

*Фармацевтический*  
**ВЕСТНИК**

---

МЕДИА-КИТ 2025

# С СЕНТЯБРЯ 2025 ГОДА «ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК» ВЫХОДИТ В НОВОМ ФОРМАТЕ

14

номеров в год

64

полосы

График выхода – один раз в месяц

«ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК»  
теперь не просто новости,  
а глубокий взгляд на рынок.

→ Ежемесячное аналитическое издание для профессионалов, которое помогает понимать, куда движется отрасль и принимать решения с опорой на факты, аналитику и мнение лидеров.

УДОБНО

хранить  
цитировать  
изучать аналитику

«ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК» –  
ЭТО ПРО «ПОНИМАТЬ РЫНОК, ЧТОБЫ УПРАВЛЯТЬ СВОИМ БИЗНЕСОМ».

Газета решений, а не новостей. Ваш ориентир в фармацевтическом бизнесе.



Мир изменился → изменились и СМИ

Доступ к новостной повестке стал максимально быстрым.  
Мы читаем новостные посты в онлайн в телеграмм-каналах,  
мессенджерах, на сайтах.

ВМЕСТЕ С ТЕМ ПОЯВИЛАСЬ ПОТРЕБНОСТЬ  
В СИСТЕМНОМ ОСМЫСЛЕНИИ ПРОИСХОДЯЩЕГО.  
БИЗНЕСУ НУЖЕН НЕ ТОЛЬКО ПОТОК ИНФОРМАЦИИ,  
А КАЧЕСТВЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ

# Фармацевтический вестник

РАСТЕТ ВМЕСТЕ С РЫНКОМ

И АДАПТИРУЕТСЯ ПОД ЭТОТ ЗАПРОС

## МЫ ПЕРЕШЛИ

от краткосрочной повестки

→ **К ДОЛГОСРОЧНОМУ СМЫСЛУ**

от беглого чтения

→ **К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ МЫШЛЕНИЮ**

**Каждый выпуск** — внятный срез и аналитика прошедшего месяца.

**Целевая аудитория** — регуляторы, владельцы бизнеса, топ-менеджеры, инвесторы, стратеги, директора по развитию.



# КОЛОНКА ЭКСПЕРТА



Авторская колонка от лидера мнений по главной теме номера, открывает журнал.

## ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции

- Имиджевая колонка от эксперта компании. Возможность рассказать от первого лица о позиции бренда по главной теме выпуска и усилить авторитет в отрасли.
- Решение PR-задач по позиционированию эксперта в отрасли, фокус на бизнес-экспертизу компании.
- Нативный формат, производство силами редакции в формате информационных материалов, без коммерческих маркировок.

№20-2111852  
сентябрь 2025

1

ЭКСПЕРТ НОМЕРА

ЮРИЙ КРЕСТИНСКИЙ, ■  
основатель и председатель правления ГК «Бионика»

**МЫ НЕ ТАКИЕ**

Принудительное лицензирование сродни вступлению в брак без согласия одного из участников процесса

**Н**о каким бы страшным не выглядел этот инструмент, его истинная цель куда более pragматична: защита интересов системы здравоохранения. Во-первых, это доступ к современным, жизненно важным лекарствам. В тех случаях, когда оригинал отказывается поставлять продукцию, вполне разумно и справедливо воспроизводить продукт на своей территории без согласия правообладателя, начисляя и выплачивая ему роялти по установленным законом нормативам. Роялти — важный аспект, хотя в России он пока не работает.

Применение механизма оправдано и тогда, когда цена на препарат заведомо недоступна для системы здравоохранения или когда речь идет о чрезвычайных ситуациях, например эпидемии.

Во-вторых, это поддержка локального производства. Хотя, по моему убеждению, это не тот инструмент, который должен быть основным в поддержке отечественного производителя. Преференции, которые при этом получают локальные компании — увеличение объема производства, продаж, маркетинга, — всего лишь следствие. Главное — защита интересов пациентов через обеспечение системы здравоохранения неотъемлемыми инструментами ее работы — жизненно-необходимыми лекарствами.

Показательен пример с семаглютидами. Их основное показание — диабет, но эффект снижения веса сделал препарат более востребованным за пределами основной назологии, как когда-то произошло с Виагрой. А отказ оригинара поставлять препарат в Россию делает выдачу принудительной лицензии обоснованной — формальные критерии соблюдены, «к пуговицам претензий нет».

