



Обзор и анализ актуальных трендов на аптечном рынке России

при поддержке
VADEMECUM

2016 год

КПМГ в России и СНГ

kpmg.ru

Введение

Мы рады предложить вашему вниманию исследование КПМГ, посвященное российскому аптечному бизнесу.

Основная задача исследования – на основе опроса представителей аптечных сетей различного размера и региона деятельности проанализировать наиболее актуальные вопросы и сформулировать основные тенденции, наблюдаемые в этой отрасли.

По результатам проведенного анализа мы выделили следующие ключевые тенденции:

- Уровень конкуренции, оцениваемый респондентами как достаточно высокий, будет расти и дальше.
- Основные опасения в отношении конкуренции связаны с агрессивной ценовой политикой и высокой концентрацией игроков в регионах присутствия. Консолидация рынка, проводимая рядом игроков, не рассматривается как существенная угроза.
- Один из ключевых инструментов в борьбе за потребителя для аптечных сетей – низкие цены. В целом респонденты не настроены развивать дополнительные услуги, такие как консультации, изготовление лекарств и т.д.
- Пункт номер один на повестке дня у 81 % участников исследования – расширение аптечной сети, при этом 48% из них готовы к приобретению других аптек или аптечных сетей.
- Около 80% респондентов планируют увеличить выручку в течение 2016 г.
- Ожидания в отношении рентабельности в основном пессимистичные. Многие сети предприняли или планируют предпринять оптимизационные меры в отношении ассортиментной матрицы, портфеля аптек, условий работы с поставщиками и т.д.
- Прямые поставки от производителей – преимущество крупных сетей. 44 % крупных сетей уже осуществляют прямые закупки, 63 % планируют их начать или расширять в течение 2016 г.
- Специальные режимы налогообложения являются благоприятной возможностью для аптечных сетей вне Москвы. Среди наших респондентов 67% региональных сетей используют УСН и/или ЕНВД.

Мы хотели бы поблагодарить всех участников исследования и надеемся, что оно будет полезным и интересным для вас.

С уважением,

Артем Колтовской

Директор
Группа по слияниям и поглощениям
Отдел инвестиций и рынков капитала
КПМГ в России и СНГ

Виктория Самсонова

Директор, руководитель практики
по работе с компаниями сферы
здравоохранения и фармацевтики
КПМГ в России и СНГ

Содержание

04

Об исследовании



06

Структура аптечного рынка России



08

Анализ конкуренции и бизнес-среды



12

Стратегия развития сети



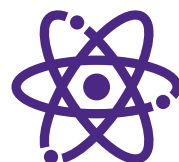
20

Работа с поставщиками



24

Ассоциации и партнерства



26

Законодательство и налоги





Об исследовании





Участники и методология

В опросе приняли участие представители 21 аптечной сети: генеральные директора (43%) или другие представители топ-менеджмента (19%), а также владельцы (38%).

В ходе анализа полученных результатов все аптечные сети, принявшие участие в исследовании, были разделены на две условные группы по количеству аптек – крупные (более 200 аптек), средние либо малые (до 200 аптек).

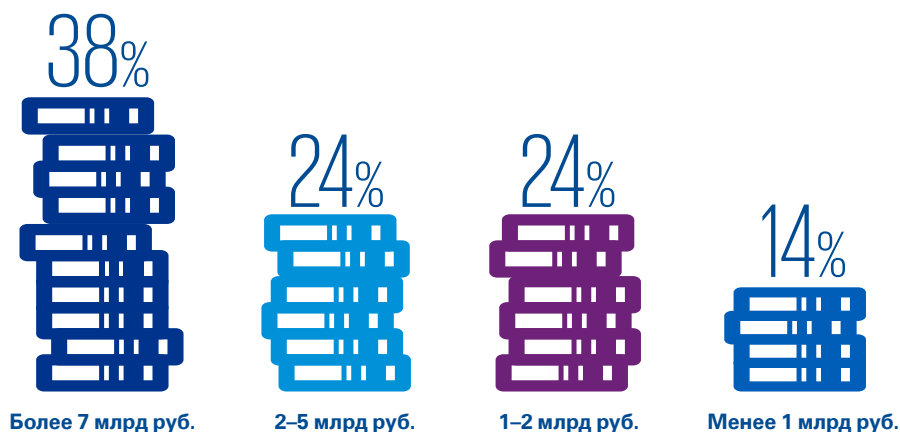
Часть информации по количеству аптек в сети и выручке была взята из рейтинга Top-100 аптечных сетей журнала Vademecum за 2015 год*. Для тех сетей, чьи респонденты не указали регионального присутствия, мы определяли его исходя из количества федеральных округов, в которых представлена сеть: два и более – федеральная сеть, один – региональная.

Результаты для каждого вопроса приведены исходя из количества респондентов, ответивших на него. Респонденты, не предоставившие ответ, не учитываются в общем числе респондентов по вопросу.

На некоторых графиках общее число ответов может быть не равным 100% в связи с округлением данных.

