



#### ПРОГРАММА

25 ИЮНЯ

09:00 – 14:00

#### ПОДНЯТЬ ЯКОРЬ! ЭКСКУРСИЯ НА ЗАВОД

Экскурсия на завод «Северная звезда».

#### КЛУБ «ЗЕЛЕНЫЙ КРЕСТ»

13:30 – 14:00

#### СВИСТАТЬ ВСЕХ НАВЕРХ! РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ

Приветственный кофе и шампанское. Общение с коллегами и партнерами.

14:00 – 14:30

#### САМЫЙ ГЛАВНЫЙ ВОЛШЕБНИК. ИНТЕРВЬЮ С ГЕНЕРАЛЬНЫМ ПАРТНЕРОМ

Solopharm - ведущая российская фармацевтическая компания, выпускающая лекарственные препараты и медицинские изделия в жидкой, твердой и мягкой формах выпуска, а также БАДы в капсулах, стик- и саше-пакетах. Компания имеет 5 производственных площадок и выпускает продукцию в таких направлениях, как офтальмология, оториноларингология, неврология, пульмонология, косметология, кардиология и др. Поговорим об истории, настоящем и будущем компании – как создавалась компания и в чем успех ее развития, современном производстве и подходах к сотрудничеству с аптечными сетями и дистрибьюторами, о планах расширения производства и стратегии развития компании.

#### МОДЕРАТОРЫ:

Гарик Тадевосян, Генеральный директор, Зеленый Крест (Москва)

#### СПИКЕРЫ:

Мамука Михелашвили, Генеральный директор, Solopharm (Санкт-Петербург)

14:30 – 16:30

#### ТАК ДЕРЖАТЬ! ПРАКТИКУМ «АПТЕЧНАЯ МАТРИЦА».

Практикум от ведущих фармацевтических компаний. Превращаем сложные категории в простые. Анализируем различные категории и возможность за счет повышения доходности в них существенно увеличить прибыль аптечной сети. Объединим вместе аналитику, теоретические знания и практический опыт - обсудим с менеджерами аптечных сетей и фармкомпаний текущее состояние, потенциал, особенности и возможности продвижения и продаж разных категорий аптечного ассортимента, способы повышения их доходности, с аналитикой и примерами. Обсудим следующие категории:

- Увлажняющие капли для глаз
- Гомеопатические препараты;
- Препараты из лекарственного растительного сырья;

#### МОДЕРАТОРЫ:

Акоп Варпетян, Директор по развитию, АСНА (Москва)

#### СПИКЕРЫ:

Татьяна Ковальчук, Заместитель генерального директора, AlphaRM (Москва)

Анна Дахина, Руководитель направления офтальмологии, Solopharm (Санкт-Петербург)

Дмитрий Овчинников, Руководитель направления по работе с аптечными сетями и электронной коммерции, Neel (Москва)

Павел Ильин, Заместитель генерального директора по коммерческой работе, Гомеопатическая фармация (Санкт-Петербург)

Михаил Чалый, Коммерческий директор, Красногорсклексредства (Красногорск)

16:30 – 17:00

#### КОМАНДЕ ПИТЬ ЧАЙ! ПЕРЕРЫВ НА КОФЕ-БРЭЙК.

Общение с коллегами и партнерами.

17:00 – 19:00

#### СЛУШАТЬ В ОТСЕКАХ! ДЕЖУРНЫЙ ПО ФАРМЕ.

Современный фармацевтический рынок требует от специалистов не только глубокого знания препаратов, но и умения быстро принимать решения, работать в команде и эффективно доносить преимущества продукта. При этом классические форматы обучения часто недостаточно вовлекают участников и хуже закрепляют знания на практике. Поэтому мы перевели обучение в интерактивный формат, объединив продуктовый тренинг, командную работу и игровую миссию по спасению планеты от Великих Недугов.

Игра помогает повысить знание продуктов Solopharm, закрепить их преимущества и развить навыки командного взаимодействия, быстрого принятия решений и работы в условиях ограниченного времени. Участники объединяются в 4 команды, получают собственный препарат и проходят 3 игровых этапа: производство, маркетинг и реализация. На каждом этапе команды выполняют задания, зарабатывают энергию, проходят испытания и получают игровые события, влияющие на дальнейший ход игры.

