

ТРЕТИЙ ЕЖЕГОДНЫЙ ВСЕУКРАИНСКИЙ

PHARMA
INDUSTRY
FORUM
2011



27 сентября 2011

Киев, Конференц-зал "Панорама",
Cubic Center

PHARMA INDUSTRY FORUM'11



PHARMA INDUSTRY FORUM (PIF) – эффективная площадка для построения диалога и обмена опытом между всеми игроками и экспертами фармацевтического рынка Украины с целью налаживания контактов с потенциальными партнерами, а также для обсуждения и решения наиболее важных вопросов фармотрасли.

Интересный формат мероприятия предусматривает возможность максимально представить практический опыт ведущих специалистов в области успешного развития и управления предприятиями в фармотрасли. Ключевым отличием форума является возможность живого общения, которое позволит выработать решения для развития отрасли в целом и реализации отдельных задач различных игроков рынка.

В РАМКАХ ФОРУМА:

4 СЕКЦИИ ДОКЛАДОВ ЛИДЕРОВ ОТРАСЛИ:

- ❖ Стратегия развития фармацевтической отрасли Украины: приоритеты правительства и перспективы для бизнеса
- ❖ Логистика в фармацевтике: поиск компромисса
- ❖ Как выбиться в лидеры или формируем маркетинговую стратегию
- ❖ Построение эффективной товарывыводящей сети: взгляд производителя, дистрибутора ритейлера

15+ СПИКЕРОВ

Признанные эксперты фармацевтического рынка – только ведущие специалисты украинских и международных компаний

ПРЕСС-СЕКЦИЯ

Представители власти и эксперты в фармацевтической области обсуждают наиболее острые вопросы взаимодействия и построения конструктивного диалога между властью и бизнесом, а также перспективы и прогнозы рынка в связи с изменениями в законодательстве

120 УЧАСТНИКОВ

- ❖ производители лекарственных препаратов
- ❖ дистрибьюторы
- ❖ аптечные сети
- ❖ медицинские общественные и профессиональные организации
- ❖ органы государственной власти

ПРОГРАММА PIF'11



09.00 – 09.30	РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ, УТРЕННИЙ КОФЕ
09.30 – 11.30	ПРЕСС-СЕКЦИЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ: ПРИОРИТЕТЫ ПРАВИТЕЛЬСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ БИЗНЕСА
<i>Сегодня в украинской фарминдустрии существует ряд проблемных вопросов связанных с поддержкой со стороны государства, нормативного регулирования, а также вопросами контроля цен на фармпрепараты. Это усложняет процессы дальнейшего развития отечественной фарминдустрии в современных условиях. В рамках данной секции докладчики попробуют найти решения существующих проблем для дальнейшего развития рынка в Украине посредством эффективной коммуникации, построения диалога для координации усилий всех сторон.</i>	
Ключевые вопросы секции:	
Законодательные инициативы и приоритеты правительства по развитию фармацевтической отрасли	
✓ Государственные приоритеты и программы развития фармацевтической индустрии Украины	
✓ Законодательные изменения в регулировании импорта лекарственных средств. Внедрение НДС на импортируемые лекарства	
✓ Программы развития импортозамещающих производств в Украине	
✓ Реализация планов по введению государственного регулирования цен на лекарственные препараты	
Прогнозы развития фармацевтического рынка Украины	
✓ Приоритетные сектора развития отечественной фармацевтической промышленности	
✓ Оценка принятых нормативных актов, их влияние на состояние рынка	
✓ Анализ спроса и предложения. Динамика продаж	
✓ Основные направления, составляющие интерес для инвестора: требования и условия финансирования	
Генерики на украинском рынке: возможности и угрозы	
✓ Доля генерических препаратов на украинском рынке. Ключевые тенденции рынка	
✓ Требования регуляторных органов, выдвигаемые к генерическим препаратам: сертификаты GMP, подтверждение биоэквивалентности	
✓ Политика ценообразования на рынке генериков	
11.00 – 11.30	КОФЕ-ПАУЗА
11.30 – 13.00	СЕКЦИЯ 1 ЛОГИСТИКА В ФАРМАЦЕВТИКЕ: ПОИСК КОМПРОМИССА
<i>Увеличение объема продаж и рост товарных потоков выявляет «слабое звено» в инфраструктуре украинской фармацевтической отрасли – логистику. Многие компании-дистрибьюторы медикаментов, уже активно исследуют инновационные решения для транспортировки и хранения медикаментов. Как выстроить эффективную логистику с учетом интересов всех участников процесса и сохранить качество продукции обсудят ведущие специалисты фармацевтического рынка и логистические операторы.</i>	
Ключевые вопросы секции:	
✓ Оптимальная логистическая модель для производителей и дистрибуторов в фармацевтике	
✓ Построение взаимовыгодных отношений с логистическими компаниями: требования производителя	
✓ Почему логистические процессы наравне с производственными процессами должны жестко регламентироваться?	
✓ Эффективность логистики для развития различных каналов сбыта	
✓ Как сократить расходы на логистику в фармацевтике?	
✓ Инновационные решения для транспортировки и хранения медикаментов	
✓ Повышение эффективности каналов сбыта	
✓ Case study: Организация работы департамента логистики в современных условиях	
13.00 – 14.00	ОБЕД

