



05.08.2021 14:25 Роман Сергеев

Михаил Цыферов: «Ожидаем экспансию отечественной фармацевтики за рубеж»



[Shutterstock.com](#)

Фармацевтика — одна из наиболее динамично развивающихся отраслей в России. Если ещё несколько лет назад на Западе на наши лекарства никто не обращал внимания, то сегодня за рубежом оценили конкурентоспособность отечественных препаратов.

Россия смогла не только изобрести вакцину «Спутник V», но и в кратчайшие сроки наладить её промышленный выпуск. И теперь всё больше зарубежных компаний обращают свой взор в сторону нашей фармацевтической продукции.

Президент России на пленарном заседании Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) сообщил, что мы готовы обеспечить удобные условия вакцинации от коронавируса для граждан других стран на своей территории.



Один из крупнейших блоков на ПМЭФ-2021 был посвящён именно фарме. Корреспондент «АиФ» на полях форума побеседовал с ведущим экспертом в фармацевтической области — **президентом крупной биофармацевтической компании «Петровакс Фарм» Михаилом Цыферовым.**

Наука и потенциал для развития бизнеса

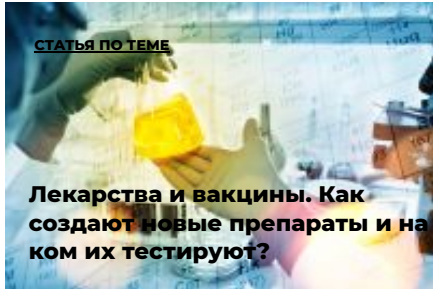
Роман Сергеев, АиФ.ru: Михаил, ещё 10 лет назад мы считали, что наши лекарства не могут конкурировать с западными, а сегодня убеждаемся, что они не хуже. Причём выпускаем уже не только

дженерики, но и свои инновационные препараты. В этом смысле ваша компания может быть хорошим примером современного производственного кластера полного цикла: от R&D-разработок до выпуска готовых лекарств. Почему вы пошли по этому пути?

Михаил Цыферов: Наша компания была изначально организована как научно-производственное общество. Её основатели — советские учёные, химики, биологи и медики. Чтобы их изобретения увидели жизнь, ещё в начале 1990-х они были вынуждены уйти в бизнес. Так что научная составляющая — основа ДНК нашей компании.

Затем, когда вокруг изобретения молекулы полиоксидония вырос полноценный коммерческий бизнес, этот посыл сохранился и продолжал двигать нас вперёд. Не секрет, что оригинальные продукты — самые маржинальные. Их наличие в портфеле позволяет развивать устойчивый бизнес. Поэтому мы стараемся придерживаться этой стратегии.

Однако компания не ограничивается только оригинальными продуктами: есть и партнёрские препараты, которыми мы тоже гордимся. Я уверен, что сейчас нами выстроена одна из лучших маркетинговых стратегий при общении с рынком, и поэтому мы успешно реализуем качественные дженерики и медикализированные БАДы.



— Спектр вашей продукции достаточно широк. Какие новые разработки вы ведёте? Есть ли приоритетные области?

— У нас две приоритетные области: это вакцинопрофилактика и иммунология в более широком ключе. В этих областях планируем развиваться дальше: стратегия на 5 лет предполагает добавление значимого количества продуктов.

Сейчас 80% нашей адьювантной вакцины для профилактики гриппа идёт на экспорт. За 5 лет мы поставили в страны СНГ и Иран более 26 млн доз препарата. 2021 год вывел нас на рекордные экспортные объёмы: плюс 90% по отношению к прошлогодним. За год планируем экспортировать более 16

млн доз вакцины.

Компания провела ряд крупных клинических исследований в области вакцинопрофилактики. В результате мы надеемся начать поставки коронавирусной вакцины, разработанной совместно с китайской компанией CanSino Biologics Inc. В части иммунологии продолжаем развивать полиоксидоний как платформу. Недавно завершился финальный этап ММКИ (международного мультицентрового клинического исследования — Ред.), связанного с коронавирусом, мы ждём итогов и надеемся опубликовать его результаты в международном журнале.

Вакцины продлевают жизнь

— Сегодняшний ажиотаж по поводу вакцин понятен, но ваша компания работает в этом направлении несколько десятилетий. Чем объяснить такое большое внимание к вакцинопрофилактике?

— Иммунобиология и в частности вакцинопрофилактика — одно из самых важных направлений здравоохранения. Никакие другие препараты не спасают столько жизней, как вакцины. Это и кардинальное снижение детской смертности, и увеличение средней продолжительности жизни в принципе. По разным данным, в XX веке именно вакцины добавили к продолжительности человеческой жизни 20-30 лет.