Юлия Мелкумова, Руководитель отдела обучения аптечных сетей, Solopharm (Санкт-Петербург)

- *ФармКвест: рецепт успеха» - командная бизнес-игра по продуктам Solopharm.*

**17:00 – 19:00**

**СЛУШАТЬ В ОТСЕКАХ! ДЕЖУРНЫЙ ПО ФАРМЕ.**

Тренинг для менеджеров аптечных сетей и не только. Практические кейсы, детальное обсуждение и ответы на вопросы.

Павел Лисовский, Основатель, Системы Лисовского (Санкт-Петербург)

- *Где деньги? Сколько и где сейчас теряют аптечные сети. Как это исправить.*

**19:00**

**ОТДАТЬ ЯКОРЬ! ЗАВЕРШЕНИЕ КЛУБА «ЗЕЛЕНЬ КРЕСТ».**

Свободное время.

**26 ИЮНЯ**  
**КОНФЕРЕНЦИЯ «ЗЕЛЕНЬ КРЕСТ»**

**08:00 – 10:30**

**БОЛЬШОЙ СБОР. РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ**

Приветственный кофе. Общение с коллегами и партнерами.

**09:30 – 10:00**

**ПРИГОТОВИТЬСЯ К ПОГРУЖЕНИЮ. АНАЛИТИЧЕСКИЙ БЛОК.**

Подведем итоги первого полугодия и сделаем осторожные прогнозы на второе. Подробная аналитика рынка, рейтинги аптечных сетей, дистрибьюторов, фармкомпаний и брендов. Региональная аналитика.

Татьяна Ковальчук, Заместитель генерального директора, AlphaRM (Москва)

- *Розничный фармацевтический рынок России: структура, динамика, лидеры*

**10:00 – 10:30**

**ДЕТИ НЕ ИГРАЮТ, А УЧАТСЯ. ПРАКТИЧЕСКИЕ СЕССИИ**

Решения для аптечных сетей и производителей. Практические кейсы, тренинги, мастер-классы, детальное обсуждение и ответы на вопросы.

10:00 - 10:15

Сергей Орлов, Отраслевой директор, Т-Банк (Москва)

- *Финтех – инструменты для роста бизнеса.*

10:15 - 10:30

Анастасия Корнеева, Руководитель отдела развития продуктов ритейл-аудит, Платформа ОФД (Москва)

Владислав Юдин, Руководитель проекта «ЧекИмпульс», Платформа ОФД (Москва)

- *Цифровой пульс лета: что покупают, сколько платят и как на этом заработать. Взгляд через данные.*

**10:30 – 11:30**

**ЧУДЕСА ДЕЛАЮТСЯ СВОИМИ РУКАМИ. АПТЕЧНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ**

Растет конкуренция на аптечном рынке. С одной стороны, идет консолидация аптечных сетей за счет поглощений и слияний. С другой стороны, повысили активность аптечные объединения – некоторые вообще стали позиционировать себя как классические аптечные сети. Обсудим с ведущими аптечными объединениями ситуацию на рынке, планы развития и форматы взаимодействия с производителями. Смогут ли объединения обеспечить такой же уровень оптимизации бизнес-процессов, доступа к бюджетам производителей, управленческим решениям, новым технологиям и сервисам, как классические аптечные сети. И, главное, обеспечить эффективность, прозрачность и высокую управляемость.

- Основные факторы выбора. С какими сложностями сталкиваются локальные аптечные сети. Преимущества участия в ассоциациях, кроме бюджетов производителей - дополнительные решения и услуги, оптимизация бизнес-процессов, снижение операционных расходов и рост выручки, управление ассортиментом и др.
- Что получает аптека? Динамика продаж и доходности. Финансовая дисциплина, количество контрактов, прозрачность, уровень интеграции и степень свободы.
- Партнерская аптечная сеть как новый уровень интеграции. Новые возможности для аптек и производителей – доходность, управляемость, уровень контроля и отчетность. Планы по ужесточению условий и введению эксклюзивного членства.
- Что ждет формат аптечных ассоциаций в условиях консолидации рынка? Планы развития.