ПРОГРАММА PIF'11*



14.00 – 16.00

СЕКЦИЯ 2

КАК ВЫБИТЬСЯ В ЛИДЕРЫ ИЛИ ФОРМИРУЕМ МАРКЕТИНГОВУЮ СТРАТЕГИЮ

В настоящее время отечественные производственные компании уже вооружены передовыми знаниями в области общей теории и практики стратегического менеджмента и имеют достаточно богатый опыт для построения эффективных стратегий развития бизнеса как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Однако, несмотря на значительные практические успехи, которых достигла отрасль, вопросы стратегического маркетинга остаются актуальными до сих пор. Построение маркетинговой стратегии, привлечение потока клиентов и управление ассортиментом – главные вопросы, обсуждение которых позволит аудитории форума выработать качественные решения для создания и реализации индивидуальных конкурентных преимуществ компаний.

Ключевые вопросы секции:

- ✓ Действенные маркетинговые инструменты для продвижения фармпрепаратов
- ✓ Оптимизация продвижения товаров на основе маркетинговых исследований спроса и предпочтений конечных потребителей
- ✓ Рекламная кампания в рамках последних тенденций рынка – новые подходы и яркие решения
- ✓ Особенности маркетинга генерических препаратов
- ✓ Интернет-коммуникация для рецептурных препаратов: маркетинговые аспекты и оценка эффекта
- ✓ Инструменты повышения ценности бренда. Управление предпочтениями потребителя, выработка лояльности
- ✓ Case study: Увеличение потока клиентов за счет внедрения совместных маркетинговых программ
- ✓ Case study: Выбор удачного ассортимента лекарственных средств: критерии формирования и управление ассортиментом

16.00 – 18.00

СЕКЦИЯ 3

ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ТОВАРОВЫВОДЯЩЕЙ СЕТИ: ВЗГЛЯД ПРОИЗВОДИТЕЛЯ, ДИСТРИБУТОРА, РИТЕЙЛЕРА

Построение конструктивного диалога между всеми участниками фармрынка всегда являлось краеугольным камнем современной ситуации. Для решения данной проблемы пройдет данная спецсекция, в рамках которой ключевые участники товаровыводящей сети поделятся своими взглядами на эффективную организацию работы данной цепи. Основной идеей секции форума является организовать продуктивное обсуждение всех вопросов и выработку конкретных решений в улучшении качества работы в целом и создании высоко конкурентоспособной украинской фарминдустрии.

Взгляд производителя

- ✓ Формирование взаимовыгодных отношений по всей цепочке поставок: подводные камни и поиск компромисса
- ✓ Ключевые инструменты повышения эффективности каналов сбыта
- ✓ Ценовой контроль, как средство повышения дохода компании
- ✓ Альтернативные каналы продаж: за и против

Взгляд дистрибутора

- ✓ Новые тенденции в дистрибуции лекарственных средств
- ✓ Оптимальная модель сотрудничества с производителем и ритейлером
- ✓ Проблема качества препаратов: кто виноват и что делать?
- ✓ Эффективные способы оптимизации продаж: как количество перевести в качество

Взгляд ритейлера

- ✓ Как завоевать место на полке: оценка работы дистрибуторов
- ✓ Методы стимулирования спроса и программы лояльности
- ✓ Оптимизация затрат: на чем не следует экономить?
- ✓ Расширение ассортимента как средство повышения рентабельности аптечного ритейла

