четвъртото тримесечие на миналата година „Чайкафарма Висококачествените лекарства" АД отчете 0,85% ръст на нетните приходи от продажби

до 33,4 млн. лв. и повишение с над 5% на нетната печалба до малко над 9 млн. лв. Възвръщаемостта на активите на дружеството достига 9,38%. От началото на годината в общо 37 сделки са изтъргувани 6887 акции на „Чайкафарма Висококачествените лекарства“ АД, като книжата на компанията от януари досега поскъпват с 4,56% при пазарна капитализация от 466,95 млн. лв. *Инвестор*

Рискове от спада на ваксинациите

Отправен е призив за повишаване на прозрачността при производството на ваксини. Държавите следва съвместно да закупуват дози с цел понижаване на цените. Намаляващото обществено доверие във ваксинирането представлява голямо предизвикателство и вече доведе до последици за здравето, заявиха членовете на Комисията по обществено здраве на ЕП на последното си заседание през март.

Членовете на Комисията по обществено здраве на ЕП отбелязват със загриженост, че епидемиологичните данни показват значителни разлики в приемането на ваксините и недостатъчно покритие, което да гарантира адекватната защита на населението от болести, предотвратими чрез ваксини, в приетата резолюция. Те заявяват, че нарастващите и широко разпространени обществени колебания относно ваксините будят тревога и вече имат последици, като например огнища на зараза с морбили в редица държави, чието предотвратяване е било възможно.

Участвалите в заседанието евродепутати посочват, че ваксините преминават щателна проверка през множество фази на изпитвания и са подложени на периодична оценка. Те също така приветстват предстоящото започване на съвместно действие, което е съфинансирано от Здравната програма на ЕС и е насочено към увеличаване на броя на хората, които са били ваксинирани. Те заявяват, че Европейската комисия следва да засили своята подкрепа за националните усилия, свързани с ваксинирането.

Комисията по обществено здраве на ЕП подчертава, че повишаването на прозрачността при оценяването на ваксините и техните спомагателни вещества, както и при финансирането на независими научноизследователски програми и възможните странични ефекти на ваксините би допринесло за възстановяване на доверието във ваксинирането. Посочва се, че изследователите трябва да декларират всеки конфликт на интереси. Лицата, които имат такъв, да бъдат изключени от комисиите за оценка.

Следва да бъде отменена и поверителността на обсъжданията в комисията за оценка на Европейската агенция по лекарствата (ЕМА), а научните и клиничните данни да станат обществено достояние. Предлага се започването на фактологичен и основан на научни доказателства диалог с гражданското общество, за да се води борба с ненадеждната, подвеждаща и ненаучна информация относно ваксините.

Съвместно възлагане на обществени поръчки

Членовете на Комисията заявяват, че не е обосновано разходите за пълен комплект ваксини за едно дете да са 68 пъти по-големи през 2014 г. в сравнение с 2001 г. Те подкрепят съществуващо споразумение, което позволява съвместното възлагане на обществени поръчки за ваксини, като по този начин се обединява покупателната способност на държавите членки. Проектът на резолюция беше приет с 55 гласа „за“, 1 „против" и 3 „въздържал се“. Той ще бъде подложен на гласуване от пълния състав на ЕП в Страсбург през април или май.

Участвалите в заседанието евродепутати заявяват, че всяка година ваксинирането предотвратява около 2,5 милиона смъртни случаи в световен мащаб и намалява разходите за лечение на конкретните заболявания, включително антимикробните лечения. През периода 2008-2015 г. в Европа е имало 215 000 случая на болести, предотвратими чрез ваксини, с изключение на грип.

Те също така подчертават, че имунизацията чрез ваксинация е средство за водене на борба с антимикробната резистентност. В своя план за действие относно антимикробната резистентност Европейската комисия обяви стимули за увеличаване на навлизането на диагностика, алтернативи на антимикробните средства и ваксини. Европейската комисия ще представи инициатива за засилено сътрудничество в борбата с болестите, предотвратими чрез ваксини, през второто тримесечие на 2018 г.

Според глобално проучване, осъществено от Vaccine Confidence Project,

в европейския регион е регистриран най-голям брой отрицателни отговори що се отнася до схващането за важността на ваксините и тяхната безопасност и ефективност, което води до най-високи нива на обществени колебания относно ваксините в България, по данни от Националния център по обществено здраве и анализи, относителният дял на децата, необхванати, поради отказ на родител, със задължителни имунизации и реимунизации през 2017 г. е между 0,07 и 0,74%, което е между 46 и 449 лица.

Като основна причина за необхващане на подлежащите лица се посочва дългосрочната миграция на деца, включително и на родители, които не са определили попечител на оставените за отглеждане в България непълнолетни деца, както и установени медицински противопоказания. С цел повишаване на имунизационния обхват в детска възраст през 2017 г. министерство на здравеопазването разпореди издирване на всички деца без проведени имунизации срещу морбили, с приоритет деца до 5-годишна възраст, както и на необхванатите през 2014-2016 г. с многокомпонентни ваксини деца, подлежащи на реимунизация на 16 м. и 6 г. възраст, посочва Ананиев.

В резултат на предприетите действия допълнително са имунизирани 8 317 деца с трикомпонентна ваксина срещу морбили, паротит и рубеола, 22 905 деца – с петкомпонентна ваксина и 37 905 деца – с четирикомпонентна ваксина. В този период не е имало отчетен недостиг на многокомпонентни ваксини в нито една област на страната, както и получена информация за необхващане на деца, поради липсата на дадена ваксина.

