# Поговорим начистоту

## Участники фармрынка расставили точки над i в вопросе прямых контрактов

**Прямые контракты между производителями и аптечными сетями уже реальность, но пока это явление не массовое. Однако тот факт, что в последние 3—4 года заключаются все новые и новые контракты, говорит об устойчивой тенденции. На первой конференции «Фармацевтического вестника» из серии «PROекции будущего» с захватывающим названием «Прямой контракт: выигрывают все!» ее участники попытались выяснить, как новые взаимоотношения на рынке будут выглядеть в будущем. Кажется, им это удалось.**

**Елена Калиновская, фото Игоря Чунусова**

**Партнерами первой конференции из серии «PROекции будущего» «Прямой контракт: выигрывают все!» стали: IN-TECH (генеральный партнер), «Аптечная сеть 36,6», MAYKOR-GMCS, страховой брокер ACT, OLEOS, Marathon, NCLogistics, «Витамир», Loymax, «Доминанта».**

### Средство для головной боли

По словам главного редактора «ФВ» **Германа Иноземцева**, задача конференции не смотреть в прошлое и даже не анализировать настоящее, а попытаться понять тренды будущего. Тем не менее без краткого экскурса в историю не обошлось. Оказалось, что было несколько причин перехода на прямой контракт.

Первая сторона — производители. Представители Большой фармы смысла в прямых контрактах с аптеками не видят. Менеджер по развитию ритейл-продаж AstraZeneca в России **Павел Сагитов** отметил, что компания работает с дистрибьюторами и не видит причин, почему им надо вместо, условно говоря, 10 контрактов с дистрибьюторами заключать 20 контрактов с аптечными сетями. Ведь это лишняя головная боль. В то же время компания не тратит маркетинговый бюджет на дистрибьютора, а давно и плотно работает с розницей.

Андрей Белашов отмечает, что руководство «36,6» готово идти на переговоры с производителями

Гарольд Власов: «Крупные логистические операторы все-таки работают с большими объемами и пока не готовы развозить товар по аптекам»

Зато дженериковые компании вполне осознанно пошли к аптечным сетям напрямую. Коммерческий директор «Акрихина» **Рустем Муратов** отметил, что у Большой фармы, как правило, конкуренция не такая острая. «Работая с аптечной сетью напрямую, мы ищем возможность увеличения нашей доли на рынке», — говорит он. По его словам, крупные аптечные сети интересуются растущими дженериковыми компаниями с большим универсальным ассортиментом. Директор по работе с ключевыми клиентами по РФ компании «Вертекс» **Рамал Гадиров** подтверждает, что острая конкурентная борьба заставляет производителей переходить на прямой контракт с аптеками; кроме того, это способ диверсификации бизнеса.

Рамал Гадиров: «Прямой контракт с аптеками — это способ диверсификации бизнеса»

Однако большого экономического эффекта фармзаводы пока не фиксируют. Напротив, говорят о возросших финансовых рисках, сетуют, что аптечные сети не имеют навыков долгосрочного планирования. Поэтому количество прямых контрактов растет медленно. В «Вертексе» рассказывают, что сначала смотрели на сети из TOP30, затем TOP50.

«Прямые контракты сейчас — это скорее задел на будущее, кристаллизация взаимоотношений производителя и сети. Мы выбираем партнеров на ближайшие 10 лет. Портфели компаний пересекаются, поэтому важно определить, кто с кем будет работать в долгосрочной перспективе», — считает Рустем Муратов.

### Аптечная история

Что касается второй стороны, то здесь тоже две истории. Аптечная сеть «36,6» еще несколько лет назад подумывала о собственной логистике и прямых договорах. Возможно, сеть какое-то время присматривалась к этому направлению. Но обстоятельства не позволили, один из крупных дистрибьюторов прекратил поставки в адрес «36,6», и, чтобы продолжать наполнение аптек товаром, руководители компании обратились к производителям.

Игорь Жибаровский: «Сейчас прямые договоры с производителями обеспечивают 75% нашего оборота, к концу году будет еще 15%»

«Сегодня это уже история, — говорит вице-президент по маркетингу компании «Оболенское» **Андрей Белашов**. — Мы не могли потерять 2 тыс. аптек в таком регионе». Кроме того, он отмечает, что руководство «36,6» готово идти на переговоры, и это немаловажный факт.

«Мы всегда готовы к диалогу. Наша компания продолжит заключать прямые договоры с производителями, сейчас эти контракты обеспечивают 75% нашего оборота, к концу году будет еще 15%. Мы хотим независимости от дистрибьюторов», — отмечает член Совета директоров «36,6» **Игорь Жибаровский**. Он добавляет, что сеть не просто выкупает товар у производителя, но и дает партнерам возможность проследить, как их препараты реализуются, а новые программные решения делают продажи еще более эффективными.

«Неофарм» не имеет собственного оптового звена. По словам директора компании **Евгения Нифантьева**, 65% оборота обеспечивают национальные дистрибью-