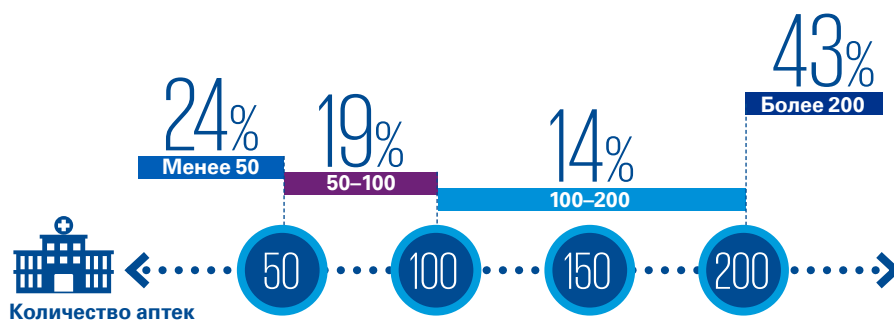
*http://www.vademec.ru/article/posle_nas_khot_pro_top/

Размер выручки



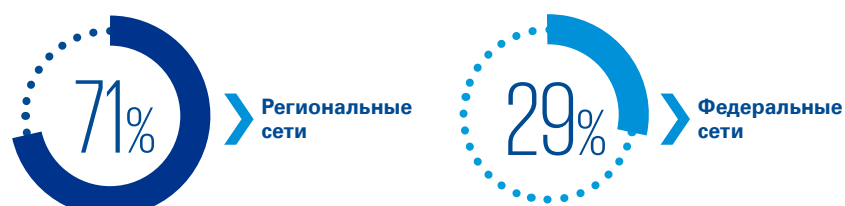
Источник: анализ КПМГ.

Количество аптек в составе аптечной сети



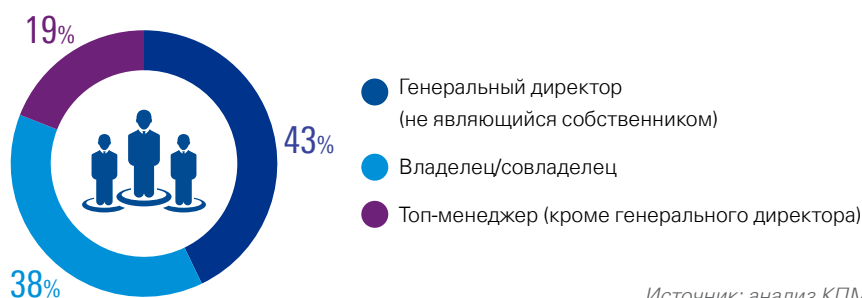
Источник: анализ КПМГ.

Региональное присутствие

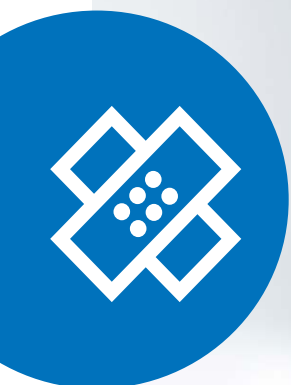


Источник: анализ КПМГ.

Должности респондентов



Источник: анализ КПМГ.



Структура аптечного рынка России



Согласно рейтингу Топ-100 аптечных сетей России, составленному журналом Vademecum, выручка 100 крупнейших компаний отрасли в 2015 г. превысила 450 млрд руб., увеличившись на 17,8% по сравнению с 2014 г., а количество управляемых ими аптек превысило 20 000 (рост на 13,1%).

На 10 крупнейших компаний рейтинга пришлось 45% выручки в 2015 г. (42% в 2014 г.). Рост в этом сегменте к году составил 26,6%, в том числе за счет продолжающейся консолидации отрасли, в ходе которой происходит укрупнение лидирующих сетей за счет поглощения других компаний.

Выручка компаний, принявших участие в исследовании, выросла в 2015 г. на 21,8%, что примерно соответствует тренду для ста крупнейших сетей, и достигла 143 млрд руб. (более 31% от суммарной выручки аптечных сетей из рейтинга Топ-100).

Топ-100 аптечных сетей России

	2014 г.	Доля	2015 г.	Доля	Δ 2014–2015 гг.
Выручка, млн руб.					
Топ-10	162 516	42%	205 812	45%	26,6%
Топ-20	224 683	58%	286 883	63%	27,7%
Топ-100	388 407	100%	457 354	100%	17,8%
Количество аптек, шт.					
Топ-10	6 983	39%	8 992	45%	28,8%
Топ-20	9 585	54%	12 051	60%	25,7%
Топ-100	17 778	100%	20 112	100%	13,1%

Источник: рейтинги Топ-100 крупнейших аптечных сетей журнала Vademecum за 2014 и 2015 гг.

Сделки в сегменте аптечных сетей России (2011–2016 гг.)