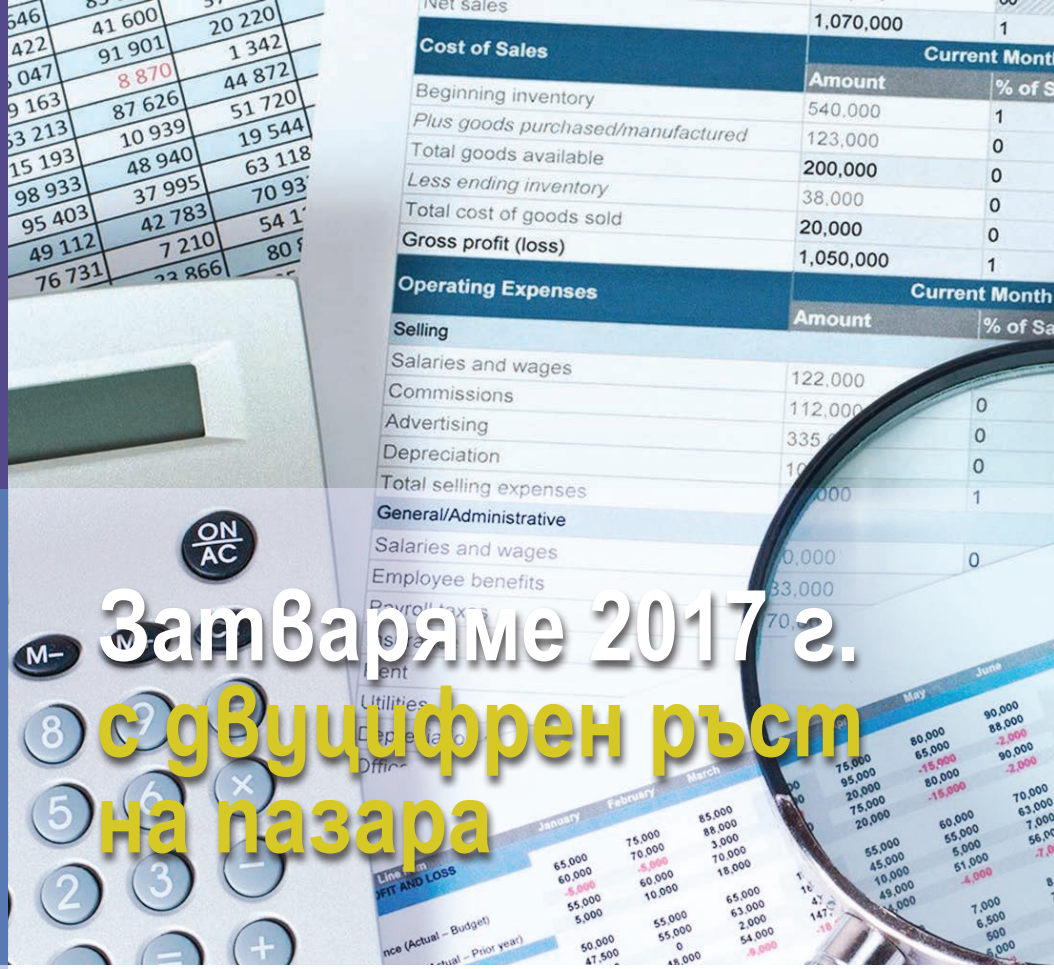
Milkybar на Nestle с по-ниско съдържание на захар

Компанията се опитва да оцелее на фона на силни спадове за индустрията с нездравословни храни. Швейцарската компания Nestle пуска на пазара версия на шоколада си Milkybar с по-ниско съдържание на захар, произведен с нова техника на подслаждане, с което компанията се опитва да се опълчи на заплахата срещу цялата нездравословна индустрия, оценявана на 185 млрд. долара, съобщи Ройтерс.

Milkybar Wowsomes, нова по-скъпа версия на шоколада, известен с рекламите на Milkybar Kid, ще бъде по рафтовете на магазините във Великобритания и Ирландия през следващите седмици. Най-голямата компания за хранителни продукти в света обяви, че новите шоколадови барчета ще имат с 30% по-малко захар от типичните шоколади благодарение на използването на нова съставка на Nestle – захар, чиято структура е била променена, за да бъде по-лека и да се разтваря по-бързо. Въпреки това барчетата имат само 3% по-малко калории поради допълнителни съставки.

Новата захар, за която се заговори публично през 2016 г., отразява едно от най-големите предизвикателства пред големите компании от хранително-вкусовата промишленост – как нездравословните храни да станат здравословни.

„Здравето е важно, но много потребители не са готови да се откажат от вкуса“, коментират специалисти от индустрията. Според тях всички потребители биха предпочели да запазят същия вкус на шоколада, но биха се зарадвали той да е с 30% по-малко захар. Маркетинговият стратег на Nestle казва, че целта на новия шоколад е да даде на родителите по-здравословна опция за техните деца. Nestle е подложен на натиск от акционерите да ускори продажбите след шест години на забавен растеж заради трудностите на целия сектор с търсенето на по-здравословни алтернативи.



Затваряме 2017 г. с двуцифрен ръст на пазара

2017 г. е поредната с година с устойчив ръст на общия пазар при 3 372 млн. лв. стойност на продажбите. Най-голямата категория, прескрипторни продукти, аптечен канал, генерира 2 012 млн. лв продажби по цени на дребно, а т. нар. категория consumer health, CH (лекарства без лекарско предписание и храни-телни добавки) добавя още 764 млн. лв. и представлява 28% от продажбите на аптечен канал. Болничният канал е с реализирани 596 млн. лв.

Общият пазар нараства с малко над 10% спрямо продажбите през 2016 г., като повече от половината от ръста се дължи на аптечните прескрипторни продукти, които нарастват с 9% спрямо 2016 г. Следващия по важност генератор на ръста е болничен канал, който както и в последните години изпреварва по ръстове аптечния канал. Ръстът от 19,7% в болничния пазар се дължи на L01G антинеопластични средства с MAT (4,1 mBGN), L01H инхибитори на протеинкиназа (2,4 mBGN), L02B цитохормонни антагонисти (1,3 mBGN). Категорията CH (лекарства без лекарско предписание и хранителни добавки) бележи малко под 7% ръст и допринася за общото нарастване на пазара с почти 49 млн. лв. По-слабите ръстове на та-зи категория се дължат на силно сезонно зависимия характер на основните OTC категории.

Развитие на пазара, България, 2017

Segment	Sales [m BGN]	PPG [%]	Nominal growth [m BGN]	Units [m BGN]	Units PPG [%]	CAGR 3y %
Retail (Rx only)	2,011.8	9.0%	166,7	145.4	1.6%	9.2%
Hospital (Rx only)	595.9	19.7%	98.3	42.6	-3.8%	12.0%
CH (OTC + FS)[1]	764.1	6.8%	48,6	125.9	0.4%	7.7%
Total (Rx+OTC+FS)	3,371.8	10.3%	313.6	313.9	3.8%	11.9%

Както и предходните години, ръстовете в стойност изпреварват нарастването на продажбите в опаковки, което подсказва структурата на ръста: за прескрипторното портфолио основен принос имат иновативните, скъпоструващи терапии, а при CH (лекарства без лекарско предписание и хранителни добавки) се наблюдава превключване към по-висок ценови клас продукти.