**МОДЕРАТОРЫ:**

Дмитрий Овчинников, Руководитель направления по работе с аптечными сетями и электронной коммерции, Neel (Москва)

**СПИКЕРЫ:**

Анна Ермолаева, Исполнительный директор, Созвездие (Химки)

Виктория Лесникова, Коммерческий директор, Анна (Воронеж)

Акоп Варпетян, Директор по развитию, АСНА (Москва)

Евгений Коротков, Директор по развитию партнерского союза «Сердце Континента», Сердце России (Москва)

Максим Сунякин, Генеральный директор, Аптека № 1 (Москва)

**11:30 – 12:00**

**МАЛЫЙ СБОР. ПЕРЕРЫВ НА КОФЕ-БРЕЙК**

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

**12:00 – 13:00**

**МЫ ЛЮБИМ СКАЗКИ, НО НЕ ВЕРИМ В НИХ. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ, ДИСТРИБЬЮТОРОВ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.**

Открытая и предметная дискуссия между производителями, дистрибьюторами и аптечными сетями для выявления болевых точек, стратегических ориентиров и потенциальных зон для сотрудничества в условиях высокой конкуренции и ценового давления. Эффективная товаропроводящая цепочка учитывает экономические интересы всех входящих в нее звеньев, при этом важна координация действий и управление товарными потоками между всеми звеньями данной цепочки. Только в формате взаимодействия и сотрудничества можно создать оптимальные условия для развития и роста компаний. Обсудим тенденции в фармацевтической цепочке, ассортимент, логистику и

**дистрибьюцию, маркетинговые договора и прямые контракты, финансовую дисциплину и многое другое.**

- **Аптеки.** Отношения с дистрибьюторами: отсрочки, лимиты, как изменились условия сотрудничества с сетями. Прямые контракты с производителями. Нелекарственный ассортимент и ВМТ. Взаимоотношение с производителями и дистрибьюторами. Ставка на прямые контракты. Рост доли нелекарственного ассортимента в аптеках. 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.
- **Дистрибьюторы.** Консолидация дистрибьюторов и перераспределение долей. Рентабельность дистрибьюции в текущих условиях. Почему дистрибьюторы наращивают свою розничную сеть, создают маркетинговые объединения и развивают собственный портфель продукции? Финансовая стабильность аптечных сетей. Маркетинговые проекты дистрибьюторов: цели, задачи, результаты. Сокращаются ли бюджеты производителей?
- **Производители.** Дистрибьюция или логистика? Приоритеты производителей с учетом роста рынка (у)СТМ. Работа дистрибьюторов с ассортиментом. Поставки производителей аптечным сетям напрямую без участия дистрибьютора.
- Примеры эффективного партнерства производителя и дистрибьютора, дистрибьютора и аптечных сетей, производителей и аптечных сетей. Что будет происходить в ближайшей перспективе в сегменте дистрибьюции?

#### **МОДЕРАТОРЫ:**

**Анатолий Тенцер**, Директор по развитию, Катрен, Аптека.ру (Новосибирск)

#### **СПИКЕРЫ:**

**Илья Балалыкин**, Коммерческий директор, Sun Pharma (Москва)

**Дмитрий Варакин**, Заместитель генерального директора по управлению региональной сетью и продажами, ФК Гранд Капитал (Москва)

**Владимир Герус**, Директор региона Северо-Запад, НПК Катрен (Новосибирск)

**Юрий Карпенко**, Коммерческий директор, Аевксима (Москва)

**Алексей Пушкин**, Генеральный директор, Дежурная аптека 24 (Москва)

**Иван Федорченко**, Коммерческий директор, Максавит (Нижний Новгород)

**13:00 – 14:00**

#### **О ХОРОШЕМ ДОЛЖНЫ МЕЧТАТЬ ЛЮДИ. АССОРТИМЕНТ В АПТЕЧНЫХ СЕТЯХ**

**Поиск баланса между давлением на цену, стабильностью и управлением ассортиментом требует от аптечных сетей и производителей поиска и выбора оптимального сочетания и соотношения между классическими брендами, брендированными и небрендированными дженериками и высоко маржинальными товарами (ВМТ), включая собственные торговые марки (СТМ). Обсудим с сетями и производителями секреты работы с данными категориями, поделимся успешными примерами управления ассортиментом и сотрудничества аптечной сети и производителя.**