Год	Объект сделки	Покупатель	Сумма сделки, млн долл.
2016	Здоровые люди	Частные инвесторы	15
2016	Аптечная сеть «36,6» (15%)	Walgreens Boots Alliance	— *
2015	A5 (68,75%)	Rossium Concern/ Роман Авдеев	110
2015	Ладушка	Роста	—
2015	Витрум	A.V.E Group/ Аптечная сеть «36,6»	— **
2014	Аптеки «36,6» (71 объект)	БСС	—
2014	Аптеки «36,6» (115 объектов)	Фармленд	—
2014	Oriola-KD (российский бизнес)	Аптечная сеть «36,6»	70
2014	A5 (31,25%)	Baring Vostok	—
2014	Первая помощь	Радуга	—
2014	Аптечная сеть «36,6» (47%)	Радуга	26
2013	Феола Фарма, Пления, Сопстор	A.V.E Group	—
2013	120 на 80	A.V.E Group	—
2013	Озерки	Доктор Столетов/Эркафарм	95
2012	Горздрав	A.V.E Group	9
2012	Стар и млад	A.V.E Group	—
2012	Эркафарм/Доктор Столетов	Haden SA	60
2011	Мособлфармация (74%)	A5	—
2011	Роста (42%)	Частный инвестор	150

Источник: база данных Mergermarket

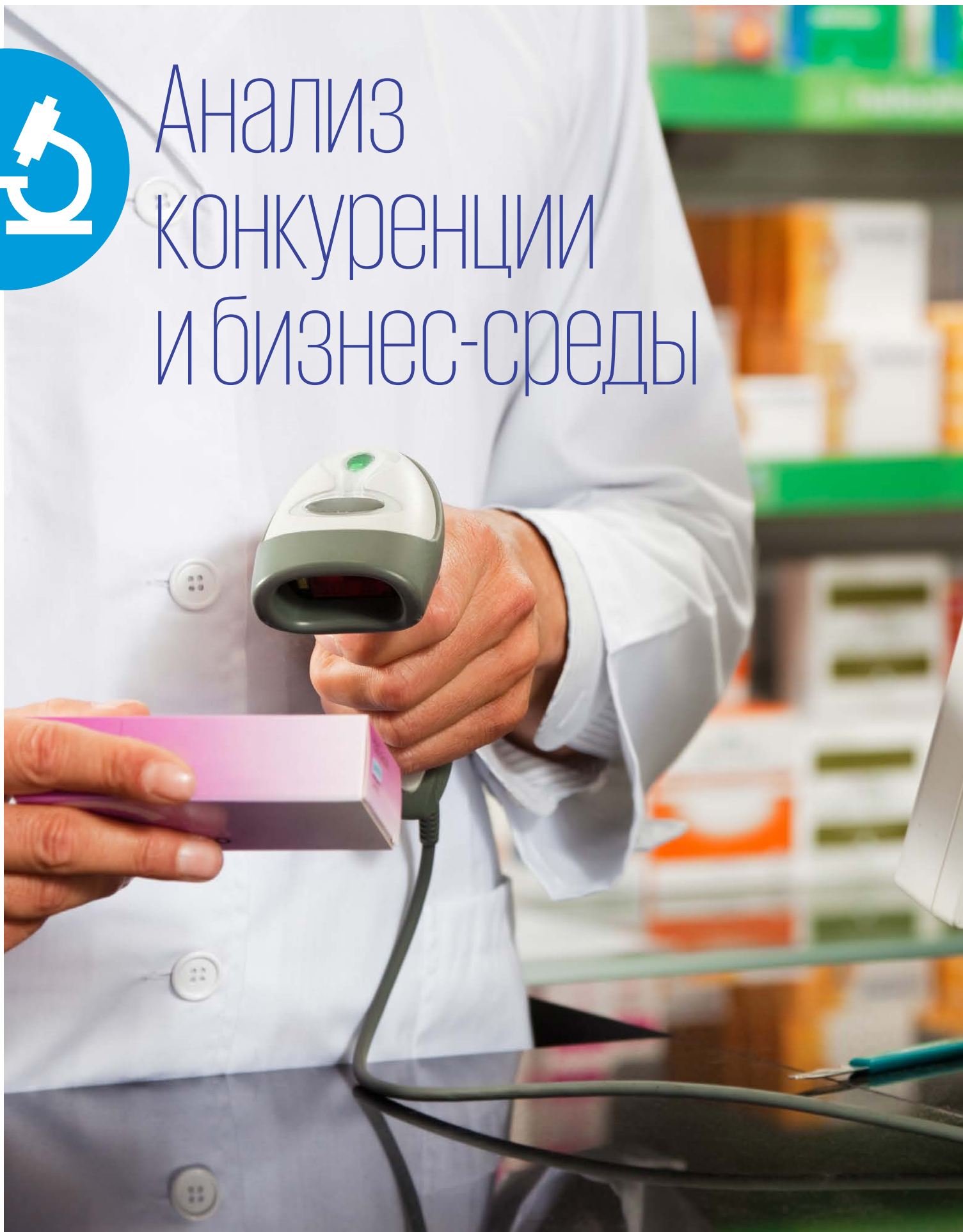
Примечание:

* Сделка между сетью «36,6» и Walgreens формально включала передачу аптечной сети «36,6» дистрибьютору Alliance Healthcare Russia в обмен на 15% ее акций (с опционом на увеличение доли до 85% в течение трех лет).

** Акционеры компаний A.V.E Group и аптечной сети «36,6» провели ряд сделок, формально не являющихся поглощениями (с помощью уступки арендных площадей их прежними арендаторами), в том числе сделку с сетью аптек «Витрум».