Силна концентрация в прескрипторния пазар през 2017 г.

- При търговците на едро: водещите 4 търговеца на едро съставляват 78% от общия пазар.
- В структурата на аптеките: веригите с над 50 обекта съставляват 44% от пазара и 19% от всички аптеки.
- В болничен канал: водещите 10 болници за лечение на злокачествени образувания осъществяват 56% от разходите.

Структура на разходите за АТС в сравнение с ЦИЕ.

Значителна концентрация се наблюдава в структурата на разходите по АТС класове: водещите 5 класа АТС1 съставляват 70% от общите продажби на прескрипторни продукти в България. За сравнение този показател за държавите от Централна и Източна Европа е 67%. Основно разликата в нивата на концентрация можем да открием в кардиологичен клас

Общество

и онкология, където изразходваме повече от държавите в ЦИЕ. По-високите разходи в класа L в България могат да се обяснят с по-лесния пазарен достъп на нови постъпления в сравнение с пазарите в ЦИЕ. През 2017 г. категорията L (антинеопластика + имунология) държи 20% от държавния бюджет, докато J (системни антиинфекциозни средства) нараства най-бързо със 149%.

Водещи корпорации и брандове.

Водещите 10 корпорации съставляват 48% от пазара. Abbvie и MSD имат съществено превъзходство на пазара.

Слаб ръст на сегмента лекарства без лекарско предписание и хранителни добавки през 2017 г.

За разлика от пазара на лекарства без лекарско предписание и хранителни добавки, измерен на ниво покупки на аптеките, продажбите на този сегмент продукти към краен клиент бележат значително по-слаби ръстове (за хранителните добавки) и дори спад (за лекарствата без лекарско предписание). Продажбите в стойност на хранителните добавки почти достигат тези на лекарствата без рецепта: съответно 326 млн. лв. (хранителни добавки) спрямо 399 млн. лв. лекарства без рецепта.

Силна концентрация и в СН сегмента и през 2017 г.

• Концентрация в аптечния сегмент: половината от аптеките, работещи с СН портфолио са разпределени в 6-те водещи града на страната, 1/4 са в столицата.

• Концентрация в СН категориите: 15% от продажбите са съсредоточени в двете основни категории: Болка и Грип и Настинка. Слабият зимен сезон в края на 2017 г. определя скромните продажби на лекарствата без рецепта. Именно водещите две категории определят динамиката на целия СН сегмент. Категориите, доминирани от хранителни добавки бележат ръст, който обаче не може да компенсира негативната динамика на „големите“ Болка и Грип и Настинка.

Слабият сезон в края на 2017 г. с негативно отражение върху водещите компании в портфолиото на лекарства без рецепта и хранителните добавки.

В сегмента лекарства без рецепта и хранителните добавки, концентрацията на пазара е сравнително по-ниска, топ 10 корпорации отговарят за 36.4% от продажбите в стойност.

Топ 10 корпорации, Аптечен и Болничен канал, 2017 г.

#	Corporations	Sales RET [mBGN]	PPG [%]	Nominal growth [mBGN]	MS %	Units [m]	Units PPG [%]
1	Novartis	200	4.85%	9	7.67%	9.7	-2.39%
2	Roche	179	8.69%	14	6.85%	0.9	2.07%
3	Actavis	153	-2.16%	-3	5.88%	21.2	-7.10%
4	Abbvie	134	54.35%	47	5.15%	0.1	1.11%
5	Sanofi-Aventis	113	-5.15%	-6	4.33%	8.4	-3.07%
6	GlaxoSmithKline	111	13.28%	13	4.27%	4.4	4.16%
7	Pfizer	108	17.14%	16	4.16%	4.0	8.40%
8	AstraZeneca	97	14.08%	12	3.72%	2.7	2.84%
9	MSD	82	40.07%	24	3.16%	3.0	-4.24%
10	Sopharma	78	1.84%	1	2.99%	21.8	-0.63%
Top 10		1,257	11.26%	127	48.19%	76.4	-2.32%
Others		1,351	11.36%	138	51.81%	111.6	2.24%
Total		2,608	11.31%	265	100%	188.0	0.34%

Позитивна прогноза за 2018 г.

Сред позитивните фактори за ръста на прескриптторното портфолио през 2018 г. са:

- По-голям бюджет 2018 за НЗОК.
- Нови INN, включени в списъка за реимбурсиране и ефект върху договорените постъпления.
- Незадоволени медицински нужди (HCV, онкология и др.)
- Повишено потребление на някои чуждестранни ТА.
- По-ниска безработица през 2017 спрямо 2018 г.

През 2018 г. нарастването на пазара ще бъде ограничено от:

- Бавен, неефективен и непрозрачен процес за оценка на нови IN
- Рестриктивно ценово регулиране – правило за най-ниската цена.
- Неустойчив компенсаторен механизъм за споделено плащане.
- Могат да се очакват нови мерки за устойчив ръст.
- Наблюдение на реалната ефективност на нови INN.
- Централизирани болнични електронни търгове.

Прогнозата за пазара на лекарства без рецепта и хранителни добавки е сравнително песимистична

и залага на хранителните добавки, заради силно сезонния характер на основните лекарства без рецепта. Въпреки големите стокови наличности в аптеките и пренасищане на потреблението в някои ключови категории, сред позитивните фактори за ръста на СН пазара са:

- Все още ниски нива на консумация на глава от населението.
- Ценова оптимизация в някои райони.