Однако при применении механизма, важно не допускать эксклюзивности. Выдавать лицензию одному игроку — уже протекционизм с намеком на коррупцию.

И еще один принципиальный момент. На мой взгляд, нужно не допустить так называемого предзаказа лицензирования, когда кому-то захотелось, напялив «созву на глобус», получить тот или иной продукт и под это искусственно сконструировать причины для получения принудительной лицензии. Это способно привести к еще большей изоляции страны от инновационных рынков, увеличению коррупционных рисков в отрасли и, по сути, превращению России в «фармацевтическую Тортugu» — пристанище пиратов. А мы не такие. ■

ПРИНУДИТЕЛЬНЫЕ ЛИЦЕНЗИИ ОТКРЫЛИ РОССИИ ДОРОГУ НА РЫНОК СЕМАГЛЮТИДОВ И ТИРЗЕПАТИДОВ. ДЖЕНЕРИКИ МНОЖАТСЯ, ЦЕНА ПАДАЕТ. НО В МИРЕ СОВСЕМ ДРУГАЯ ДРАМА: СОЗДАТЕЛЬ РЕВОЛЮЦИОННОЙ РАЗРАБОТКИ ТЕРЯЕТ ПОЗИЦИИ. О ТОМ, КАК ФАРМКОМПАНИИ ЗАРАБАТЫВАЮТ НА ПРЕПАРАТАХ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ВЕСА, ЧИТАЙТЕ НА СТР. 33. ■

# В ФОКУСЕ / ГЛАВНАЯ ТЕМА



Подробный тематический разбор самой «горячей» темы месяца.

## ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции

Участие возможно формате кейса, комментария, мини-интервью, нативной статьи, совместное исследование, что дает максимальное вовлечение аудитории.

The magazine spread features two articles under the heading 'БИЗНЕС → АПТЕКИ' (Business → Pharmacies).  
**Article 1 (Left Page):** Headline: 'ПОЛЕ СБОЯ' (Field of Disaster). Subtitle: 'Кто ответит за миллионные убытки из-за кибератак' (Who will be responsible for million-dollar losses due to cyberattacks?). It discusses a massive cyberattack on several Russian pharmaceutical companies, including 'Аэрофлот' and 'Новофарм', which led to significant financial losses and operational disruptions.  
**Article 2 (Right Page):** Headline: 'ПЯТЬ ШАГОВ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ОТ КИБЕРУРОГРЫЗЫ' (Five steps for protection against cyberattacks). This article provides practical advice for pharmaceutical companies:

- Приходите слабые места: филиалы, пароли, периметр.
- Проведите пентест.
- Не кладите все в одну корзину.
- Захватите главное.
- Резервируйте все.

A sidebar highlights a 'Комплексное решение проблем кожи' (Comprehensive solution for skin problems) offered by 'Эпидемиологический центр' (Epidemiological Center), which includes a lock icon and a laptop displaying a digital padlock.

# В ФОКУСЕ / ТРЕНДЫ ОТРАСЛИ



Срез событий месяца:  
цифры, заявления, новости.  
Ярко, много цитат и графики.

## ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции

- Интеграция компании/эксперта в события месяца: упоминание бренда, цитаты представителей компаний, участие в инфографике (факт-подача). Повышает узнаваемость и демонстрирует активность компании на рынке.

6 В ФОКУСЕ → ТРЕНДЫ ОТРАСЛИ

7 В ФОКУСЕ → ТРЕНДЫ ОТРАСЛИ

ОКСАНА АГАРЁВА, главный редактор

ОТ НОВОСТЕЙ К СМЫСЛАМ

Бы держите в руках совершенно новый «Фармацевтический вестник». Мы перешли на этот формат, чтобы каждый выпуск был не просто лентой событий, а концентратом идей и ориентиров. Время изменилось: доступ к информации стал максимально быстрым. Мы оперативно делимся с вами новостями на нашем сайте pharmvestnik.ru, в соцсетях и других популярных мессенджерах и каналах. Многие из вас начинают свой день с чтения новостей рынка из рассылки «ФВ».

А новый печатный «Фармацевтический вестник» перешел от краткосрочной новести к долгосрочному смыслу. От белого чтения — к стратегическому мышлению.

