

Rijeka, 8. veljače 2017.

JGL kapitalizirao vodeće tržišne pozicije svojih brendova u segmentima dermatologije i ženskog zdravlja u Rusiji

Farmaceutska tvrtka JGL d.d. prodala je svoj ruski portfelj proizvoda brenda D-Panthenol i proizvode iz segmenta ženskog zdravlja mađarskom Egis Pharmaceuticals-u. Osim prodaje brendova, poslovni odnos uključuje i nastavak proizvodnje svih proizvoda iz ugovora u riječkom pogonu JGL-a.

Odluka o prodaji proizvoda brendova D-Panthenol, Vagilac, Feminal i Folacin na ruskom tržištu iskorak je u implementaciji strategije JGL-a, kao i snažnijoj orijentaciji na ključna terapijska područja - respiratorno i oftalmičko.

„Nastavljamo fokusirati se i jačati strateške segmente u kojima smo već dokazali konkurentnost na globalnom tržištu. Naša izvozna orijentacija, kojoj su temelj stabilne pozicije na najvažnijim izvoznim tržištima, posebice ruskom, i dalje je ključna okosnica dugoročnih planova rasta i razvoja tvrtke. Usprkos otežanim tržišnim okolnostima koje utječu na sve proizvođače, u Rusiji zadržavamo dobre rezultate prodaje, a naši brendovi Aqua Maris i Dramina i dalje su lideri u *nasal saline* segmentu, odnosno području antiemetika“, riječi su Ive Usmianija, predsjednika Upravnog odbora.

Kroz nedavno instaliranu, naprednu tehnološku platformu sterilnih sprejeva i očnih kapi, te tehnologiju *Bag-on-Valve*, unutar kompleksa JGL Pharma Valley, JGL kupcima želi ponuditi visokokvalitetne proizvode s dodanom vrijednošću, te ojačati svoje pozicije na velikim izvoznim tržištima, od kojih je ključno rusko. Tvrtka je u Rusiji prisutna od 1998. godine i tijekom tih godina izgradila je bliske odnose s liječnicima i farmaceutima, kao i pacijentima.

Danas JGL zauzima visoko 38. mjesto na rang listi od dvije tisuće kompanija na ruskom OTC tržištu, dok je brend Aqua Maris lider u *nasal saline* segmentu. Najnovije partnerstvo s Egisom dodatna je potvrda stručnih znanja JGL-ovih zaposlenika i proizvoda čija je europska kvaliteta rezultirala velikim brojem lojalnih i zadovoljnih partnera i kupaca.

Prihod ostvaren prodajom ruskog portfelja proizvoda tvrtka će dijelom iskoristiti za smanjenje kratkoročnih i dugoročnih financijskih obveza, a dijelom uložiti u razvoj proizvoda s dodanom vrijednošću i njihovu marketinšku promociju.

„Ne isključujemo mogućnost da dio prihoda uložimo u ciljane akvizicije, stoga kontinuirano pratimo i evaluiramo prilike u strateškim područjima, na odabranim tržištima.“, zaključuje Usmiani.