Segment	Sales [m BGN] MAT12'17	PPG [%]	Nominal growth [m BGN]	Units [m]	Units PPG [%]	CAGR 3y %
OTC[1]	399.2	-1.3%	-5.1	76.7	-4.6%	0.0%
FS[2]	325.9	7.7%	23.2	38.5	0.7%	6.1%
Total CH[3]	725.1	2.6%	18.1	115.2	-2.9%	2.6%

Динамика на пазара на лекарства без лекарско предписание и хранителни добавки, продажби към краен клиент

#	OTC3 market	Sales [m BGN]	PPG [%]	Nominal growth [m BGN]	Units [m]	Units PPG [%]	Consumption per capita [Bulgaria]	CEE[1] consumption per capita
1	02A1 GENER PAIN RELIEF ADULTS	63.8	-2.7%	-1.8	22.5	-6.8%	4.2	2.8
2	01B1 COLD OR FLU REMEDIES	45.0	-9.3%	-4.6	5.5	-12.4%	3.1	2.5
3	01C1 SORE THROAT REMED.	39.4	4.2%	1.6	5.4	-1.9%	2.4	2.1
4	01B2 NASAL DECONGESTANTS	28.8	3.1%	0.9	4.8	-1.4%	1.7	1.3
5	03F1 PROBIOTICS DIGEST HEALTH	25.8	11.8%	2.7	2.3	5.1%	1.5	1.3
6	01A2 EXPECTORANTS	25.6	2.8%	0.7	3.6	-3.1%	1.7	1.3
7	02E1 MUSCULAR PAIN RELIEF TOPI	23.0	4.4%	1.0	3.3	-2.1%	1.5	1.6
8	05F1 IMMUNOSTIMULANT PREPARATI	20.5	2.2%	0.4	1.2	2.4%	1.1	0.8
9	02G2 JOINT CARE PRDS(SYSTEMIC)	18.6	6.3%	1.1	0.7	0.9%	1.2	0.7
10	10E1 HEART ATTACK PREVEN.PROD.	17.7	-4.2%	-0.8	4.4	-5.7%	1.2	0.8
Top 10		308.1	0.4%	1.2	53.6	-5.1%	19.6	15.2
Others		417.0	4.2%	16.9	61.6	-0.9%	70.2	64.6
Total		725.1	2.6%	18.1	115.2	-2.9%	89.8	79.8

Топ 10 Категории пазара на лекарства без лекарско предписание и хранителни добавки, продажби към краен клиент

#	Corporations	Sales RET [m BGN]	PPG [%]	Nominal growth [m BGN]	MS %	Units [m]	Units PPG [%]
1	ACTAVIS	40.9	-0.7%	-0.3	5.6%	13.6	-6.0%
2	SOPHARMA	34.6	-0.6%	-0.2	4.8%	13.8	-5.8%
3	GLAXOSMITHKLINE	29.0	-4.0%	-1.2	4.0%	3.5	-7.0%
4	SANOFI-AVENTIS	26.3	3.9%	1.0	3.6%	3.5	-0.8%
5	NOVARTIS	26.3	6.9%	1.7	3.6%	3.1	-0.6%
6	BOOTS	25.2	-0.2%	-0.1	3.5%	3.4	-3.2%
7	BAYER	24.1	-7.0%	-1.8	3.3%	4.0	-7.1%
8	VEDRA BG	19.6	12.3%	2.2	2.7%	1.8	-1.9%
9	NATURPRODUKT BG	19.2	13.9%	2.3	2.6%	1.5	5.7%
10	WALMARK	19.0	-3.4%	-0.7	2.6%	1.2	-7.0%
Top 10		264.2	1.1%	3.0	36.4%	49.5	-4.8%
Others		460.9	3.4%	15.2	63.6%	65.7	-1.4%
Total		725.1	2.6%	18.1	100%	115.2	-2.9%

Топ 10 корпорации пазара на лекарства без лекарско предписание и хранителни добавки, продажби към краен клиент

X Маркетингова конференция

Адв. Десислава Кръстева
съдружник в Адвокатско дружество „Димитров, Петров и Ко.“

Защита на личните данни

В съвременния свят почти не съществува дейност, която да не е свързана с и да не изисква някакво обработване на лични данни. От информация за служители, през информация за клиенти, доставчици, пациенти, ученици, търговски партньори и информация, която събираме или обработваме за целите на маркетинга – неизменно е налице обработване на лични данни. Лични данни съставлява всяка информация, която се отнася до физическо лице, което е идентифицирано или потенциално може да бъде идентифицирано.

Поради това 25 май 2018 г. е ключова дата за българския и европейския бизнес. От тази дата в целия ЕС ще започне едновременно да се прилага новият Регламент (ЕС) 2016/679 (GDPR). Макар у нас от години да действа Закон за защита на личните данни, съобразен с европейските правила, новият Регламент въвежда съществени нови изисквания и надгражда действащите правила. По-долу са посочени само някои от най-съществените промени, които ще настъпят у нас след месец май.

Преди всичко Регламентът въвежда безпрецедентно високи максимални размери на санкциите за нарушение на правилата за защита на личните данни. Най-високите достигат до 20 милиона евро или 4% от общия годишен световен оборот на предприятието (което може да се тълкува и като корпоративната група) за предходната финансова година. За сравнение, най-високата санкция по сегашния закон е 100 000 лева.

Това ще доведе до качествена промяна в начина, по който третираме личните данни – те са своеобразен актив на организациите, който обаче трябва да бъде пазен отговорно и при осигуряване на подходящи гаранции за защита на правата и свободите на лицата, чиито данни се обработват. Само като оптимизира процесите си по обработване на лични данни българският бизнес ще може да отговори на предизвикателствата, които Регламентът поставя пред тях.

Регламентът въвежда принципа за отчетност. Това означава най-малко две неща:

- Администраторите на лични данни ще са длъжни надлежно да документират процесите по обработване на лични данни;
- Администраторите на лични данни ще трябва по всяко време да са в състояние да докажат, че спазват правилата за защита на личните данни.

Всичко това предполага внимателен анализ в рамките на всяка една организация относно това какви дейности по обработване на лични данни извършва, какви лични данни се обработват, за какви цели, как е обезпечена сигурността на данните и т.н. В тази връзка е изключително важно да се знае, че дори и дейности по заличаване на данни, както и всяка форма на пазене на данни (вкл. и в архив), съставляват обработване на данни по смисъла на Регламента.

Задължението за регистрация пред Комисията за защита на личните данни (КЗЛД) ще отпадне и ще бъде заменено със задължението на водене на вътрешна документация (вкл. специални регистри, в които типизирано организациите следва да включат информацията относно извършваните дейности обработване на лични данни. Засилват се правата на отделните физически лица, чиито данни се обработват. Това се случва по две линии:

- Някои от старите права се доразвиват и конкретизират:

– право на изтриване, или както е по-популярно правото „да бъдеш забравен“ е конкретизирано по-де-

Какво значи Регламент 2016/679 за бизнеса у нас?