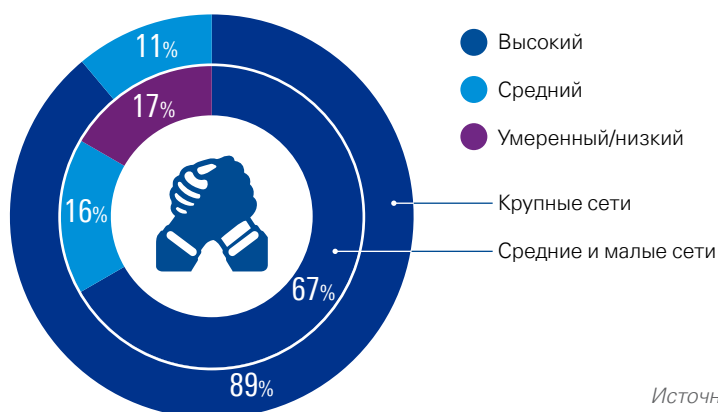


Анализ конкуренции и бизнес-среды



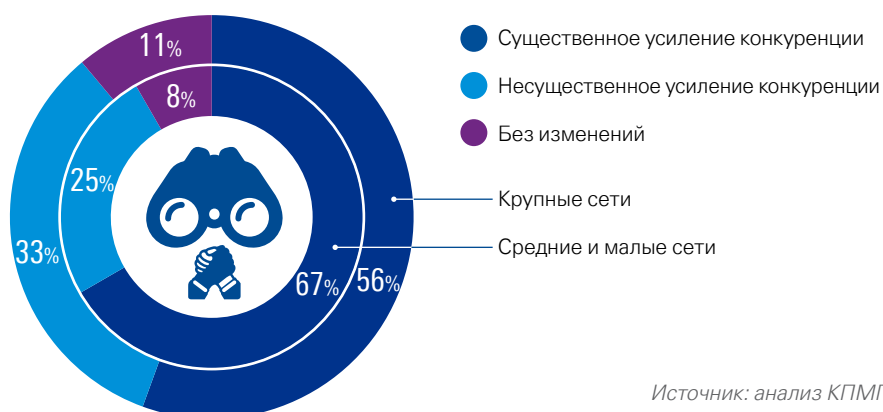
Большинство участников исследования (76%) считают уровень конкуренции в отрасли высоким, при этом в крупных аптечных сетях такой точки зрения придерживается большее количество респондентов, чем в средних и малых (89% и 67% соответственно). Более половины респондентов считают, что конкуренция значительно усилится в течение 2016 г. (62%) и главными драйверами конкурентной борьбы будут агрессивная ценовая политика и высокая концентрация аптечных сетей, экспансия локальных игроков и развитие новых форматов аптек – дискаунтеров и супермаркетов.

Оценка текущего уровня конкуренции на рынке



Источник: анализ КПМГ.

Ожидания относительно уровня конкуренции в течение 2016 года



Источник: анализ КПМГ.

Основные источники усиления конкуренции на рынке в течение 2016 года



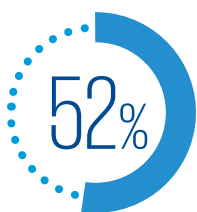
Примечание: сумма ответов превышает 100%, так как респондентам можно было выбрать одновременно несколько вариантов.

Источник: анализ КПМГ.

Ожидания относительно консолидации рынка, проводимой другими игроками, в течение 2016 года



Ожидание
существенной
консолидации
рынка



Ожидание
несущественной
консолидации
рынка



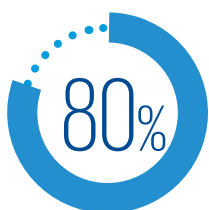
Консолидация
рынка
не ожидается

Источник: анализ КПМГ.

Ожидаемые последствия консолидации рынка, проводимой другими игроками в регионах присутствия компании, в течение 2016 года



Существенная
угроза для
компании



Несущественная
угроза для
компании



Благоприятная
возможность
для компании

Источник: анализ КПМГ.



Какие изменения в существующем законодательстве способствовали бы развитию аптечного бизнеса?



Примечание: сумма ответов превышает 100%, так как респондентам можно было выбрать одновременно несколько вариантов.

Источник: анализ КПМГ.



Говоря о потенциальных изменениях законодательства, которые могли бы поддержать аптечный рынок, респонденты чаще называют такие меры, как ограничение количества аптек в стране и смягчение регулирования в отношении жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП). Крупные игроки также заинтересованы в усилении регулирования специальных режимов налогообложения (ЕНВД, УСН), используемых конкурирующими компаниями отрасли. Сети, чей бизнес сфокусирован на Москве, хотели бы усиления регулирования специальных налоговых режимов, а региональные компании склонны поддерживать смягчение их регулирования.

Помимо представленных вариантов ответов респонденты указали также такие меры, как налоговые льготы, единый налоговый режим, отмена ЕНВД, запрет маркетинговых сделок аптек с производителями и узаконивание дистанционной торговли.

Законодательство многих европейских стран ограничивает как размер аптечных сетей, так и собственно возможность их создания. Так, во Франции и Испании объединение аптек в сети запрещено, за исключением государственных игроков; создание аптечных сетей и круг их деятельности значительно ограничены в Германии и ряде других стран.