- **Рынок.** Усиление конкуренции - десятки производителей на одну молекулу. Стандартизация качества и ценовые войны приводят к резкому падению маржи производителей. А сети развивают СТМ, превращая производителей в контрактные площадки, и требуют максимальных скидок для сохранения своей ценовой конкурентоспособности.
- **Производитель.** Три пути в условиях сжатия маржи: **развивать СТМ** (конкуренция через скидки, рискуя дальнейшим падением рентабельности), **инвестиции в бренд-дженерики** (продвигать свои дженерики, делая их узнаваемым для врачей и пациентов) и **создание бренда** (строить долгосрочную стоимость через продвижение врачам и потребителям, пытаясь выйти из ценовой конкуренции). Угрозы и возможности. Факторы успеха и примеры успешного сотрудничества производителя и аптечной сети.
- **Аптека.** Необходимость балансировать между **давлением на цены** (поиск лучших условий от производителей для поддержания низких цен), **стабильностью** (потребность в надежных партнерах с гарантией бесперебойных поставок и предсказуемого качества) и **управлением ассортиментом** (выбор между СТМ (высокая маржа), бренд-дженериками (стабильный спрос) и брендами (трафик). Ценовое позиционирование: бюджетные или премиальные, отечественные или импортные? Потребительские предпочтения. Лекарственные препараты и БАД - схожесть и различия, качество. Как правильно продавать и делать замену в аптеке. Как управлять восприятием фармацевтов и повысить доверие населения. Выбор категорий для развития СТМ. Количество позиций СТМ в категории. Критерии сохранения или вывода других продуктов внутри категории: объем продаж, доходность, цена, качество и др. Оптимальная доля в ассортименте и продажах.
- **Решение.** Как совместными усилиями создать ценность для конечного потребителя и сохранить рентабельность всей цепочки, не уничтожая рынок бесконечным снижением цен?

#### **МОДЕРАТОРЫ:**

**Акоп Варпетян**, Директор по развитию, АСНА (Москва)

#### **СПИКЕРЫ:**

**Сергей Овчар**, Руководитель отдела маркетинга, HETERO (Москва)

**Михаил Чалый**, Коммерческий директор, Красногорсклексредства (Красногорск)

**Людмила Дербенева**, Директор Северо-западного филиала, Ригла (Москва)

**Наталья Подольская**, Начальник отдела по работе с производителями, Здоровье (Усть-Лабинск)

14:00 – 15:00

### КАПИТАНСКИЙ КАМБУЗ. ОБЕД

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

15:00 – 16:00

### ПЕРВЫМ В ДЕРЕВНЕ ИЛИ ВТОРЫМ В РИМЕ. РЕГИОНАЛЬНЫЕ АПТЕЧНЫЕ СЕТИ.

В условиях усиливающейся конкуренции на аптечном рынке во многих регионах страны местным аптечным сетям все еще удается повышать продажи, эффективно развиваться и конкурировать с федеральными сетями, удерживая их экспансию и даже сохраняя лидирующие позиции в регионе. В чем секрет подобного успеха и на что обратить внимание, расскажут руководители региональных аптечных сетей со всех концов страны. Инсайты, кейсы, аналитика.

- Ситуация в регионах. Экспансия и консолидация федеральных сетей. Региональные особенности.
- Сложности масштабирования бизнеса. Как расти, не снижая эффективности. Основные точки роста бизнеса, возможности для увеличения рентабельности и снижения затрат. Управление ассортиментом, ценообразование, программа лояльности, новые услуги и технологии, персонал. Инструменты финансового обеспечения.
- Электронная коммерция и онлайн продажи. Стратегия поведения аптечных сетей. Возможность привлечь новых покупателей или удержать существующих? Новые технологии и услуги в аптечных сетях.
- Консолидация аптечного рынка. Сохранить индивидуальность или объединиться? Развивать бизнес или самое время для его продажи?
- Сотрудничество с производителями. Прямые контракты, маркетинговые договоры и СТМ.
- Оптимизация ассортимента, уменьшение полки в категории. Привлекательность и значимость рынка ВМТ и СТМ. Выбор категорий для развития СТМ. Оптимальная доля в ассортименте и продажах.
- Влияние налогового законодательства на деятельность аптек. Новые возможные законодательные инициативы и регуляторные изменения.