Маркетинг

тайлно за условията, при които може се упражни и какви са последиците при упражняването му;

– доразвиват се правилата за профилирането и индивидуалното вземане на автоматизирани решения.

• Въвеждат се нови права:

– право на преносимост на данните – позволява на физическите лица, които са предоставили лични данни въз основа на договор или на съгласие за обработване с автоматизирани средства, да получат данните си в машино-четим формат, а ако е технически възможно – да поискат прехвърлянето им от един администратор на друг;

– право на ограничаване на обработването – междинно право, което може да бъде упражнено при определени условия вместо правото на изтриване и позволява на физическите лица временно да „блокират“ обработването на своите данни, като обаче данните не се изтриват.

Посочените по-горе права не са абсолютни, те могат да бъдат упражнявани само съобразно предвидените в Регламента условия. Създават се и нови задължения за бизнеса. Такива са например:

• Задължение за уведомяване в случай на нарушение на сигурността на данните – както КЗЛД, така и в някои случаи засегнатите физически лица, трябва да бъдат уведомени, ако е настъпил пробив в сигурността на данните.

• Извършване на предварителна оценка на въздействието – при високорискови операции по обработване на лични данни. Ако оценката покаже висок риск, е необходимо извършването на предварителна консултация с КЗЛД как следва да протече самото обработване с цел минимизиране на този риск.

• Определяне или назначаване длъжностно лице по защита на данните – това задължение не е приложимо към всички администратори и обработващи лични данни лица, а само към такива, които отговарят на посочени в Регламента критерии. В обхвата на това задължение попадат организации, които извършват мащабно и системно обработване на лични данни или обработване, свързано с високи рискове за физическите лица. Това лице е своеобразен съветник по всички въпроси относно обработването на лични данни, но самата отговорност се носи от организацията. Длъжностното лице по защита на данните също така служи като точка за контакт за КЗЛД и за субектите на данни във връзка с обработването на личните данни. То може да бъде както служител, така и външен изпълнител.

Регламентът изисква да се гарантира неговата независимост, поради което при определянето му е необходимо да се внимава да не съвместява дейности, които могат да доведат до конфликт на интереси. Така например, счита се, че е недопустимо определянето на HR мениджъра, мениджър по информационна сигурност и др. под. лица за длъжностното лице по защита на данните, тъй като възниква конфликт с другите извършвани от тях дейности.

Наталия Кирилова
изпълнителен директор на „Диджитал Маркетинг Груп“

Как да започнете своя

Днес дигиталният маркетинг е неразделна част от стратегията на водещите брандове и задължителен елемент от комуникационния микс на по-малките. Фармацевтичният сектор не изостава от тази тенденция. А големите компании стават все по-агресивни в инвестициите си в онлайн присъствие. Бюджетите на някои от тях, само за България, доближават седем цифрени суми. Какво означава това за малкия и среден фармабизнес и кои са най-ефективните стратегии, за да може той да се открои на пазара?

4 стъпки, с които да спечелите вашите клиенти онлайн

1. Дайте си ясна сметка, кой е вашият идеален клиент.

Знаем, че в идеалния случай това би бил всеки един човек в страната или в чужбина, но реално погледнато това не е така. Затова се концентрирайте върху няколко типа човека – събирателен образ на хората, които най-често влизат във вашата аптека. Това може да са майки на деца от 3-6 години, които търсят с какво да лекуват децата си, пенсионери, които търсят лекарства за сърдечно-съдови заболявания, тинейджъри, които си купуват медицинска козметика или фенове на хомеопатията.

Препоръчваме ви да разработите 4-6 вида настоящи или потенциални клиенти. Големите компании работят с над 10 отделни потребителски сегмента, но ако имате малък бизнес, може да ви бъде трудно да ги управлявате впоследствие. За да стане още по-добър вашият маркетинг и да бъдете по-успешни, ви препоръчваме да си помислите за реални хора (ние, маркетолозите ги наричаме персони). Имайки пред себе си реалния човек, на когото искате да говорите, ще ви бъде много по-лесно в последствие.

2. Къде е вашият клиент и къде иска да бъде?

Тук не става въпрос само за физическото му присъствие, а за пътя, който той трябва да извърви, за да бъде удовлетворен. Голяма част от хората прекарват по няколко часа на ден, търсейки различна информация в интернет. За да си представите обема на интернет потребителите е важно да осъзнаете, че в България всеки месец във Facebook влизат около 3.5 милиона човека, а над 4.5 милиона са тези, които ползват интернет. Вашите потребители са в интернет, при това голямата част са там всеки ден.

Особено внимание трябва да обърнем на потребителите над 50-годишна възраст, тъй като за голяма част от брандовете, те макар и силно казано „не са интересни”. Във фармацевтичния бизнес обаче тези хора са едни от основните клиенти. В най-голямата социална медия Facebook всеки месец влизат повече от 800 000 човека над 50 години. Тези хора живо се интересуват от всякаква информация на тема „Здраве“.

За да бъде вашият онлайн маркетинг успешен, помислете за потребителите си, за това, какъв е техният проблем и каква е целта,

фарма дигитален маркетинг

Маркетинг

която те имат. Например, за майката на малкото дете може да е важно някой да я насочи навреме към това какво имунозащитно средство да купи, за да ограничи вирусите в дома си. За сърдечно-болния може да е важно някой (освен личния му доктор) да го консултира какви са възможните лекарства за неговото лечение.

За любителя на хомеопатията може да е важно в аптеката да получи адекватна информация за препоръчителните дози, които да взима при различни състояния. Като си съставите списък на най-важните проблеми, които вашият потенциален клиент иска да разреши, вие вече имате темите, по които да говорите /пишете/ коментирате. В началото се концентрирайте върху няколко теми, които може да коментирате всеки месец – най-добре е да имате по една тема за всяка важна за вас персона.

3. Как можете да улесните вашите клиенти в избора, който правят?

Най-силният фактор, който можете да използвате в онлайн среда, е желанието на хората да се самолекуват. Истината е, че всеки един от нас го прави. Без значение дали става въпрос за лека настинка или сериозно заболяване, ние инстинктивно търсим необходимата ни информация в онлайн пространството.