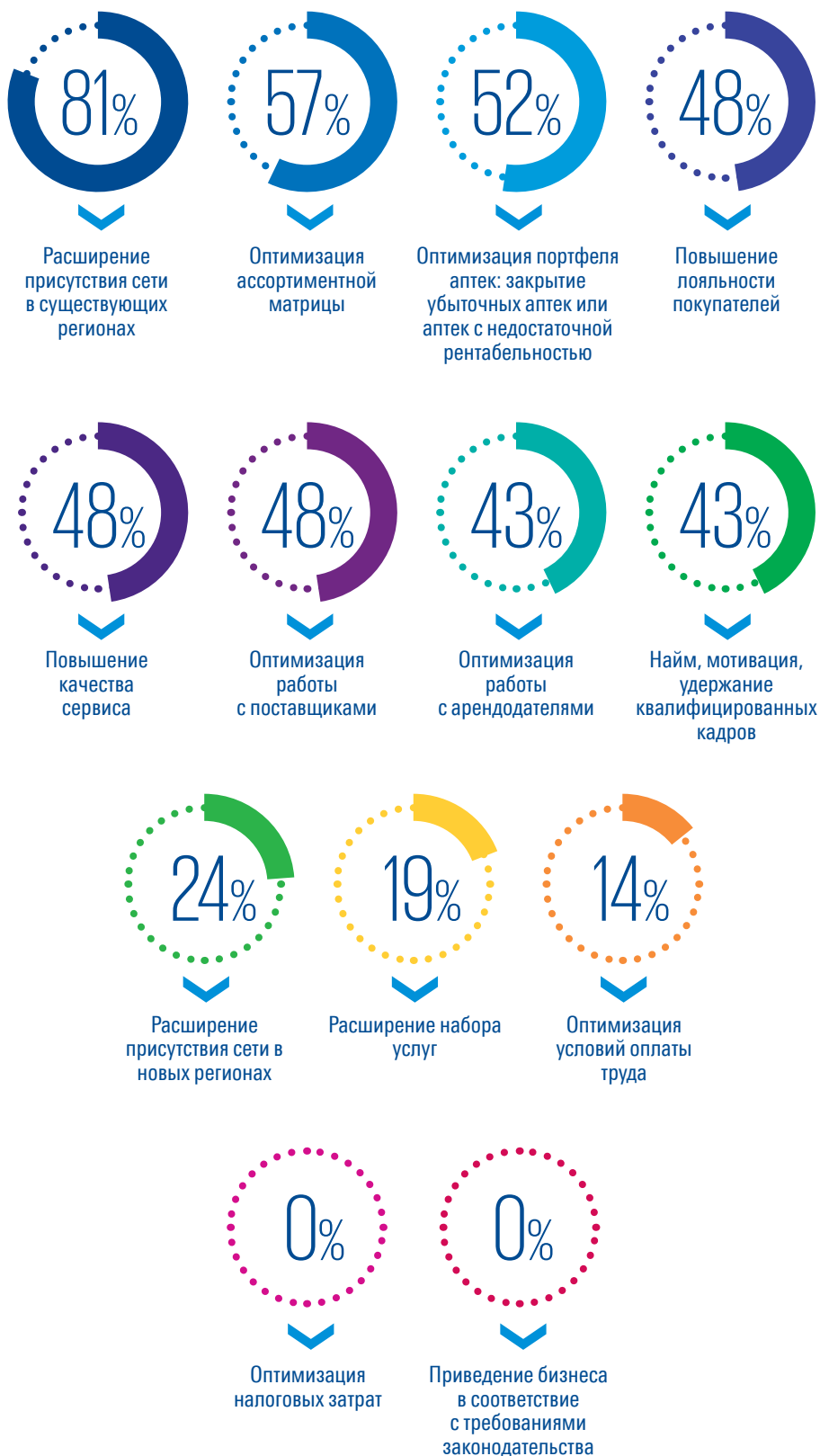


Стратегия развития сети



Расширение присутствия в существующих регионах – приоритетная задача для большинства аптечных сетей, как крупных (67%), так и средних и малых (92%). Крупные сети также сфокусированы на оптимизации работы с поставщиками и арендодателями, оптимизации портфеля аптек и ассортиментной матрицы. Средние и малые сети считают более актуальным для себя повышение качества сервиса, оптимизацию ассортимента и повышение лояльности покупателей. Расширение в новые регионы не является приоритетной задачей (только 33% крупных, 17% средних и малых сетей отметили это как одну из своих основных задач).

Приоритетные задачи для бизнеса в 2016 году

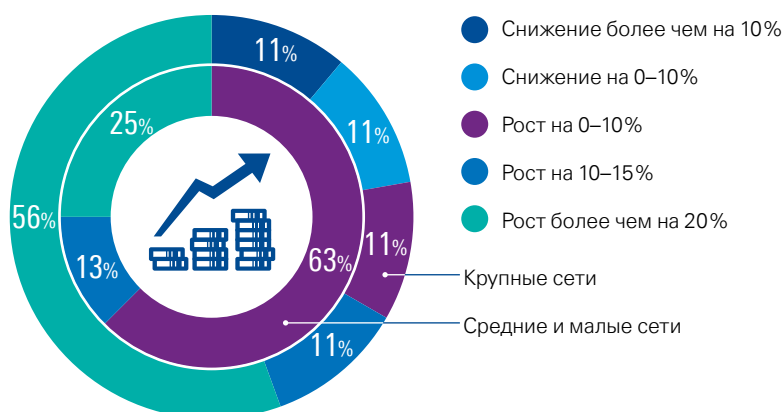


Источник: анализ КПМГ.

