

## МАРКЕТИНГОВЫЙ ОТЧЕТ ПО РЫНКУ БАД В АВСТРАЛИИ

Популярность БАД в мире неуклонно растет, но одновременно ужесточаются меры госрегулирования этого рынка и конкуренция на нем. Среди развитых стран, Австралия демонстрирует лучшую обстановку для бизнеса по БАД, в т.ч. в части устойчивого спроса, достаточно мягкого госрегулирования, и высокого уровня цен.

**Австралия** – население 22 млн. чел.



\*1-е место в мире по доле фармацевтической отрасли в ВВП – 30%.

\*\*1-е место в мире по качеству деловой инфраструктуры и инвестиционной привлекательности (Global Innovation Index).

\*\*\*2-е место в мире по агрегированному показателю качества жизни (Annual Human Development Index), оценивающему системы здравоохранения, социального обеспечения и образования.

\*\*\*\* 2-е место в мире по легкости процедур запуска новых бизнесов (World Bank Doing Business Report).

На фармацевтическом рынке Австралии с сегодняшним оборотом порядка \$10 млрд в год и растущим ежегодно на 8% представлены 40 крупных международных компаний, в т.ч. такие гиганты, как Pfizer, Aspen Pharmacare, Sanofi-Aventis, GlaxoSmithKline, Merck Sharp & Dohme, Sandoz; десяток производителей дженериков, более 400 небольших австралийских компаний и 20 местных медико-фармацевтических исследовательских институтов мирового класса.

В Австралии изобилие возможностей по разработке и выводу на рынок новых фармпрепаратов, включая государственный и частный капитал сумарно более \$30 млрд. На разработке новых лекарственных средств специализируются Australian Bioscience Trust, Brandon Capital Partners, Medical Research Commercialisation Fund, и Blue Sky Venture Capital. Десятки других венчурных фондов также имеют предпочтение к фармацевтике. Необходимы дешевые аналоги, т.к. Австралия несет самые высокие в мире расходы на здравоохранение на душу населения, хотя доля дженериков ниже, чем в других развитых странах.

Рынок БАДов Австралии, на котором представлены около 10 000 наименований, с сегодняшним оборотом \$ 3,5 млрд в год, имеет такие темпы роста, что его объем к концу 2017 г. оценивается в \$ 4,6 млрд. Большая часть рынка витаминов принадлежит местному производителю Blackmore, тогда как остальные группы БАДов преимущественно импортные или произведены в Австралии из импортных компонентов.

### Тенденции австралийского рынка БАД:



- Здоровый образ жизни стал рыночной категорией – 75% австралийцев регулярно покупают БАДы.
- Высокая продолжительность жизни и старение населения Австралии стабильно увеличивают потребление БАДов.
- *Prevention* - своевременная профилактика заболеваний стала национальной религией, поддерживаемой официальной медициной.
- Растут опасения по поводу побочных эффектов химических средств и рост потребительских предпочтений для БАДов из растительного сырья.

### На рынке Австралии востребованы препараты:

- направленные преимущественно на терапию причин возникновения заболеваний, а не на симптоматическую терапию;
- действие которых избирательно и не вызывает побочных явлений;
- полученные как вытяжки из пищевых продуктов или известных трав;
- многокомпонентные смеси с комплексным действием.



The Therapeutic Goods Administration (TGA) Департамента здравоохранения Австралии регулирует оборот БАДов и контролирует их внесение в австралийский регистр терапевтических товаров ARTG. Регистрация терапевтических товаров в Австралии бессрочная. Продукт остается зарегистрированным, пока не будет удален из регистра ARTG спонсором. Действующее законодательство (Therapeutic Goods Act 1989 и дополнения к нему) предусматривают простую и прозрачную схему внесения БАД в ARTG. БАДы оформляются по схеме listed имеют обозначение AUST L на этикетке - это группа дополнительных лекарственных средств. Она включает в себя травы, большинство витаминов и минеральных добавок, другие пищевые добавки, традиционные лекарственные средства.

Товары группы AUST L должны:

- не содержать веществ, которые запрещены к импорту (Standard for the Uniform Scheduling of Drugs and Poisons).
- соответствовать списку разрешенных к ввозу ингредиентов (минералов, витаминов) и ввезенных ранее субстанций, включенных (listed) в ARTG.

В некоторых случаях, есть дополнительные требования, такие как пределы дозировки, предупреждения на этикетках и ограничения по методам приготовления. Некоторые травы не допускаются к импорту в Австралию. TGA полагается на ответственность спонсора и не требует предоставления подтверждающих документов по товарам группы AUST L. Однако, в случае жалоб потребителей, TGA может потребовать от спонсора предоставления соответствующих документов и доказательств. Если доказательства будут сочтены недостаточными, TGA может удалить продукт из регистра ARTG



**Услуги в Австралии по БАД** зависят от выбранной рабочей схемы бизнеса:

- Экспорт в Австралию готовых препаратов, упакованных и маркированных производителем.
- Экспорт в Австралию только субстанций с доработкой, упаковкой и маркировкой в Австралии по контракту с GMP сертифицированным местным производителем.
- Экспорт в Австралию интеллектуальной собственности (возможен вместе с инициаторами проекта), оформление австралийского патента, привлечение местных венчурных инвестиций, организация производства в Австралии (на собственных производственных мощностях или в режиме Contract Manufacturing Services).

Для реализации выбранной рабочей схемы бизнеса предоставляются услуги спонсора в Австралии. Статус спонсора позволяет:

1. Производить внесенные в ARTG лекарства, в т.ч.:

А) на территории Австралии;

Б) в любой стране (где спонсор гарантирует TGA, что производство осуществляется по стандарту GMP);

2. Импортировать лекарства (уже внесенные в регистр терапевтических товаров ARTG) в

Австралию.

3. Экспортировать лекарства из Австралии в любую страну, с которой Австралия имеет обоюдные договоренности (в т.ч. в США и страны ЕС).

4. Продавать права на производство лекарств под своей торговой маркой фармацевтическим компаниям в любых странах (где спонсор гарантирует TGA, что производство осуществляется по GMP).

Заинтересованный предприниматель получит полную консультационную поддержку и услуги спонсора в Австралии, включая разрешительные и таможенные процедуры для импорта, а также торговую марку и доступ на рынок. Спонсор берет на себя таможенную очистку, проведение маркетинговой кампании и мероприятий Public Relations (создания положительного имиджа в глазах потребителя). Спонсор может осуществлять продажи под своей торговой маркой через дистрибьюторскую сеть. При необходимости подключаются схемы налоговой оптимизации и банковские инструменты.

Обращайтесь к нам по e-mail [info@transfinancesolutions.com](mailto:info@transfinancesolutions.com) и Вы получите профессиональную помощь.