Точно тук е моментът, в който фармацевтът (и медикът) трябва да влезе в сериозната си роля и това е елементът, който ви дава най-големи възможности за маркетинг позициониране в мрежата. Проблемът на интернет е в това, че той е залят от „компетентните“ мнения на редица „некомпетентни“ потребители, които се чувстват достатъчно авторитетни, за да коментират как дадено неразположение или заболяване може да бъде излекувано. Много малко са наистина професионалните мнения от квалифицирани специалисти, които да дават обективна оценка на състоянията, в които може да се ползва дадено лечение (извън стандартната задължителна лекарствена информация).

В последните години традиционната роля на фармацевта като ценен и уважаван от обществото консултант беше редуцирана до тази на обикновен продавач. Време е тя да се върне в старата си форма и фармацевтите да се превърнат отново в ценен източник на информация. Интернет е изключително важен инструмент, който ще ви помогне да се позиционирате правилно пред вашите потребители.

След като вече знаете кои са вашите персони, и къде искат да стигнат, настъпва моментът да им поднесете необходимата информация, за да ги улесните в избора им.

Ако сте малка аптека, не е нужно да инвестирате в скъпи софтуерни решения (а и вероятно нямате необходимите ресурси). Затова ви предлагаме няколко идеи, как може да правите фарма-маркетинг, при наличието на по-ограничени възможности:

- Създайте си име – това е един от най-големите проблеми

на малките аптеки. Никой не ви познава по име (това на аптеката или на фармацевта). По тази причина всяка смяна на адреса на аптеката, може да се окаже пагубна за бизнеса. Изберете лесно за запомняне име и го налагайте навсякъде – в табелите си, в печата, в социалните медии и т.н.

• Направете си страница във Facebook – социалната мрежа дава възможност за създаване както на лични страници (на вас като личност), така и професионални фирмени страници (Pages). Използвайте и двете. Създайте си фирмена страница. Споделяйте там полезна информация поне 2-3 пъти на седмица и не забравяйте да споделите тази информация и на личната си стена до вашите приятели и познати.

• Използвайте чатове като Facebook Messenger или Viber, за да комуникирате с вашите клиенти. За някой възрастен човек може да е проблем да извърви половин километър през зимата, за да провери дали имате дадено лекарство. Ще го улесните изключително много, ако може да ви попита директно в лично съобщение. Ще се изненадате колко много от потребителите ви вече ползват този метод на събиране на информация.

• Коментирайте като професионалист под различни статии в големите здравни платформи. Днес в този тип платформи се е натрупала голямо количество информация и много хора търсят такава. Ако сте регионална аптека, може да използвате страниците на социалните медии в съответния град. Започнете да отговаряте на въпроси, които различни пациенти са публикували там. Истината е, че много успешни онлайн бизнеси са стартирали от социалните медии – без да имат онлайн магазин, чрез поръчки през Facebook Messenger.

• Ангажирайте хората в социалните медии – започнете с покана към вашите лични приятели да харесат страницата на аптеката ви, след което им задайте различни интересни въпроси. Например „Направихте ли си ги противогрипна ваксина?", или „Ползвате ли слънцезащитни кремове през лятото?". Ще се изненадате как някой лековат въпрос, може да предизвика лавина от коментари.

• Създайте видео – използвайте телефона си, за да снимате вашата аптека, някое ново лекарство, което са ви донесли или група от продукти, които са подходящи са съответния сезон. Видеото ангажира хората, те обичат да гледат и коментират. Още по-добре ще е ако се осмелите да снимате самите себе си и да споделите нещо от опита си – например, защо да не коментирате темата „Колко вода трябва да пия на ден?".

• Планирайте дългосрочно дейностите в онлайн среда, които ще правите. Много хора започват с ентусиазъм и след 2-3 седмици преустановяват работа. Успешни са тези, които имат постоянство и работят с месеци и години.

• Рекламирайте – може да отделяте малки бюджети, с които да се рекламирате онлайн пред хората от вашата общност. Интернет позволява много тясно профилиране на потребителите и по този начин да излъчвате/плащате реклама само на тези, които наистина ви трябват.

4. Как да измервате ефективността?

В онлайн пространството има хиляди начини, по които да измервате ефективността на действията си. Не бихме искали да навлизаме в тежката терминология, която съпътства тези измерители. Вместо това, когато сте активни по правилния начин в онлайн пространството, лесно ще може да видите, как давате добавена стойност на вашите клиенти и благодарение на това увеличавате тяхната лоялност. Ще имате нови теми на разговори и това ще Ви помогне да увеличите и асортимента във вашата аптека, за да предлагате подходящите продукти.

Създавайки правилния интерес към вашите публикации (имате коментари, запитвания, споделяния), лесно ще разберете кога е дошъл момента да направите нещо повече, да развиете бизнеса си в нови направления, а защо не да създадете и онлайн магазин, с който да достигнете до клиенти от цялата страна.

Хранителни добавки

A bis Z

ABOPHARMA

27 витамина, минерала и микроелемента

Тайната на победата над пролетната умора

Усещате, че сте уморени и ви е трудно да се концентрирате? Чувствате слабост и ви липсва мотивация? Навън пролетта разстила красивата си премяна, а вие сякаш не можете да ѝ се насладите пълноценно, защото не сте в настроение за пореден ден?

Причината за това, най-вероятно, е в пролетната умора. Изтощени след зимните месеци, тялото ни се нуждае спешно от енергия и витамини, за да попълни липсващите запаси и да се възроди за нов живот. Витамините на AboPharma A-Z са коктейл от 27 витамина, минерала и микроелемента, които ще осигурят достатъчно енергия, жизненост, добър тонус и настроение всеки ден, за да се радвате на живота пълноценно!

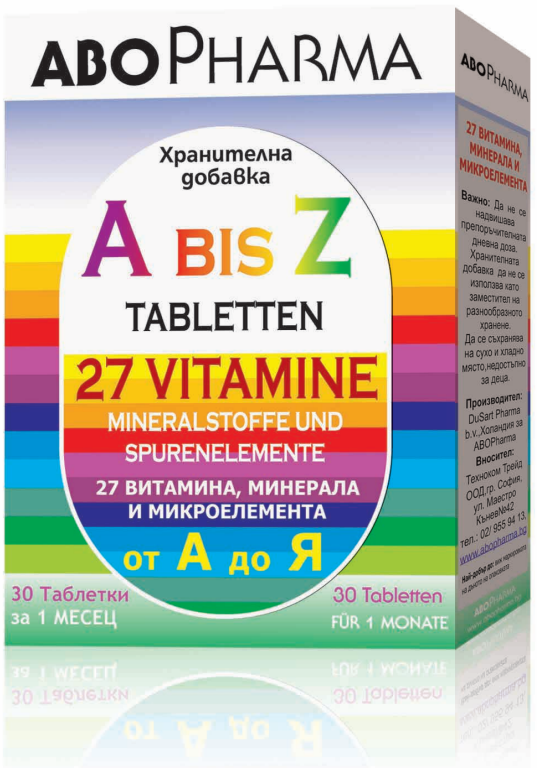
Организмът ни не може да произведе всички витамини в достатъчно количество, затова е много важно те да бъдат редовно приемани с храната или под формата на хранителни добавки.