#### МОДЕРАТОРЫ:

Павел Лисовский, Основатель, Системы Лисовского (Санкт-Петербург)

#### СПИКЕРЫ:

Вадим Левченко, Генеральный директор, Арника (Донецк)

Никита Осипов, Первый заместитель генерального директора, Областной аптечный склад, (Челябинск)

Надежда Катело, Генеральный директор, Смоленск-Фармация (Смоленск)

Дмитрий Любимов, Генеральный директор, Муромские аптеки (Муром)

Андрей Богданов, Начальник отдела маркетинга и закупок, Народная аптека (Санкт-Петербург)

Оксана Мантулина, Руководитель, С.О.Ц. Аптека (Белгород)

16:00 – 17:00

### БУДУТ ТЕБЕ АЛЫЕ ПАРУСА. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

На сцене соберутся только руководители крупнейших площадок, маркетплейсов и агрегаторов. Как эффективное использование современных интернет-технологий и цифровых решений позволяет им активно развиваться и успешно конкурировать с классическими аптечными сетями. Кто они для аптечных сетей и производителей – конкуренты, соратники, альтернативные каналы продаж? Обсудим основные тенденции и тренды фармацевтического e-commerce.

- Прошлое. Итоги рынка электронной коммерции за I полугодие 2026 г. Основные тренды и тенденции.
- Потребитель. Почему покупатель должен идти в онлайн, а не в аптеку? Как привлечь новых покупателей и удержать их? Как увеличить средний чек в онлайн?
- Аптека. Проекты с аптечными сетями: витрина, доставка, выдача. Почему онлайн площадки открывают свои аптеки. Продолжится ли ставка на выдачу заказов в аптеках или ожидать изменение формата доставки: до двери, пункты выдачи, постаматы. Возможна ли покупка ведущими маркетплейсами крупных аптечных сетей?
- Производитель. Почему для многих производителей маркетплейсы становятся основным каналом продаж. За счет чего онлайн площадки становятся более эффективными и выгодными, чем классические аптечные сети.
- Будущее. Возможности для роста и трансформации рынка Ecom. Планы развития маркетплейсов.

#### МОДЕРАТОРЫ:

Акоп Варпетян, Директор по развитию, АСНА (Москва)

#### СПИКЕРЫ:

Ольга Лазарева, Руководитель направления Pharmacy&PetCare, Ozon.ru (Москва)

Евгений Поляков, Руководитель отдела электронной коммерции, Polza.ru | Пульс (Химки)

Эльдар Галеев, Коммерческий директор, Ютека (Москва)

Дмитрий Колтаков, Руководитель вертикали аптек, Яндекс Еда и Яндекс Аптеки (Москва)

Вероника Боровлева, Директор по развитию экосистемы, Здравсити (Москва)

17:00 – 20:00

### ГОРНИСТА НАВЕРХ. XII ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ПРЕМИЯ «ЗЕЛЕНЫЙ КРЕСТ»

Традиционный вечерний фуршет и музыкальная программа. Награждение победителей XII премии «Зеленый Крест» - лучших персон, аптечных сетей, дистрибьюторов, фармацевтических компаний и

брендов и СТМ. Отличное завершение деловой программы конференции и возможность провести время в неформальной обстановке с коллегами и партнерами.

**20:00**

**ФЛАГ СПУСТИТЬ. ЗАВЕРШЕНИЕ КОНФЕРЕНЦИИ**

Благодарим за участие и приглашаем принять участие в первой осенней встрече фармацевтического сообщества: XIII переговорной сессии «Pharma Meeting Point» и XXX конференции «Зеленый Крест», которые пройдут в Москве 8 и 9 сентября 2026 года. Зарегистрироваться на мероприятия и получить скидки можно по ссылке:

<https://forms.gle/DfrPbgKfZLRmobzX9>

27 ИЮНЯ

**09:00 – 14:00**

**ОТДАТЬ ШВАРТОВЫ! ЭКСКУРСИЯ НА ЗАВОД**

Экскурсия на завод «Solpharm».