*В программе форума возможны изменения: состав докладчиков может быть изменен по не зависящим от организаторов причинам, а темы скорректированы согласно экономической ситуации на момент проведения мероприятия

АУДИТОРИЯ PHARMA INDUSTRY FORUM



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ PIF'11:

Участники по уровню менеджмента:



Участники по сфере деятельности компаний:



Аудитория PIF 2010-2011: фармацевтические компании, аптеки, дистрибуторы, банки, финансовые и страховые компании, консультанты, логистические операторы и транспортные службы, ИТ компании, аудиторы, маркетинговые и рекламные агентства.

Среди участников PIF 2010-2011 представители компаний:

Roche Ukraine
Фармак
Комора С
Лек Фарм
ЛИС Трейд
Мед Сервис
Митек
НАТУР+
Лубныфарм
Бионорика
Actavis
Буквамед

Правовой Альянс
Французская аптека
Эстра Фарма
Альба Украина
Биокон Групп
Euro lifecare
Гербион – МК
Stada-Нижфарм
Delta Medical
Ipsen Pharma
Мистер Блистер
Паритет

Промогруп
Ранголи
Резлов
Фармаско
Фармпланета
Фоззи-Фарм
Пани Аптека
АлексКом
БМТС
Авиценна
Парус
ИнВитро

GlaxoSmithKline Ukraine
Здоровье
Каскад Медикал
Ядран-Галенская лаборатория
Ново Нордиск
БИОФАРМА
Ranbaxy Laboratories Limited
Министерство здравоохранения Украины
Unipharm Inc.
Boehringer Ingelheim
Райффайзен Банк Аваль
Морской Транспортный Банк

Департамент регуляторной политики в сфере оборота лекарственных средств и продукции в системе здравоохранения

Государственная инспекция по контролю качества лекарственных средств Министерства здравоохранения Украины

КЛЮЧЕВЫЕ СПИКЕРЫ PIF 2010-2011



Алексей Михайлов,
Руководитель отдела
госпитальных препаратов,
Janssen-Cilag
(Johnson & Johnson)



Светлана
Постриган,
Юрист,
Arzinger



Александр Мельник,
Директор по развитию
бизнеса,
Артериум



Анна Добривечер,
Заместитель
генерального
директора,
TNS Ukraine



Юнна
Красилова,
Директор по
персоналу,
Альба Украина



Татьяна Шурыгина,
Координатор
отдела маркетинга,
Фармаско



Виктор Шафранский,
Директор
Представительства в
Украине,
Ipsen Pharma



Евгений Никушин,
Управляющий
директор,
Артур-К



Евгений Живодерников,
Заместитель
генерального директора,
SMD Ukraine



Олег Романченко,
Директор по
маркетингу,
Мед-сервис Групп



Игорь Твердохлеб,
Старший консультант
отдела бизнес-рисков,
Ernst&Young



Светлана Ивасенко,
Юрист,
Arzinger



Наталья Руденко,
Старший менеджер
Налогово-юридического
департамента,
Deloitte Ukraine



Юрий Чертков,
Директор,
Агентство
Медицинского
Маркетинга



Наталья Тахтаулова,
Начальник управления
лицензирования и сертификации
производства,
Государственная инспекция по
контролю качества лекарственных
средств



Игорь Торский,
Директор,
Pharm
Outsourcing



Марина Костромина,
Менеджер по работе с
клиентами
департамента
постоянных и медиа
исследований,
TNS Ukraine



Владислав Страшный,
Независимый эксперт
по вопросам развития
фармацевтического
бизнеса Украины/CHG



Александр Подколзин,
Консультант
направления
фармацевтика и
здравоохранение,
Hudson Ukraine



Педько Владимир,
Руководитель
отдела онкологии,
Roche Ukraine



Валерий Стецив,
Директор,
Департамент регуляторной
политики в сфере оборота
лекарственных средств и
продукции в системе
здравоохранения

