



ПРОГРАММА

08:30 – 09:30

ЖЕРЕБЬЕВКА – БОЛЕЛЬЩИКИ И ФАНАТЫ. РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ

Приветственный кофе. Общение с коллегами и партнерами.

09:30 – 10:00

ТУРНИРНАЯ ТАБЛИЦА. АНАЛИТИЧЕСКИЙ БЛОК

Аналитика фармацевтического рынка. Подведем итоги первого полугодия и сделаем осторожные прогнозы на второе. Анализ всего рынка, рейтинги аптечных сетей, дистрибьюторов, фармкомпаний и брендов, продажи в аптеках, интернет-аптеках, на маркетплейсах, включая не фармацевтические, потребительские предпочтения.

АННА ЕРМОЛАЕВА, Генеральный директор, Alpha Research & Marketing (Москва)

- *Розничный фармацевтический рынок России: структура, динамики лидеры.*

10:00 – 11:00

ЛИГА ЧЕМПИОНОВ. ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ

Основные события, произошедшие на фармацевтическом рынке. Подведение итогов первого полугодия и попытка сделать прогнозы на второе.

- **Межсезонье.** Итоги полугодия. Стратегии выживания и новые возможности. Покупательская способность и потребительские предпочтения. Рост количества аптек. Консолидация аптечного рынка и есть ли там место одиночным аптекам.
- **Игра в линию.** Тренды аптечного рынка: новые форматы аптек, услуги и сервисы. Основные точки роста бизнеса и оптимизация издержек: персонал, ассортимент, ценовое позиционирование.
- **Дриблинг.** Взаимоотношение с производителями и дистрибьюторами. Ставка на прямые контракты. Рост доли нелекарственного ассортимента в аптеках. Примеры эффективного партнерства производителей и аптечных сетей.
- **Позиционная атака.** Онлайн продажи и Esom: стратегия поведения аптечных сетей и производителей. Маркетплейсы: конкуренты для аптек и альтернатива для производителей?
- **Игра по правилам.** Новые законодательные инициативы и регуляторные изменения.

МОДЕРАТОРЫ:

ЮРИЙ КРЕСТИНСКИЙ, Директор, Институт развития общественного здравоохранения (Москва), Председатель Правления, ГК «Бионика» (Москва)

ОКСАНА ГРИГОРЬЕВА, Главный редактор, Газета «Фармацевтический вестник» (Москва)

СПИКЕРЫ:

АЛЕКСАНДР АВЕРЬЯНОВ, Коммерческий директор, Farmani и Аптечество (Нижний Новгород)

ДМИТРИЙ ВАРАКИН, Заместитель генерального директора по управлению региональной сетью и продажами, ФК Гранд Капитал (Москва)

РАМАЛ ГАДИРОВ, Вице-президент по продажам и маркетингу, Велфарм (Москва)

АРМИНЕ ДАНИЕЛЯН, Коммерческий директор, ЭРКАФАРМ (Москва)

АЛЕКСАНДР МОНАСТЫРЕВ, Президент, Холдинг Монастырев.рф (Владивосток)

СЕРГЕЙ СИМОНЕНКО, Директор дивизиона «Северо-Запад», Аптечная сеть 36,6 (Москва)

11:00 – 12:00

БОРЬБА НА ВЫЖИВАНИЕ. И СНОВА О ДИСТРИБЬЮЦИИ

Уникальное промежуточное положение фармацевтических дистрибьюторов делает их роль и значимость для фармацевтического рынка в целом крайне важной. Обсудим их взаимоотношения с производителями и аптечными сетями.

- **Позиционная атака.** Консолидация дистрибьюторов и перераспределение долей. Рентабельность дистрибьюции в текущих условиях.
- **Аритмия.** Почему дистрибьюторы увеличивают цены, лимитируют отгрузки, уменьшают отсрочки? Способ включить мелкосетевую розницу в свои аптечные объединения? Финансовые риски дистрибьюторов и невозвратные долги: требования к аптечным сетям.
- **Удар от ворот.** Дистрибьюция или логистика? Приоритеты производителей с учетом роста рынка (y)CTM. Работа дистрибьюторов с ассортиментом. Поставки производителей аптечным сетям напрямую без участия дистрибьютора.
- **Голевая передача.** Как повлияли маркировка и МДЛП на точность отчетов дистрибьюторов и аптечных сетей?
- **Контратака.** Почему дистрибьюторы продолжают наращивать собственную розничную сеть, создают маркетинговые объединения и развивают собственный портфель продукции?