При этом объём вложений в вакцинопрофилактику в мире смехотворно мал. Весь рынок до коронавируса составлял порядка 50 млрд долл. В иммуноонкологию вкладывается в 5-7 раз больше.

Но сейчас, на волне шока от пандемии, общество переоценивает жизненные ценности, и я считаю, что у вакцин наконец-то есть шанс занять достойное место в пирамиде инвестиций. Уверен, что это направление будет развиваться серьёзными темпами.

— Вы упомянули вакцину от гриппа. В связи с растущими объёмами её экспорта будут ли увеличиваться объёмы производства?

— Вакцины от гриппа одни из самых дефицитных в 2020 и в 2021 годах. Наверное, больший дефицит только у вакцин от коронавируса. И, конечно, будем увеличивать объёмы производства противогриппозных вакцин.

Кроме того, в портфель продукции планируем добавить вакцину от менингококка: уже подписано предварительное соглашение с партнёром. Также у нас в разработке есть 4 вакцины, которыми мы хотим дополнить портфель, но пока изучаем различные технологические платформы.

Дело в том, что за 1,5 года произошла резкая валидация 2 платформ (векторной и РНКовой), и теперь велик соблазн пересмотреть подход к традиционной вакцинопрофилактике. Поэтому мы понимаем, что важно определиться не только с тем, какие инфекции будем упреждать, но и на каких платформах эти вакцины разрабатывать.

Мы не только инвестируем в научно-исследовательские проекты, но и расширяем производство — в этом году планируем запустить новую 4-ю производственную линию, а в ближайшие пять лет планируем строительство биотехнологического комплекса.

Как пробить дорогу?

— Михаил, вы ориентируетесь преимущественно на российский рынок или на зарубежные?

- На российский рынок мы ориентируемся традиционно, а зарубежные становятся приоритетом в развитии. Сегодня доля экспорта составляет порядка 12% от выручки, по итогам 2020 года это 1,5 млрд руб., а если убрать партнёрские препараты – то около 20%. Я надеюсь, что в будущем и российская, и экспортная часть будут расти. Но экспортная будет увеличиваться чуть быстрее – соответственно, её доля в нашей выручке, по планам компании, в горизонте 5-7 лет должна приблизиться к 30%.

СТАТЬЯ ПО ТЕМЕ

Профессия – провизор. Новые возможности и перспективы работы первостольника

возможность развиваться на европейском рынке, является плацдармом для широкомасштабной программы экспортных поставок.

— Хотелось бы услышать мнение реального российского экспортёра о том, трудно ли пробиться на зарубежные рынки. Ведь ваша компания поставляет продукцию не только в страны ЕАЭС, но и на Ближний Восток и даже в Евросоюз.

— Действительно, у нас отработана система поставок в ЕС. Мы экспортируем в Европу (Словакию) свой оригинальный иммуномодулятор. Наша компания регулярно подтверждает европейский сертификат GMP, у нас есть регистрационное досье формата CTD, которое является стандартом для мирового сообщества фармацевтических производителей, мы проводим международные клинические исследования. Такой подход дает

— Быть может, требуется поддержка от государства?

— Я считаю, что никакой специальной поддержки от государства не требуется. Бизнес должен пробивать себе дорогу самостоятельно, а государство может способствовать лишь общими инфраструктурными мерами. Чем более гармонизирована регуляторика внутри страны, чем более национальные стандарты соответствуют международным, тем ниже барьер между отечественным и зарубежным рынком.

Изменения к лучшему происходят уже сейчас. Коллеги рассказывают о своих локальных и тактических успехах. Уверен, что в ближайшие 5 лет можно ожидать экспансию отечественной фармацевтики на зарубежные рынки. Надеюсь, что мы будем в первых рядах этого движения.

— В чем залог успеха российских препаратов?

— В правильном позиционировании и выборе ниши рынка. Я осторожен в стартовом посыле относительно мощи отечественной фармацевтики. Нужно понимать, что она занимает всего лишь 2% от мирового фармрынка. Поэтому «вырастить» дома настоящие блокбастеры безумно сложно. То, что произошло с вакциной «Спутник V», — настоящее чудо. И теперь отечественным производителям будет намного проще: именно этот продукт открыл для мира отечественную фармацевтику.

Думаю, что в дальнейшем мы будем конкурировать с большей гибкостью, инновационностью в подходах к продажам. Но до конкуренции научными инновациями придётся ещё подождать: нужно дать рынку окрепнуть и вырасти.