Мы по-прежнему создаем печатное отраслевое информационно-аналитическое издание, но теперь на другом уровне. Делаем шаг дальше: не просто фиксируем происходящее, а показываем его смысл и перспективы. Это возможность увидеть, как сегодняшние решения формируют будущее фармацевтического рынка.

Надеюсь, вы это почувствуете и полюбите обновленный «Фармацевтический вестник» так же, как любим его мы.

Одновременно с печатной версией поменялся дизайн и структура разделов сайта pharmvestnik.ru. Ознакомиться с новой версией можно тут:

ЦИФРА МЕСЯЦА

1 МЛРД РУБ.

выделит Минпромторг на поддержку инновационных препаратов в 2027 году. Речь идет о субсидировании затрат на III фазу клинических испытаний. Первый отбор проектов запланирован на 2026 год. Предполагается, что каждый из них будет профинансирован на

200-250 млн руб.

ЕКАТЕРИНА ПРИЕЗЖЕВА, замминистра промышленности и торговли

ЦИТАТА МЕСЯЦА

«СЕЙЧАС БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ, КОТОРЫЕ РАНЬШЕ ПРИВОДИЛИ СЮДА ИННОВАЦИОННЫЕ ПРЕПАРАТЫ, НЕ ВЕДУТ В РОССИИ КЛИНИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО ПРЕПАРАТЫ СЛЕДУЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ НЕ ПРИДУТ. КТО ДОЛЖЕН ДЕЛАТЬ ЭТУ РАБОТУ? РОССИЙСКАЯ ФАРМА. НУЖНА НАМ ПРОЧНАЯ ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА ДЛЯ ТАКОЙ ИСТОРИИ? БОЛЕЕ ЧЕМ НУЖНА!»

ПЕТР БЕЛЫЙ, основатель, председатель Совета директоров ПАО «Промомед»

НАЗНАЧЕНИЯ МЕСЯЦА

Мамаку Михаиловну назначена генеральным директором компания «Гротекс». До этого она была исполнительным и коммерческим директором компании. Основатель компании Олег Керет, ранее руководивший ею, продолжает определять стратегию развития в позиции председателя Совета директоров.

Денис Патраков назначен новым генеральным директором ООО «Аристо Фарма». Ранее эту должность занимал Ильяс Триптасов, он выходит на заслуженный отдых, сообщили в компании.

Антон Морачев назначен генеральным директором производственной площадки «Хемофарма» (входит в ГК «НиоФарм»). Ранее предприятие возглавляла Виталия Позднякова. С чем связана смена гендиректора, компания не комментирует.

Игорь Жарких назначен генеральным директором Genetico (дочерняя компания «Артген биотех»). Предыдущий глава компании Владимир Каймолов останется в Совете директоров.

Николай Демидов возглавил аналитическую компанию AlphaRM. Он сменил на этом посту Анну Ермолаеву.

ЗАКОНОПРОЕКТ МЕСЯЦА

Сайты с предложениями продажи запрещенных БАД будут добавлять в реестр запрещенных. Роспотребнадзор собирается внести изменения в Единый реестр доменных имен и указатель страниц сайтов в интернете, содержащих информацию, распространение которых в России запрещено. В перечень предлагается добавить предложения о ювелирных товарах (в том числе дистанционной) блогерами, которые запрещены в соответствии с законодательством о качестве и безопасности пищевых продуктов. Роскомнадзор будет включать в реестр запрещенной информации также сайты. Дополнительные полномочия по блокировке сайтов с данными о продаже незаконных БАД также получит Роспотребнадзор.

НОВОСТЬ МЕСЯЦА

Два игрока онлайн-коммерции одновременно заявили о масштабном выходе в сегмент фармацевтической розницы.

«Яндекс» объявил о запуске сервиса доставки и самовывоза товаров из аптек — «Яндекс.Аптеки» в 200 городах России.

Wildberries подключил к своим магазинам продаж «Аптеки» с доставкой ряда позиций из ассортимента аптек в 47 регионах России.

«Яндекс» анонсировал запуск нового сервиса «Аптеки» еще в 2020 году. По адресу apteki.yandex.ru работал агрегатор под названием «Все аптеки». Заявку в Федеральную службу по интеллектуальной собственности на товарный знак «Я.Аптеки» подали 30 мая 2025 года.

По мнению экспертов, объявленная конкуренция затронет весь рынок и значительно изменит расстановку сил.