Витамините са нискомолекулярни съединения с органичен произход, които не се синтезират в организма на човека и се образуват чрез биосинтеза в растителните клетки и тъкани. Те са нужни за нашия растеж, жизненост и добро физическо състояние и се намират в малки количества във всички естествени храни.

Витамините регулират обмяната на веществата посредством ензимната система. Недостигът дори на един-единствен от тях, може да изложи на опасност целия организъм. Те зареждат с енергия, поддържат ни в добра форма и ни помагат да действаме оптимално!

В сравнение с другите хранителни съставки като белтъчини, мазнини и въглехидрати, приемът на витамини е нищожен като количество, но недостигът им може да се окаже дори опасен за здравето. Като се има предвид обаче забързаното ни ежедневие – балансираното и разнообразно хранене, при което да се набавят всички витамини и минерали се явява трудна и непосилна задача. Затова една таблетка от витамините на AboPharma A-Z доставя всичко необходимо на организма ни за да се справи с понижения имунитет и липсата на енергия.

Мултивитамините на ABOPharma са получени само от естествените вещества, които действат синергично с други важни вещества (ко-фактори) и с много по-голяма сила в организма. Това е направено с прецизно германско качество чрез сертифицираните и разрешени за тази цел методи и технологии в ЕС. Те набавят ежедневните нужди от всички важни витамини, минерали и микроелементи в организма.



Време за промоции!

+1 винаги е по-добре

SlimExperts

Специални подаръци за вас, фармацевти

Само сега, ако заявите 4 кутии от който и да е продукт за отслабване на Vitaslim, ще получите още 1 бр. рабат.

Vitaslim LIGHT

4+1 рабат

Vitaslim LINE

4+1 рабат

Vitaslim FITNESS

4+1 рабат

Vitaslim DREN

4+1 рабат

Промоцията е в сила от 01.04.2018 г. до 30.06.2018 г.
Търсете при дистрибуторите на едро!

Vitaslim®

Licaps®
Visible • Liquid • Capsule™

Продуктите Vitaslim са хранителни добавки, произведени от Capsugel, Франция, специално за Витаслим ООД.

✆ 02/944 26 27
vitaslim.eu

АСТРАГАЛ ФИТОДОЗА

ЗА СИЛЕН ИМУНИТЕТ И БЪРЗО ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ СЛЕД БОЛЕДУВАНЕ

20 САШЕТА

Здраве от Изтока

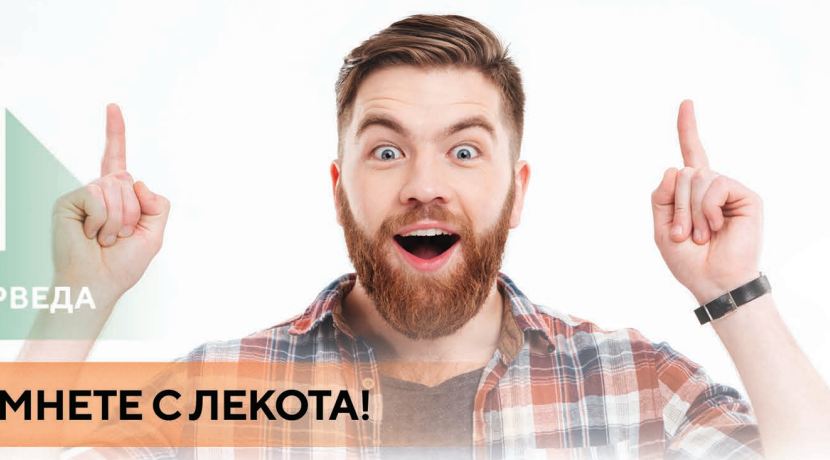
www.tnt-21.com

02/ 958 50 21

ТЪРСЕТЕ В АПТЕКИТЕ

Charak

Health forever.... Naturally



БИЛКОВИ ПРОДУКТИ ВДЪХНОВЕНИ ОТ АЮРВЕДА

КОГНИХЕЛТ

60 вег. капсули

ПОМНЕТЕ С ЛЕКОТА!

- Допринася за добра памет, концентрация и възприятие при учебната дейност.
- Съдейства за поддържане на когнитивните способности чрез антиоксиданти, стимулиране на нервната система и нормално оросяване на мозъка.
- Подходящ при дефицит на вниманието и хиперактивност.

Съдържа Bacopa monnieri (брахми), Centella asiatica (готу кола) и др., които тонизират мозъчната дейност и имат успокояващо действие при стрес и емоционална възбуда.

Производител: Charak Pharmaceuticals, India, www.charak.com
Дистрибутор: Аюрведа шанс ЕООД, тел. 02/9516599
www.ayurveda.bg • www.himalaya.bg

СПЕЦИАЛНА ОФЕРТА ВАЛИДНА ДО 10 МАЙ

CURAPROX

КУПИ 3 ЧЕТКИ АСОРТИ

ВЗЕМИ 1 ПОДАРЪК

25% РАБАТ

ЧЕТКИ ЗА ЗЪБИ CURAPROX, РАЗЛИЧНИ ВИДОВЕ

Colgate®

СПЕЦИАЛНА ОФЕРТА

ВАЛИДНО до 10 май

25% РАБАТ

КУПИ 3 ОТ ВИД

ВЗЕМИ 1 ПОДАРЪК

ВИЖТЕ Я В ДЕЙСТВИЕ!

ПРОМЕНЯ СИ ЦВЕТА ДОКАТО СИ МИЕТЕ ЗЪБИТЕ

ПАСТА ЗА ЗЪБИ COLGATE TOTAL VISIBLE ACTION, 75 ML

Предотвратява лошия дъх благодарение на уникалната си формула с **Neutro-Odor** технология.

