

Chiritoiu: Populatia s-ar putea sa plateasca mai mult pe suplimente alimentare decât pe medicamente; ar trebui o verificare mai riguroasa

Populatia cheltuie foarte multi bani pe suplimente alimentare, poate chiar mai mult decât pe medicamente, si atunci ar avea sens sa avem o verificare mai riguroasa pe aceasta zona, ca sa ne asiguram ca într-adevar aduc beneficii celor care le folosesc, a declarat, presedintele Consiliului Concurentei, Bogdan Chiritoiu, la Sinaia.

"Anul trecut am terminat un studiu privind suplimentele alimentare. Este studiu, deci e doar recomandare. Încercam sa discutam în Ministerul Sanatatii sa vedem ce parere au ei. În esenta, cu ce ramân eu din acest studiu, este ca s-ar justifica o mai puternica reglementare sau o verificare a utilitatilor. Îngrijorarea mea este ca populatia cheltuie foarte multi bani pe niste produse care au beneficii discutabile si atunci ar merita, cum la medicamente ati vazut cât de riguroasa e verificarea, ar avea sens sa avem o verificare mai riguroasa si pe zona de suplimente alimentare, sa ne asiguram ca într-adevar aduc beneficii celor care le folosesc", a afirmat Chiritoiu, la seminarul "Concurenta în domeniul farmaceutic", organizat de autoritatea de concurenta.

El a subliniat ca piata suplimentelor a crescut foarte repede.

"Populatia s-ar putea sa plateasca mai multi bani pe suplimente alimentare decât da pe medicamente, deci efortul pentru o familie sa fie mai mare pe suplimente decât este pe medicamente, si ar fi pacat sa dea atâtia bani pe niste lucruri cu o utilitate, repet, scazuta", a sustinut seful Consiliului Concurentei.

Prezent la seminar, Dan Zaharescu, directorul executiv al Asociatiei Române a Producatorilor Internationali de Medicamente (ARPIM), a precizat ca, din estimari, reiese ca piata suplimentelor alimentare "ar fi comparabila cu piata genericelor plus a OTC-urilor la un loc, spre 1,3 - 1,4 miliarde" (de euro - n. r.).

Potrivit raportului preliminar privind studiul initiat pentru cunoasterea pietelor de productie si de comercializare a medicamentelor eliberate fara prescriptie medicala si a suplimentelor alimentare, publicat de Consiliul Concurentei, piata medicamentelor eliberate fara prescriptie medicala si a suplimentelor alimentare este, în România, în continua dezvoltare. Trendul ascendent al vânzarilor înregistrate reflecta, pe de-o parte, interesul privind întretinerea sanatatii pe termen lung si grija fata de sanatatea proprie si a familiei, iar, pe de alta parte, interesul producatorilor în a dezvolta strategii de business corespunzatoare nevoilor consumatorilor, axate pe diversificarea gamei de produse disponibile, dezvoltarea unor produse noi si cresterea calitatii acestora.

Astfel, pornind de la caracteristicile cheie ale pietei medicamentelor eliberate fara prescriptie medicala, reprezentate de publicitatea destinata publicului larg si modul de stabilire a preturilor, trasaturi ce o deosebesc de piata medicamentelor eliberate pe baza unei prescriptii medicale, în cadrul prezentului studiu s-a realizat o analiza a celor mai bine vândute 25 de branduri de medicamente eliberate fara prescriptie medicala si 25 de branduri de suplimente alimentare, precum si o cercetare a cadrului legislativ specific acestor doua categorii de produse.

Având în vedere multitudinea de produse oferite spre vânzare consumatorilor, Consiliul Concurentei a solicitat primilor 92 agenti economici activi pe piata comertului cu ridicata de produse farmaceutice si parafarmaceutice, lista primelor 100 de medicamente eliberate fara prescriptie medicala si a primelor 100 de suplimente alimentare.

Astfel, pornind de la datele furnizate de comerciantii cu ridicata, au fost identificate primele 25 de branduri de medicamente eliberate fara prescriptie medicala, asa numitele OTC-uri si primele 25 de branduri de suplimente alimentare, în functie de valoarea vânzarilor din anul 2018.

În clasamentul celor mai bine vândute 25 de medicamente OTC din România se regasesc medicamente analgezice (Nurofen, Antinevralgic, Voltaren, Paracetamol), medicamente de raceala, gripa, tuse (Parasinus, Coldrex, Fervex, Theraflu, Panadol, Nurofen Raceala si Gripa, Olynth, Oscillococcinum, ACC, Tantum Verde, Strepsils Intensiv), medicamente pentru afectiuni digestive (Colebil, No Spa, Triferment, Dicarbocalm), hepatoprotectoare (Essentiale), medicamente pentru afectiuni ale inimii (Aspenter, Aspacardin), medicamente pentru anxietate si oboseala (Magne B6) si medicamente pentru tratamentul ranilor (Betadine, Baneocin).

În ceea ce priveste suplimentele alimentare, cele mai multe branduri din clasamentul celor mai bine vândute 25 astfel de produse sunt utilizate pentru sustinerea sanatatii tractului digestiv si a metabolismului (Linex, Eubiotic, Protectis, Supradyn Energy, Vitamax, Hepatoprotect, Fortifikat, Elevit, Cebrium, Liv 52, Sennalax, Centrum, Redoxon, Silimarina, Neurovert, Carbocit si marca privata Naturalis HepatoSuport).

Clasamentul este completat de suplimentele alimentare utilizate pentru sustinerea sanatatii sistemului genito-urinar (Idelyn Urinal si Uractiv), pentru sustinerea sanatatii osteo-articulara si musculara (Proenzi Atrostop si Supramax Articulatii), pentru sustinerea sanatatii sistemului nervos (Alanerv) si pentru sustinerea sanatatii sistemului cardiovascular (Korill, Devaricid si Tarosin).

În România, în anul 2019, s-au comercializat cu 55% mai multe medicamente eliberate fara prescriptie medicala si cu 99% mai multe suplimente alimentare comparativ cu valoarea înregistrata în anul 2015.

"Aceasta evolutie reflecta interesul consumatorilor în tratarea unor simptome si boli comune (ca de exemplu: dureri de cap, raceala, tuse, dureri musculare, alergii, arsuri la stomac), precum si interesul acestora în mentinerea, îmbunatatirea functionarii organismului prin completarea regimului alimentar în functie de nevoile nutritionale ale fiecaruia. Pe de alta parte, vânzarile medicamentelor OTC si suplimentelor alimentare au fost sustinute si de publicitatea realizata de operatorii economici, aceasta fiind un instrument important prin care întreprinderile încearca sa îi convinga pe consumatori sa achizitioneze produsele lor", se spune în raport.

Printre concluziile desprinse în urma analizei pietelor de suplimente alimentare se afla faptul ca, la nivelul tuturor pietelor de suplimente alimentare analizate, se observa, în anul 2019, o majorare a vânzarilor valorice înregistrate comparativ cu primul an al perioadei analizate. Astfel, în 2019, vânzarile de suplimente alimentare au crescut cu procente cuprinse între 38% si 140%, iar pentru sustinerea si cresterea vizibilitatii celor mai bine vândute 24 de branduri au fost alocate sume cuprinse între 100.000 lei si aproximativ 6 milioane de lei.