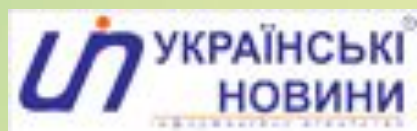
ПАРТНЕРЫ PHARMA INDUSTRY FORUM



ПАРТНЕРЫ PIF 2010-2011



МЕДИАПАРТНЕРЫ PIF 2010-2011



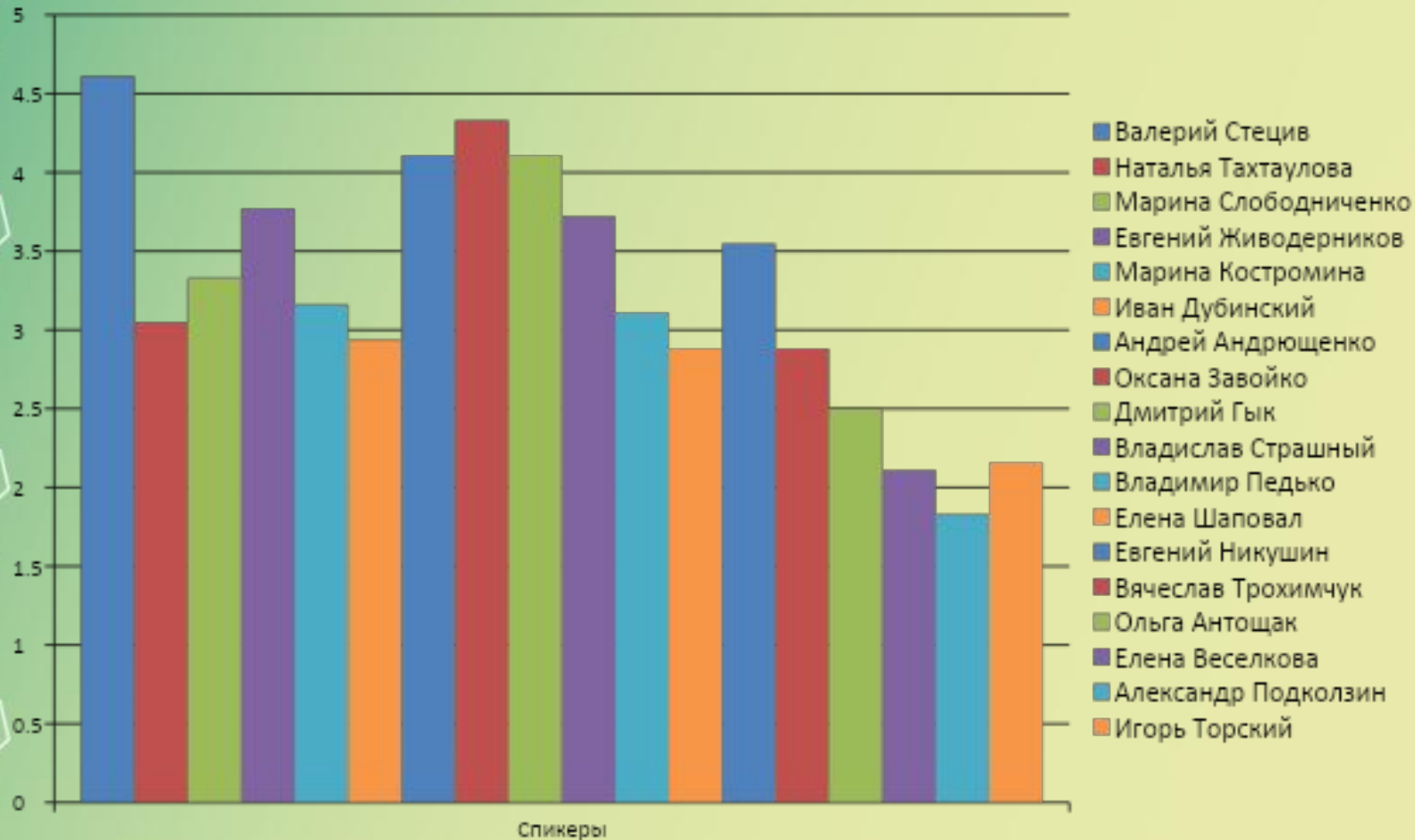
ФОТООТЧЕТ PIF 2010-2011



АНАЛИЗ МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ PIF'11 (весенний сезон)