ПАСТА ЗА ЗЪБИ COLGATE TOTAL CLEAN BREATH, 75 ML

PEDIAKID

Здраве от природата

№1 във Франция

ЕВРОМЕД

www.pediakid.bg

Сироп с 22 витамина и микроелементи

100% вроден рефлекс на майките

LABORATOIRES INELDEA

BIOFAR

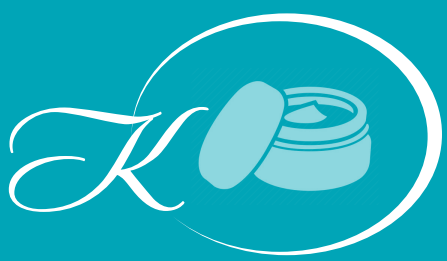
ВИТАМИНИ И МИНЕРАЛИ

Отличници в ефервесцентните таблетки

SWISS VITAMIN INSTITUTE · LAUSANNE · TESTED

МАКСИМАЛНО ЕФЕКТИВНИ

LABORATOIRES BIOFAR



Козметика

ХИДРАТИРА, ИЗПЪЛВА И ПОДСИЛВА КОЖАТА

ДНЕВНА ДОЗА СИЛА
ЗА КОЖАТА

VICHY
LABORATOIRES

НОВО

MINÉRAL89

[89% ТЕРМАЛНА МИНЕРАЛИЗИРАЩА ВОДА VICHY + ХИАЛУРОНОВА КИСЕЛИНА С ЕСТЕСТВЕН ПРОИЗХОД]

Термалната минерализираща вода Vichy е активна съставка с естествен произход, родена във френските вулкани. За първи път лаборатории Vichy успяват да създадат продукт, съдържащ 89% Термална минерализираща вода в комбинация с хиалуронива киселина, която е естествен хидратант за кожата. MINERAL 89 подсилва защитната бариера на кожата, правейки я по-устойчива на външните агресори като замърсяване, стрес и умора.
Ден след ден кожата е хидратирана, тонизирана и сияйна.

ХИПОАЛЕРГЕННА ФОРМУЛА, БЕЗ АЛКОХОЛ*, БЕЗ АРОМАТ

*Без етилов алкохол

KRÄUTERHOF®

Пърфект мейк-ъп

Адаптиращ се фон дьо тен

Естествено покритие и ефект „слънчева целувка". Копринено-нежната текстура на Perfect Make-up се разнася по кожата леко и гладко, като деликатно покрива петънцата, фините линии и другите несъвършенства. Специалните цветни пигменти се сливат с индивидуалния тен на кожата.

Пърфект скин

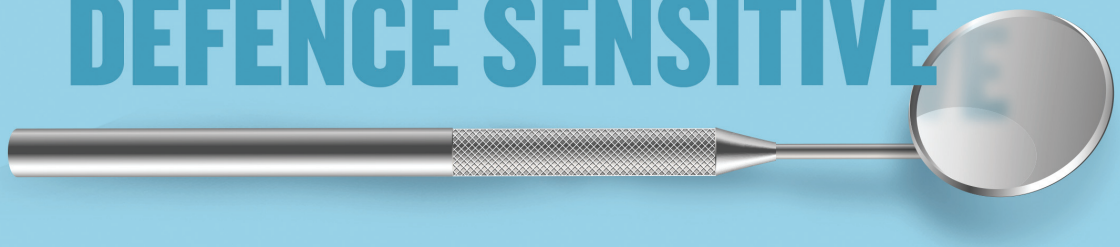
Изглаждаща база за лице

Перфектна кожа. Нито повече, нито по-малко. Изглаждащата база за лице нежно запълва неравностите по кожата. Фините линии, бръчиците, белезите от акне оптически се изглаждат, разширените пори изчезват, за да отстъпят място на безупречно гладка кожа с фин сатенен финиш.

www.bionat.bg

Медицински изделия

LISTERINE® ADVANCED DEFENCE SENSITIVE



НАМАЛЯВА 80% ОТ БОЛКАТА ПРИ ЧУВСТВИТЕЛНИ ЗЪБИ*

ЕФЕКТИВНА ГРИЖА ЗА ЧУВСТВИТЕЛНИ ЗЪБИ
ПОКАЖИ ХАРАКТЕР

* След 4 седмици. Базирано на клинично проучване, показващо, че участниците се справят с 80% по-голям натиск върху чувствителните области

HiPP ORS 200

За най-ценното в живота.

Компенсира загубата на течности и електролити в случай на диария

HiPP ORS 200 Ябълка -
вкусна алтернатива на вече установения HiPP ORS 200 на основа моркови и ориз.

HiPP ORS 200 е диетична храна за лечение на диария при кърмачета и малки деца, която се назначава единствено по лекарско предписание.

- ✓ подходящ за подрастващи деца и кърмачета от четири месечна възраст
- ✓ готов за пиене – удобен за използване
- ✓ без добавени подсладители и аромати
- ✓ без лактоза
- ✓ без млечен протеин
- ✓ без глутен

Безопасността и ефикасността и на двата продукта HiPP ORS 200 бяха успешно потвърдени от клинични проучвания.[1,2]

HiPP ORS Ябълка – нов вид приятен на вкус:

- ✓ приятен вкус с натурален произход
- ✓ разработени в съответствие с критериите на ESPGHAN за орален рехидратиращ разтвор (ORS)
- ✓ последните проучвания показват: Новият ORS Ябълка е безопасен и ефективен, според установените стандартни на ESPGHAN за ORS.[1]

Източници: 1 Pieścik-Lech et al. Acta Paediatrica; 2012: 101: e458–e464. 2 Pietschnig et al.Monatszeitschr. Kinderheilkd; 1992;140:426-430.

Множество патологични състояния...

...Едно решение!!

magnerot®

МАГНЕЗИЕВ ОРОТАТ ДИХИДРАТ

500 мг таблетки

По лекарско предписание!
КХП, одобрена на 25.09.2007, към разр. II-1886/10.04.2008, рег.№ 20020502.

Wörwag Pharma GmbH & Co.KG

1700 София, ул. "Проф. Рашо Рашев" 4, бл. 14А, ет.1;
тел.: 02/ 462 71 58, 862 28 11; факс: 02/962 25 10
www.woerwagpharma.bg