ВРЕМЯ ЭФФЕКТИВНЫХ РЕШЕНИЙ

комплексный подход к здоровью предстательной железы

урокель® - почтовый драйв молодости!

урокель® 3D

Благотворно влияет на здоровье предстательной железы

Способствует предупреждению повреждения клеток

Поддерживает жизненный тонус и иммунитет

НИО ТЕХНОС

ДЕНДРОМА

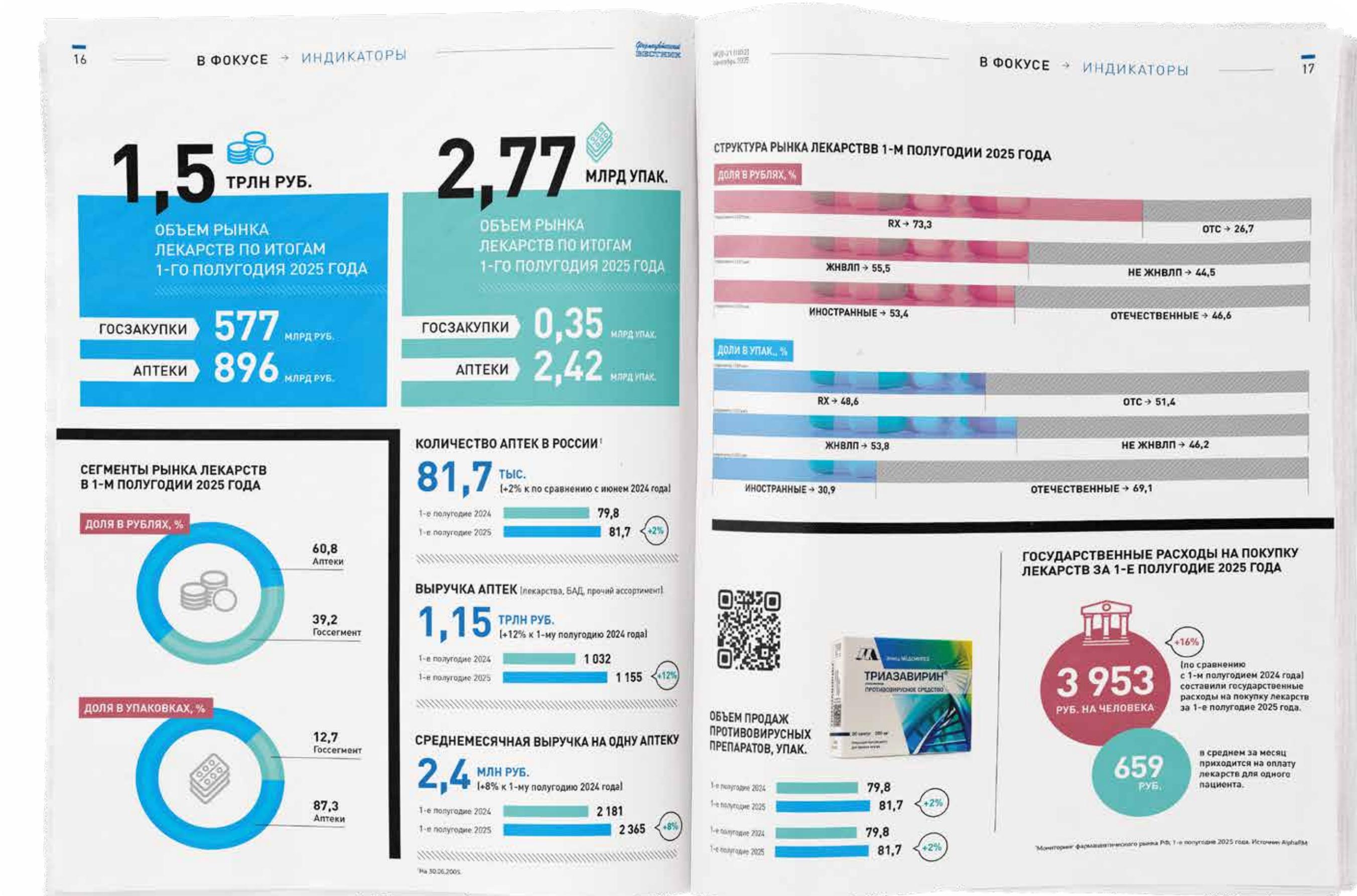
# В ФОКУСЕ / ИНДИКАТОРЫ



Аналитическая инфографика ключевых показателей по определенному периоду. Россия и мир. В цифрах, графиках, таблицах.

## ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции

- Размещение бренда в аналитических блоках (инфографика + бренд), возможная интеграция собственных цифр/исследований, логотипа, ссылки (QR-код), включая полное спонсорство рубрики.



# ИНТЕРВЬЮ



Разговор с теми,  
кто формирует отрасль.

## ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции

► Размещение интервью  
с представителями компании.  
Такой формат помогает в  
продвижении главы, эксперта  
компании, а также демонстрирует  
открытость компании.

► Нативная интеграция, производство  
силами редакции в формате  
информационных материалов,  
без коммерческих маркировок.

18

ИНТЕРВЬЮ

Фармацевтический  
вестник

№19-20 | 1179-1180  
сентябрь 2023

ИНТЕРВЬЮ 19

НИКОЛАЙ ДЕМИДОВ:

## «КОНКУРЕНЦИЯ СМЕСТИТСЯ В СТОРОНУ ГЛУБИНЫ И СКОРОСТИ АНАЛИТИКИ»

ТЕКСТ Оксана Агарева ФОТО Игорь Чумусов

С сентября компанию AlphaRM возглавил Николай Демидов — фигура хорошо знакомая фармацевтическому рынку. Ранее он руководил российским подразделением IQVIA, развивал различные проекты в сфере поддержки операций фармацевтических компаний. Для него это своего рода возвращение. В интервью «ФВ» Демидов рассказал, каким видит будущее AlphaRM и почему рынок аналитики, по его словам, входит в фазовый переход, которого ждали более 25 лет.

### Что изменится в AlphaRM

— Вы приходите в AlphaRM с большим опытом в международной аналитике и консалтинге. Какие управленческие подходы для вас ключевые при работе с командой и развитием компании?

— Я не сторонник с ходу ломать и менять настроенные процессы, если не уверен на 100%, что можно сделать лучше. Основными принципами, на которые мы будем опираться в нашей работе, это — системность, инновационность, внимание к потребностям клиентов и создание конкурентных преимуществ. Я уже получил первые положительные впечатления от команды и от того, как построена работа в компании. Для меня принципиально, чтобы на ключевых участках работы у нас были профессионалы высокого уровня, способные не только заниматься рутиной (хотя это тоже важно), но и привносить в процессы инициативу, которая либо позволяет повысить эффективность, либо создает новые конкурентные преимущества, а лучше — и то, и другое.

— Какими вы видите требования бизнеса к аналитике фармацевтического рынка и в чем, на ваш взгляд, заключается ее главная ценность для компаний?

— Требования к аналитике в последние годы выросли. Точнее, быстрее, глубже и еще, если можно так сказать, интегрированней — так можно об-

значить текущие ожидания клиентов. У каждой компании есть свои прикладные задачи в работе с данными, и это усиливает роль кастомизированных решений.

AlphaRM изначально строила свои продукты на современных технологиях, полученные решения и сервисы и сегодня остаются во многом уникальными для рынка. Компания сознательно старалась не повторяться за конкурентами, а предлагать новые подходы. Так, большой интерес имеют решения на основе данных, получаемых на основании эксклюзивного сотрудничества с ОФД, а также база данных врачей AlphaVision. Аналитический сектор становится все более конкурентным, я уверен, в нем будут выигрывать компании, предлагающие комплексные решения.

— Какие аналитические сервисы и технологии сегодня наиболее востребованы на фармацевтическом рынке?

— AlphaRM предлагает рынку широкий набор сервисов, доступных как для подиписки, так и в виде кастомизированных решений ad hoc проектов. Изначально ключевые продукты компании были построены на инновационном геомаркетинге аптек и медицинских учреждений (он, кстати, доступен как отдельный продукт в ассортименте

компании), что позволило добиться двух преимуществ — высокой точности данных на различных уровнях и максимальной грануляции. В обработке сибирских данных использовались инструменты на основе искусственного интеллекта. Уверен, что в этой части мы можем говорить на равных со множеством игроками технологического сектора.