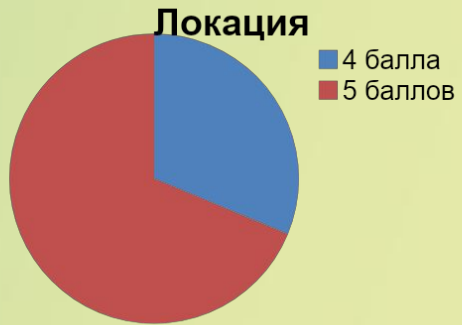
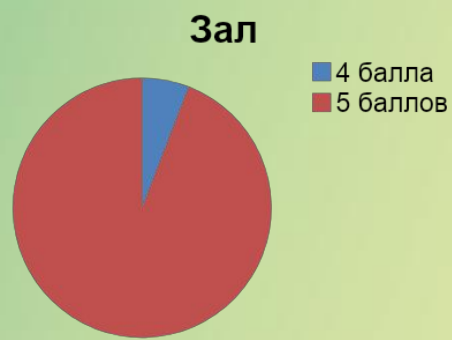
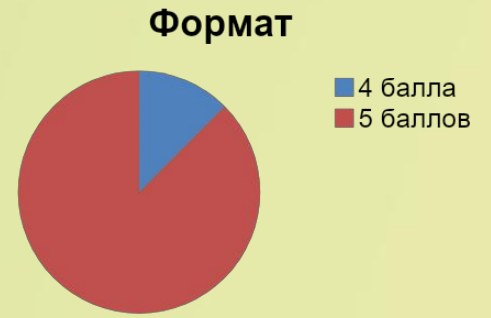
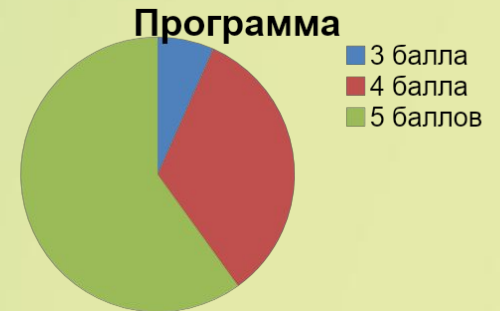
ОБЩИЙ РЕЙТИНГ ДОКЛАДЧИКОВ:



АНАЛИЗ МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ



Результаты (весенний сезон)



ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ



Начиная с 2011 года, компания Meeting Point Ukraine использует новый подход при формировании программ своих мероприятий.

Актуальные темы и тезисы докладов будут формироваться и утверждаться специально сформированным компетентным органом – Программным комитетом.

В состав Программного комитета PHARMA INDUSTRY FORUM приглашаются генеральные директора крупнейших украинских и международных компаний фармацевтической индустрии.

Благодаря Программному комитету PHARMA INDUSTRY FORUM станет еще более полезными для всех его участников.

Важно! Также при составлении программы учитываются все пожелания и отзывы участников предыдущего форума, которые они оставляют в специальных анкетах



ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ



- ❖ Партнерство бизнес-мероприятий это лучший инструмент B2B маркетинга, который позволяет напрямую воздействовать на целевую аудиторию и создавать мотивацию к покупке
- ❖ Партнерские программы позволяют решить задачи для B2B маркетолога и отдела продаж продуктов и услуг для бизнеса, наладить прямые контакты с потенциальными покупателями на уровне людей «принимающих решение о покупке», возможность представить свой продукт с помощью уже существующих клиентов – case-story

ДЕМО ПАРТНЕР

Что получает Демо партнер форума?	
Размещение демонстрационного стенда компании с возможностью распространения брендированных и информационных материалов, проведение презентаций услуг компании и консультации потенциальных клиентов	1 стол
Размещение логотипа компании и статуса Демо партнер на информационных материалах мероприятия (рекламные макеты и сообщения о мероприятии, информационные рассылки по базам данных)	•
Размещение имиджевого спайдера на площадке саммита	•
Размещение рекламных и информационных материалов компании в пакетах участников	•
Размещение логотипа компании и статуса Демо партнер на сайте форума	•
Общее количество участников от компании-партнера, включая представителя компании на стенде	2 чел
Стоимость участия в программе в грн с учетом НДС	15 000

ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ



ПАРТНЕР ФОРУМА

Что получает Партнер форума?	
Размещение логотипа компании и статуса Партнера на информационных материалах мероприятия (рекламные макеты и сообщения о мероприятии, информационные рассылки по базам данных, пресс-релизы после мероприятия)	•
Выступление с 1-ним докладом эксперта компании в тематической секции на выбор	20 минут
Размещение имиджевого спайдера на площадке форума	•
Размещение рекламных и информационных материалов компании в пакетах участников	•
Размещение логотипа компании и статуса Партнера на сайте форума	•
Общее количество участников от компании-партнера, включая спикера	2 чел
Распространение брендированных материалов компании-партнера среди участников (футболки, пакеты, блокноты, ручки)	•
Размещение информационных материалов компании (брошюры, каталоги, листовки, диски,...) на стойке регистрации	•
Размещение логотипа компании во всех рекламных макетах-анонсах форума согласно медиаплана	•
Стоимость участия в программе в грн с учетом НДС	25 000

ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ПАРТНЕР

Что получает Специализированный партнер форума?	
Размещение логотипа компании и статуса Специализированный партнер на информационных материалах мероприятия (рекламные макеты и сообщения о мероприятии, информационные рассылки по базам данных, пресс-релизы после мероприятия)	•
Размещение имиджевого спайдера на площадке форума	•
Размещение рекламных и информационных материалов компании в папках участников	•
Размещение логотипа компании и статуса Специализированный партнер на сайте форума	•
Общее количество участников от компании-партнера, включая спикера	3 чел
Получение базы участников после мероприятия	•
Выступление с 1-ним докладом в секции на выбор	30 минут
Размещение демонстрационного стенда компании в рамках мини-выставки с возможностью распространения брендированных и информационных материалов, проведение презентаций услуг компании и консультаций потенциальных клиентов	1 стол
Размещение логотипа компании во всех рекламных макетах-анонсах форума согласно медиаплана	•
Стоимость участия в программе в грн с учетом НДС	30 000

ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

Что получает Генеральный партнер форума?	
Приоритетное размещение логотипа компании и статуса Генеральный партнер на информационных материалах мероприятия (рекламные макеты и сообщения о мероприятии, информационные рассылки по базам данных, пресс-релизы после мероприятия)	•
Вступительное слово от топ-менеджера компании во время открытия форума	до 5 минут
Приоритетное размещение спайдера, флажка (на столе президиума или трибуне) в конференц-зале форума	•
Размещение рекламных и информационных материалов компании в папках участников	•
Размещение логотипа компании и статуса Генеральный партнер на сайте форума	•
Общее количество участников от компании-партнера, включая спикеров	4 чел
Выступление с 2-мя докладами на 20 минут в секциях на выбор (1 – собственный и 1 – доклад клиента на тему кейс-story*)	40 минут
Размещение демонстрационного стенда компании в рамках мини-выставки с возможностью распространения брендированных и информационных материалов, проведение презентаций услуг компании и консультацией потенциальных клиентов	1 стол
Размещение логотипа компании во всех рекламных макетах-анонсах форума согласно медиаплана	•
Получение базы участников после мероприятия	•
Распространение среди делегатов форума собственной анкеты с целью опроса участников форума	•
Возможность эксклюзивно разыграть призы (главный и несколько дополнительных) от Генерального партнера в конце мероприятия среди делегатов по заполненным анкетам компании	•
Стоимость участия в программе в грн с учетом НДС	40 000

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ ДЕЛЕГАТА



Для производителей, ритейлеров и дистрибуторов
– **2500 грн** с учетом НДС

Для компаний, предоставляющих услуги и решения
– **4000 грн** с учетом НДС

Скидки:

2-й участник от компании – **5%**

3-й и последующие участники от компании – **10%**

Пакет участника включает:

- ❖ Право присутствия на мероприятии
- ❖ Возможность участия во всех активностях форума
- ❖ Информационные материалы
- ❖ Кофе – брейки, обед

КОНТАКТЫ



По вопросам регистрации и партнерского участия:

Алена Жупикова

a.zhupikova@meetingpoint.com.ua

По вопросам информационной поддержки:

Ирина Яхно

i.iakhno@meetingpoint.com.ua

Руководитель проекта:

Наталья Головко

n.golovkon.golovko@meetingpoint.com.ua

моб. + 38 063 706 4080

Meeting Point Ukraine Ltd.

01014, Киев, бул. Леси Украинки, 27/2А

Тел./факс: +38.044.3907670

www.meetingpoint.com.ua