Примечание: сумма ответов превышает 100%, так как респондентам можно было выбрать одновременно несколько вариантов.



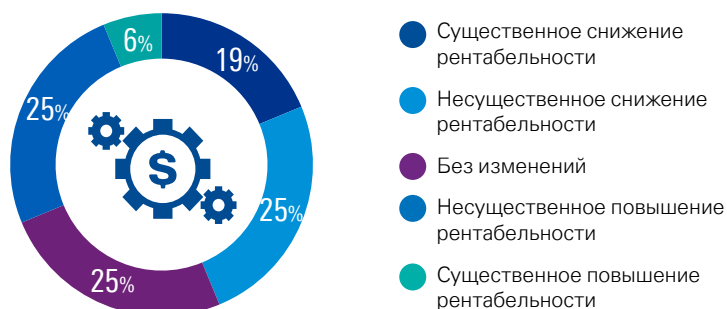
Ожидания относительно динамики выручки в 2016 году по сравнению с 2015 годом



Источник: анализ КПМГ.

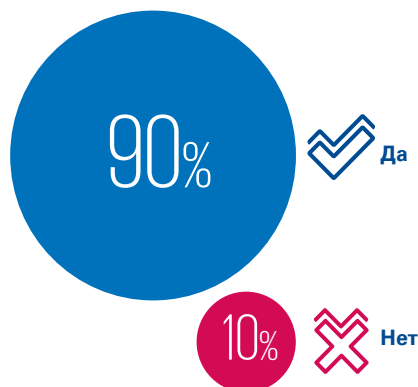
В то время как большинство компаний прогнозируют рост выручки в 2016 г. (частично за счет инфляционной составляющей и роста аптечной сети), ожидания относительно прибыльности бизнеса являются разнонаправленными. Снижения выручки ожидают лишь 12% респондентов, а снижения уровня рентабельности – 44%. Средние и малые компании в целом настроены более оптимистично: все ожидают рост выручки (против 78% среди крупных сетей), 38% ожидают роста рентабельности (25% — среди крупных). Половина крупных компаний предвидит снижение прибыльности бизнеса в 2016 г.

Ожидания относительно уровня рентабельности по операционной прибыли/EBIT в 2016 году



Источник: анализ КПМГ.

Планируют ли компании расширение аптечных сетей в 2016 году?

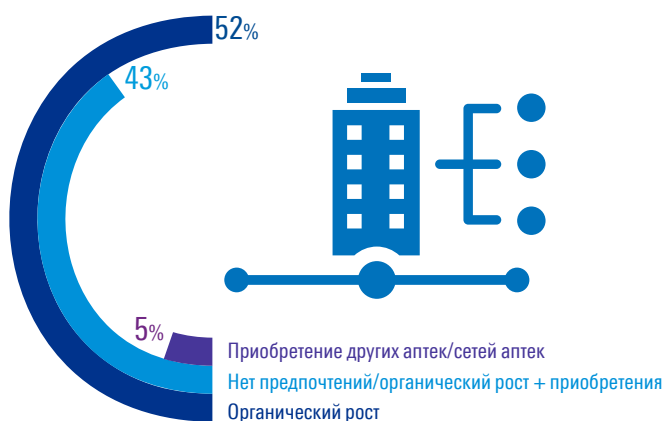


Источник: анализ КПМГ.

Почти все респонденты планируют расширение бизнеса в 2016 г., при этом 48% участников исследования открыты к развитию через приобретение других аптек или аптечных сетей, 52% предпочитают развитие через органический рост.

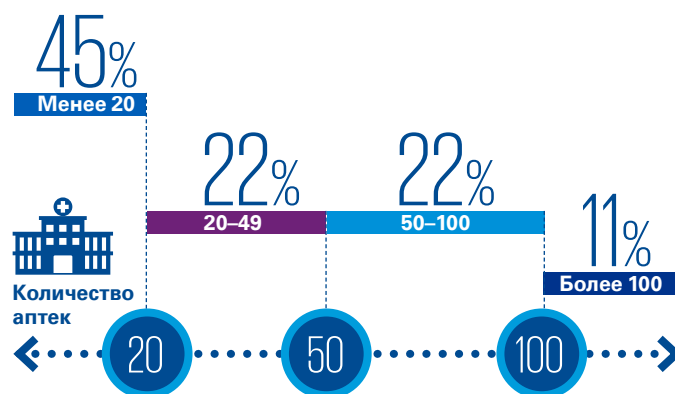
Среди участников исследования, планирующих расширение сетей, больше половины собираются увеличить количество аптек в 2016 г. на 20% и более, что свидетельствует о достаточно активном настрое игроков рынка на дальнейшую экспансию. При этом респонденты довольно консервативно настроены по отношению к выходу на новые для себя региональные рынки – 78% крупных и 89% средних и малых сетей не планируют открытия новых аптек в новых регионах. В компаниях, которые все-таки намереваются осуществить эту экспансию, на долю новых регионов ожидается не более 30% расширения этих сетей.