Появляются новые возможности для создания качественной аналитики. Одним из таких источников, используемых для обогащения данных, стала система МДЛП. Так как доступ к ней имеют многие компании, востребованы будут более продвинутые сервисы на ее основе. В то же время сегодня база данных

«МЫ, АНАЛИТИКИ,  
ДОЛГО ГОВОРИЛИ,  
ЧТО НА ЛЕКАРСТВАХ  
НЕ ЭКОНОМИЯ.  
СЕГОДНЯ ОЧЕВИДНО —  
ЭТО УЖЕ  
ПРОИСХОДИТ»

### ДОСЬЕ

#### НИКОЛАЙ ДЕМИДОВ

В 1998 году окончил Российскую экономическую академию им. Плеханова по специальности «Финансы и кредит».

После выпуска присоединился к команде по исследованию российского фармацевтического рынка. Спустя два года эта команда была преобразована в компанию «Фармэксперт».

В 2006 году был назначен генеральным директором ЦМИ «Фармэксперт».

В 2012 году, после завершения сделки по приобретению основных активов Группы компаний «Фармэксперт» компанией IMS Health, Демидов стал генеральным директором компании «IMS Health Россия и СНГ».

В 2016 году компания по предоставлению контрактных услуг в области клинических исследований Quintiles Transnational Holdings и информационно-аналитическая компания IMS Health Holdings достигли соглашения о слиянии. Демидов стал генеральным менеджером QuintilesIMS. Он покинул этот пост в 2021 году.

В 2021 году стал партнером Novus Capital.

С 1 сентября 2025 года — генеральный директор AlphaRM.

«Розничный аудит аптечных продаж ЛС и БАД в РФ AlphaRM на основе данных, получаемых от ОФД и наложенных на собственную систему геомаркетинга, демонстрирует высокий уровень точности, сопоставимый с системой МДЛП. Но при этом в мониторинге содержатся более глубокие данные с точки зрения региональной грануляции.

Перспективы я вижу в возможном сотрудничестве с ЦРПГ, который аккумулирует данные на всех этапах товаропроизводящей цепи.

Мы, безусловно, будем стремиться к лидерству в разработке и внедрении решений, построенных на этих новых возможностях. При этом для нас остается неизменным принцип — работать только с данными, происхождение которых полностью комплайдентно.

— Какие стратегические приоритеты вы уже обозначили команде на ближайшее время?

— Мы будем стремиться к роли технологического лидера, опираясь как на решения, доступные на рынке, так и на собственные уникальные разработки. Предстоит внимательно проанализировать сильные и слабые стороны существующих продуктов: укрепить первые



«ОЖИДАНИЯ БИЗНЕСА СВЯЗАНЫ С ТЕМ,  
ЧТО АНАЛИТИКА ДОЛЖНА СТРЕМИТЬСЯ  
К 100%-НОЙ ТОЧНОСТИ»

# ОСОБОЕ МНЕНИЕ



# Колонка от эксперта на актуальную и острую тему.

# ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции



**PR-инструмент для продвижения  
эксперта компании,  
повышение влияния бренда  
и авторитетности на рынке.**

# РУБРИКА БИЗНЕС



## 1 ПРОИЗВОДСТВО

аналитика фармпроектов и регуляторных влияний

## 4 АПТЕКИ

анализ рынка и дистрибуции

## 2 МАРКЕТИНГ

креативные кейсы и digital-инструменты

## 5 АНАЛИТИКА

рыночные тренды, данные и экономические показатели

# ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции

► Нативная интеграция кейсов и брендов, освещение запусков, успехов компаний с упором на технологии и инфраструктуру, продвижение решений для аптек, обзоры продаж.

► Возможность упомянуть продукт или бренд в аналитическом контексте (рынок препарата, конкуренция, динамика).

## Включает пять направлений:

## 2 МАРКЕТИНГ

креативные кейсы и digital-инструменты

## 5 АНАЛИТИКА

рыночные тренды, данные и экономические показатели



# МОНИТОРИНГ

→ обзор регуляторных органов (ГРЛС, FDA, EMA и др.) за определенный период с новинками лекарств на рынках.

## ВОЗМОЖНОСТИ для партнерской интеграции

Форматы для продуктowego продвижения препаратов, в том числе рецептурных, через формат обзоров и рекламно-информационные статьи в контексте нозологии.

# ФАРМЛИКБЕЗ

→ статьи о заболеваниях, подходах к терапии и актуальных препаратах.