- **Вынос.** Маркетинговые проекты дистрибьюторов: цели, задачи, результаты. Примеры эффективного партнерства производителя и дистрибьютора, дистрибьютора и аптечных сетей.
- **Перехват.** Особенности партнерства с российскими и иностранными производителями. Сокращаются ли бюджеты производителей?
- **Темп игры.** Что будет происходить в ближайшей перспективе в сегменте дистрибуции?

МОДЕРАТОРЫ:

ВЛАДИМИР МАЛИННИКОВ, Генеральный директор, ГК Зелдис (Москва)

СПИКЕРЫ:

ВЛАДИМИР ГЕРУС, Директор региона Северо-Запад, НПК Катрен (Новосибирск)

СЕРГЕЙ ЕСЬКИН, Директор по развитию, ФК Пульс (Химки)

ВАДИМ ЛЕВЧЕНКО, Генеральный директор, Арника (Донецк)

ЕЛЕНА РОМАНЕНКОВА, Директор по региональным продажам, ФК Гранд Капитал (Москва)

ДЕНИС СВЕТЛИЦКИЙ, Директор фармацевтического направления, Зеленая дубрава (Москва)

ВАСИЛИЙ СЛЕПОВ, Коммерческий директор, Здоровье (Усть-Лабинск)

12:00 – 12:30

ТРАНСФЕРНОЕ ОКНО. ПЕРЕРЫВ НА КОФЕ-БРЕЙК

Общение с коллегами и партнерами. Посещение стендов в выставочной зоне.

12:30 – 13:15

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ОПЕКА. АПТЕЧНАЯ ФРАНШИЗА

Одиночным аптекам и малым локальным аптечным сетям все труднее выживать на конкурентном рынке. Одной из форм консолидации мелкосетевой розницы является их участие в франчайзинговых проектах, позволяющих оптимизировать бизнес-процессы в аптеках за счет снижения операционных расходов и увеличения выручки. Постараемся на одной площадке собрать представителей франчайзеров и обсудить особенности их деятельности.

- **Стандарт.** Виды и особенности франшиз: классические, управленческие, консалтинговые.
- **Подача.** Какие услуги и процессы вы предоставляете партнерам? Чем они лучше в рамках конкурентной среды?
- **Вынос.** Ключевые отличия ваших партнеров от классической аптечной розницы, почему должны выбрать именно вас? Какую ответственность вы несете перед своим партнером?
- **Темп игры.** Результаты деятельности и динамика: что происходит с партнерами через квартал, полугодие и год.
- **Навес.** Взгляд в будущее: что ждет формат франшизы. Рост/консолидация как у аптечных сетей/сокращение?

МОДЕРАТОРЫ:

ЕВГЕНИЙ КОРОТКОВ, Экс-Генеральный директор, ПроАптека (Москва)

АКОП ВАРПЕТАН, Экс-Директор по развитию аптечной сети и франшизы, Аптека Фарма (Рязань)

СПИКЕРЫ:

ДМИТРИЙ ДУБОВОЙ, Генеральный директор, Фармия (Воронеж)

СЕРГЕЙ ЕСЬКИН, Директор, Созвездие (Химки)

АЛЕКСАНДР МИРОНОВ, Генеральный директор, Аптека Фарма (Рязань)

МАКСИМ СУНЯЙКИН, Генеральный директор, Аптека №1 (Фрязино)

РУФИЯ АЛИЕВА, Генеральный директор, Здоровье Health (Москва)

13:15 – 14:00

ИГРЫ В ОНЛАЙН. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Обсудим текущее состояние и прогнозы развития рынка электронной коммерции с его ведущими представителями.

- **Выйти из ворот.** Онлайн площадки как дополнительный или альтернативный канал продаж для производителей. Почему фармкомпании идут в онлайн и снижают активности в классических аптеках?
- **Крупный счет.** Джентельменский набор аптечной сети: интернет-сайт, мобильное приложение, бронирование и доставка, присутствие на маркетплейсах и в агрегаторах. Получаем новых покупателей или удерживаем своих?
- **Двенадцатый игрок.** Витрина против фармацевта. Как привлечь новых покупателей в онлайн и удержать их? Продвижение и программы лояльности. Отличие от офлайн. Как увеличить средний чек? Стоит ли переводить покупателя из онлайн в офлайн и наоборот?
- **Голевой пас.** Выдача заказов в аптеках или доставка до двери? Делать самостоятельно или через курьерские службы?
- **Видение поля.** Как будет расти рынок электронной коммерции и за счет чего? Судьба классических аптек. Планы развития маркетплейсов.