Предпочтительный способ расширения аптечных сетей



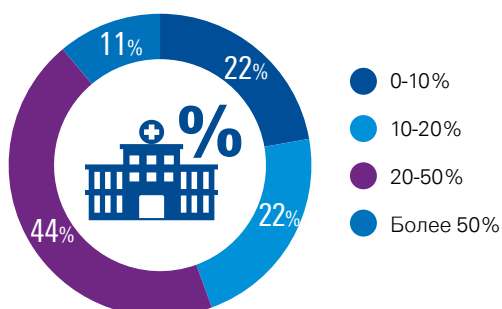
Источник: анализ КПМГ.

Количество новых аптек, планируемых к открытию в 2016 г.



Источник: анализ КПМГ.

Количество аптек, планируемых к открытию в 2016 году, в % от существующего количества аптек в сети



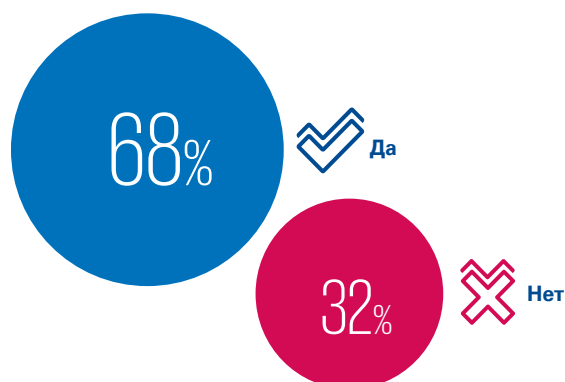
Источник: анализ КПМГ.

Количество аптек, планируемых к открытию в 2016 году в новых регионах



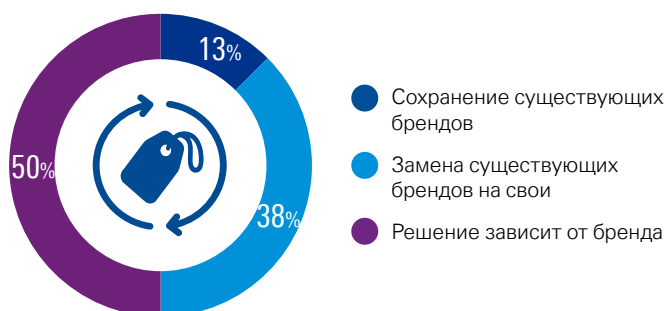
Источник: анализ КПМГ.

Рассматривается ли возможность приобретения других аптек/сетей аптек?



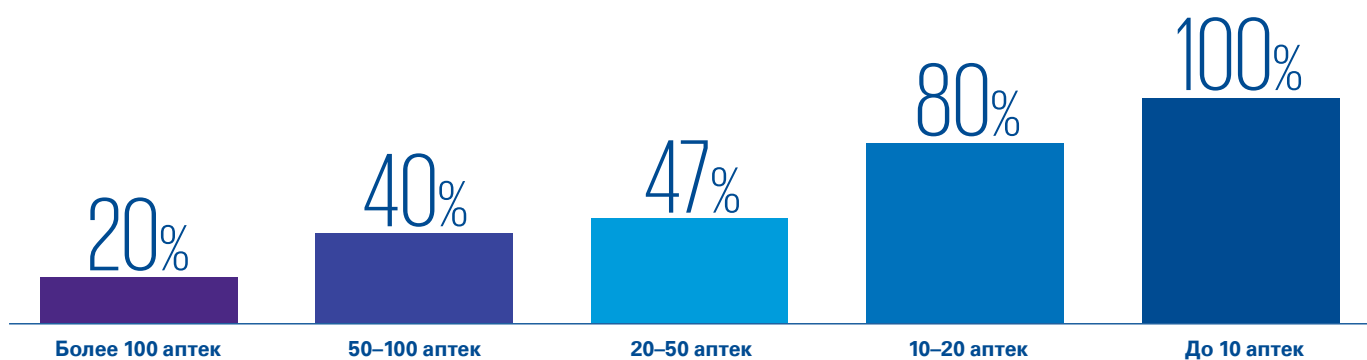
Источник: анализ КПМГ.

Политика в отношении брендов аптечных сетей после их потенциального приобретения



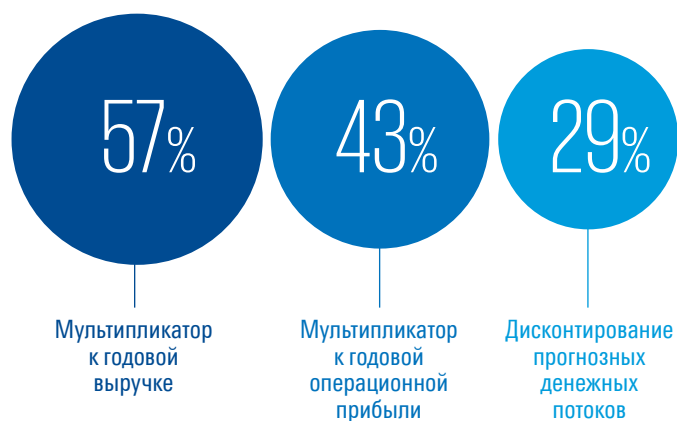
Источник: анализ КПМГ.

Максимальный размер бизнеса, который компании готовы приобрести



Источник: анализ КПМГ.

Предпочтительный способ оценки бизнеса при приобретениях



Примечание: сумма ответов превышает 100%, так как респондентам можно было выбрать одновременно несколько вариантов.

