**Стартовал 26 сезон конкурса «Платиновая Унция»**  
  
**30 сентября в Москве** состоялась пресс-конференция, посвященная запуску 26 сезона престижной премии в фармацевтической отрасли**«Платиновая Унция».**

В этом году пресс-конференция прошла в обновленном формате. Впервые участие в пресс-конференции приняли не только члены организационного комитета, но и **победители «XXV Платиновой Унции».**   
  
Эксперты отрасли представили актуальную картину российского фармацевтического рынка: цифры, тренды, ключевые изменения, а также рассказали о нововведениях 26 сезона «Платиновой Унции».

СПИКЕРЫ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ:

* **Крестинский Юрий** – директор Института развития общественного здравоохранения, председатель организационного комитета конкурса «Платиновая Унция».
* **Кедрин Алексей** – председатель правления Ассоциации фармацевтических производителей ЕАЭС (АФПЕАЭС).
* **Дмитриев Виктор** – генеральный директор Ассоциации Российских фармацевтических производителей.
* **Фельдман Олег** – сопредседатель направления Healthcare компании Ipsos.
* **Шуляк Сергей** – генеральный директор ООО DSM Group.
* **Артёмов Антон** – председатель совета директоров Aston Health.
* **Демидов Николай** – генеральный директор ООО «Альфарм».
* **Неволина Елена** – исполнительный директор Ассоциации индустрии товаров для здоровья.
* **Опарин Александр** – исполнительный директор Российской ассоциации аптечных сетей.
* **Агарёва Оксана** – главный редактор газеты «Фармацевтический вестник», главный редактор журнала «Аптекарь».

А также [**победители «XXV Платиновой Унции».**](https://xxv.uncia.ru/xxv/winners/)

Председатель организационного комитета и основатель конкурса Платиновая Унция» **Юрий Крестинский** в ходе своего выступления объявил сроки проведения «XXVI Платиновой Унции» и анонсировал ключевые изменения, затронувшие премию в 26 сезоне.

* ОБНОВЛЕННЫЙ СОСТАВ ОРГАНИЗАЦИОННОГО КОМИТЕТА

*В этом году к оргкомитету конкурса присоединилась Ассоциация фармацевтических производителей ЕАЭС в лице представителя правления* ***Алексея Кедрина*** *и компания Aston Health в лице председателя совета директоров* ***Антона Артемова****.*

* РАСШИРЕННЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ НОМИНАЦИЙ

*В номинацию «Проект года» добавилась подноминация* ***«Инфраструктурный проект»****. К участию будут приниматься инициативы, реализованные в части оптимизации и реструктуризации внутренних бизнес-процессов компаний.*

* УСОВЕРШЕНСТВОВАННАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УЧАСТНИКОВ

*Отвечая на вопрос о методике «Платиновой Унции», глава оргкомитета напомнил, что для обеспечения максимальной объективности организаторами премии сформирована открытая система экспертного голосования. В число экспертов могут войти представители всех сегментов отрасли. «Мы создали механизм, при котором отрасль сама определяет лучших. Каждое отдельное мнение субъективно, но их совокупность формирует объективную картину и отражает реальное положение дел», – отметил Ю.А. Крестинский.*

* ТЕМАТИЧЕСКИЕ БИЗНЕС-ЗАВТРАКИ

*Новый проект «XXVI Платиновой Унции» –* ***тематические бизнес-завтраки*** *– площадка для общения с профессиональной аудиторией, возможность погрузиться в ключевые тренды фармацевтического рынка и обсудить темы, напрямую связанные с номинациями премии.*

* ПЛАТИНОВЫЙ МАРАФОН-2026

***«Платиновый марафон-2026»*** *– традиция продолжается.   
Проект стартовал в прошлом сезоне и сразу привлек более 30 участников. В рамках «Платинового марафона» можно рассказать об успехах и достижениях компании, разработанных продуктах и реализованных в 2025 году проектах.*

Пресс-конференция состояла из 5 блоков, созвучных с номинациями конкурса:

* **ПРОЕКТЫ ГОДА**
* **ПРЕПАРАТ ГОДА**
* **СДЕЛКА ГОДА**
* **КОМПАНИЯ ГОДА, АПТЕЧНЫЕ СЕТИ ГОДА И E-COMMERCE**
* **РУКОВОДИТЕЛЬ ГОДА**

**ПРОЕКТЫ ГОДА**

Главный редактор «Фармацевтического вестника» **Оксана Агарева** сообщила, что номинация «Проект года» может служить индикатором стратегических изменений: «Компании представляют здесь свои самые значимые инициативы. Яркий пример *–*стремительный рост digital-направления. Всего несколько лет назад сложно было представить такую конкуренцию в этой подноминации, а сегодня мы видим множество сильных заявок, что доказывает активную цифровую трансформацию отрасли».