МОДЕРАТОРЫ:

МАКСИМ АГАРЕВ, Экс-Руководитель вертикали Лекарства и БАД, Яндекс (Москва)

СПИКЕРЫ:

ВАДИМ АБРАМОВ, Директор по маркетингу и развитию продукта, Сбер Еаптека (Москва)

ЭЛЬДАР ГАЛЕЕВ, Коммерческий директор, Ютека (Москва)

МАКСИМ ЕРМОЛАЕВ, Генеральный директор, iTAB (Москва)

ОЛЬГА ЛАЗАРЕВА, Руководитель направления Аптека, Ozon.ru (Москва)
АЛЕКСЕЙ СВИСТОВ, Операционный директор, RuHerb (Москва)
ВАДИМ ТУПЯКОВ, Операционный директор, Максавит и 36,7 (Нижний Новгород)

14:00 – 15:00

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ВРЕМЯ. ОБЕД

Общение с коллегами и партнерами. Посещение стендов в выставочной зоне.

15:00 – 16:00

ЗОЛОТОЙ ГОЛ. ВМТ В АПТЕКАХ

Высоко маржинальные товары и нелекарственный ассортимент как основа роста и доходности в аптечных сетях.

- **Гандикап.** Современные тренды оптимизации ассортимента и уменьшения полки в категории. Рост числа высоко маржинальных товаров (ВМТ).
- **Подбор игроков.** Значимость рынка СТМ и ВМТ для аптечных сетей. Выбор категорий для развития, количество позиций ВМТ в категории. Критерии сохранения или вывода других продуктов внутри категории: объем продаж, доходность, цена, качество и др.
- **Висеть на карточке.** Ценовое позиционирование БАД, ИМН и косметики: бюджетные или премиальные, отечественные или импортные? Потребительские предпочтения.
- **Тики-така.** Выбор производителя - свой бренд или (у)СТМ? Угрозы и возможности. Факторы успеха и примеры успешного сотрудничества производителя и аптеки по запуску СТМ.
- **Катеначчо.** Лекарственные препараты и БАД – схожесть и различия. Качество СТМ. Как правильно продавать СТМ в аптеках. Как управлять восприятием фармацевтов и повысить доверие населения. Восприятие отечественных и иностранных брендов. Баланс между брендами и СТМ.

МОДЕРАТОРЫ:

ГАЛИНА ОРЛОВА, Генеральный директор, ИРИС (Москва)

ПАВЕЛ ЛИСОВСКИЙ, Управляющий партнер, Проектирование систем управления (Санкт-Петербург)

СПИКЕРЫ:

ДИЛЯРА АКБУЛАТОВА, Заместитель генерального директора, ИРИС (Москва)

ИВАН КОСТИН, Руководитель по развитию отдела СТМ/ВМТ, Аптечная сеть 36,6 (Москва)

СЕРГЕЙ ЛОВЕЙКИН, Генеральный директор, Омское лекарство (Омск)

ВАЛЕНТИНА ПРОЙДАКОВА, Директор по маркетингу, ВТФ (Москва)

КОНСТАНТИН ТИУНОВ, Коммерческий директор, Юнифарма (Москва)

ОКСАНА ХАЛОНЕН, Начальник отдела маркетинга, ФК Гранд Капитал (Москва)

16:00 – 19:00

ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ. ПОБЕДИТЕЛИ ПРЕМИИ «ЗЕЛЕНЬ КРЕСТ»

Вечерний фуршет. Вручение наград победителям X фармацевтической премии «Зеленый Крест» - лучшим персонам, аптечным сетям, дистрибьюторам, фармацевтическим компаниям и брендам.

19:00

ЗАКРЫТИЕ СЕЗОНА. ЗАВЕРШЕНИЕ КОНФЕРЕНЦИИ

Благодарим за участие и приглашаем вас принять участие в XV конференции «Зеленый Крест» и IX переговорной сессии «Pharma Meeting Point», которые пройдут в Москве 10 и 11 сентября 2024 г. Зарегистрироваться на мероприятия и получить максимальные скидки можно по ссылке:

<https://forms.gle/TtuM8m4BebPWzNC39ф>