«Мы видим корреляцию между победами в номинации «Проект года» и долей рынка. Это касается и иностранных, и российских компаний», *–*  констатировал генеральный директор AlphaRM**Николай Демидов**. Оценивая динамику рынка иностранных компаний *–* лауреатов разных лет в номинации «Проект года», аналитики подсчитали, что совокупная доля рынка этих компаний (AstraZeneca, Abbot, Teva, Takeda**,** Merck, Astellas, GSK, Merz) составила 11,7% по итогам 2024 года. Доля российских компаний – победителей в той же номинации составила 10,7% *–* учтены показатели компаний «Нижфарм», «Биннофарм», «Биокад», «Фармстандарт», «Вертекс», «Герофарм», «Сотекс», «Фармсинтез», «Нанолек».

**ПРЕПАРАТ ГОДА**

В прошлом году в номинации «Препарат года» представители российской и международной фармы разделили победу в шести подноминациях поровну. Чего ждать в наступающем сезоне?

«В стоимостном выражении импортные препараты сохраняют преимущество (53,8%), однако в упаковках доля отечественных достигает 63,4%», – поделилась статистикой директор отдела стратегических исследований DSM Group **Юлия Нечаева**.

Генеральный директор АРФП **Виктор Дмитриев** отметил, что государственная политика – драйвер устойчивого развития. «Без регуляторики жить было бы скучно. Работа с регуляторами ведется в очень плотном графике».

По мнению победителей прошлого сезона, именно здоровая конкуренция двигает вперед и фармрынок, и «Платиновую унцию».

Директор по экономике здравоохранения компании «Р-Фарм» **Александр Быков** привел яркое сравнение с игрой в шахматы: «Неважно, играешь ты с чемпионом или с соседом – к каждой партии нужно готовиться ответственно. Всегда нужно быть уверенным в себе и заряженным на победу».

Генеральный директор Solgar **Мурат Хакан Эртюрк** отметил, что компания гордится полученной в юбилейном сезоне наградой и добавил, что в России выросла культура потребления БАД, особенно среди молодежи: «Важно продолжать работу с медицинскими специалистами, чьи рекомендации формируют доверие к продукции. Несмотря на сложности, рынок развивается в правильном направлении».

Директор по связям с общественностью компании «Герофарм» **Евгения Доморщенкова**, комментируя победу препарата компании в прошлом сезоне премии, отметила, что сегодня на рынке представлено 12 препаратов — аналогов. «Конкурируем с иностранными и российскими компаниями, отмечая значительный прогресс отечественной фармы», – заключила она.

Руководитель по стратегическим партнерствам AstraZeneca **Олжас Сатыбалдин** подчеркнул: «Мы за здоровую конкуренцию – она позволяет государству получать лучшие продукты и решения».

Директор омниканальных продаж московского представительства «Эвалар» **Павел Колбин** уверен, что конкуренция с российскими и международными производителями помогает развиваться. «Главный вызов сегодня – неконтролируемый сегмент e-commerce с большим объемом серого импорта. Мы уверены, что проблема будет решена – на кону здоровье потребителей», – резюмировал он.

**СДЕЛКА ГОДА**

Рынок живет не только препаратами, но и сделками. **Юрий Крестинский** отметил их изменившийся характер: «Ранее доминировали классические сделки слияния и поглощения. В текущем году внимание привлекли два IPO компаний «Промомед» и «Озон Фармацевтика».

Особого внимания, по мнению эксперта, заслуживают также «непрофильные» игроки. «Серьезное партнерство уже намечено между Wildberries и «E-Аптекой». И это возможный претендент в номинацию «Сделка года», – заключил он.

**КОМПАНИЯ ГОДА, АПТЕЧНЫЕ СЕТИ ГОДА И E-COMMERCE**

«Аптечная розница должна освоить e-com. Те, кто поймут его суть и научатся правильно с ним работать, окажутся в лидерах», – констатировал исполнительный директор Российской ассоциации аптечных сетей**Александр Опарин**.

Сопредседатель направления Healthcare компании Ipsos **Олег Фельдман** рассказал о ключевых привычках потребителей, разделив их на группы по поколениям: Z, Y, X, Silver Age. Молодое поколение (16–28 лет) наиболее восприимчиво к маркетинговому воздействию: на него влияют рекомендации блогеров, реклама в аптеках, уведомления и другие цифровые каналы.

**Александр Калиниченко,** директор Московского региона «Катрен», отметил ключевые факторы лояльности покупателя – понятный сервис, доступная цена и доступный ассортимент.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ГОДА**

Номинация «Руководитель года», вернувшаяся в повестку премии в XXV сезоне, призвана отмечать лидеров, определяющих будущее фарминдустрии. По мнению председателя совета директоров Aston Health **Антона Артемова**, современный руководитель должен чутко реагировать на изменения и увлекать за собой команду, а высочайшая этика и ответственность за качество – обязательные требования в отрасли, где решения влияют на жизнь людей.

Победитель прошлого года директор по развитию «ФК Пульс» **Сергей Еськин** признался: «Победа стала неожиданностью. На рынке так много достойных специалистов. Для меня эта победа – прежде всего признание в глазах моей семьи и команды «Пульса». Я не считаю эту награду личным достижением – это победа всей команды. Как говорится, «свита делает короля», и я с этим полностью согласен».