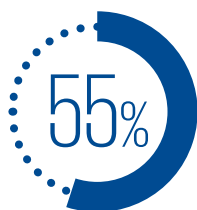
Источник: анализ КПМГ.

Большинство компаний, участвующих в исследовании, рассматривают для себя возможность поглощения других игроков. Крупные компании более заинтересованы в поглощениях (89% против 50% среди малых и средних сетей), а также чаще настроены на сохранение бренда поглощаемой компании при ее интеграции (22% против 0%).

Основными методами оценки аптечных сетей в международной практике являются:

- Мультипликатор к выручке (а также к EBITDA, операционной прибыли), который дает возможность индикативно рассчитать примерную стоимость компании, не прибегая к сложным вычислениям. Мультипликаторы к EBITDA и операционной прибыли отражают срок окупаемости инвестиций.
- Оценка дисконтированных денежных потоков, которая позволяет учесть специфику конкретного бизнеса и дает наиболее точные результаты.

Приоритетные форматы в 2016 году



Дискаунтер/
низкий ценовой
сегмент



Традиционный/
средний ценовой
сегмент



Премиум/
высокий ценовой
сегмент

Примечание: сумма ответов превышает 100%, так как респондентам можно было выбрать одновременно несколько вариантов.

Источник: анализ КПМГ.

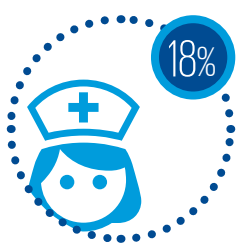
На фоне непростой ситуации в экономике компании не ставят в приоритет развитие премиум-сегмента. Крупные сети отдают предпочтение низкому ценовому сегменту (78%).

Половина участников не планируют внедрять дополнительные услуги в аптеках. Остальные компании рассматривают возможность внедрения различного рода услуг, таких как диагностика и изготовление лекарств, а также консультации врачей и косметологов.

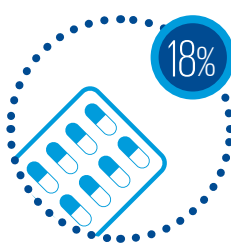
Услуги в аптеках, которые компании планируют развивать в 2016 году



Диагностика



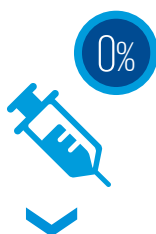
Врачебные
консультации



Изготовление
лекарств



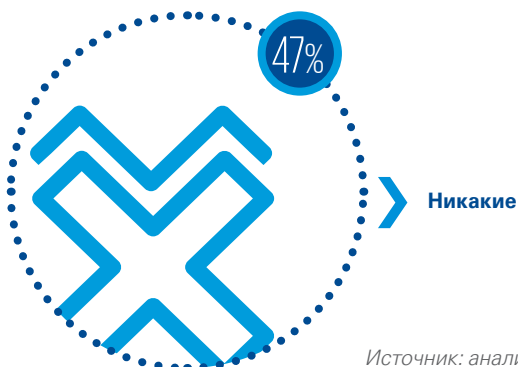
Консультации
косметолога



Вакцинация



Другое



Никакие

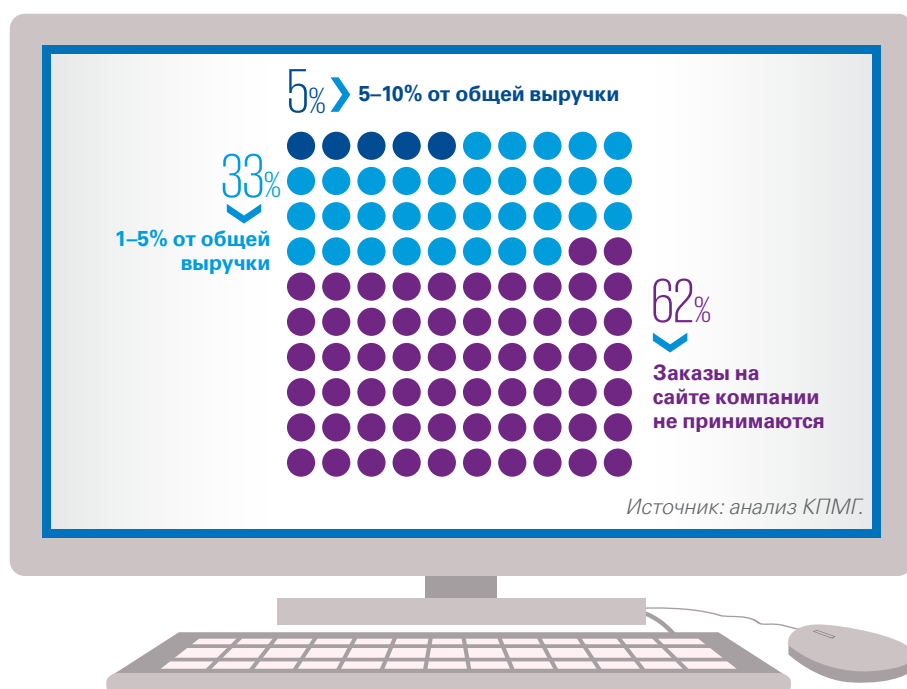
Примечание: сумма ответов превышает 100%, так как респондентам можно было выбрать одновременно несколько вариантов.

Источник: анализ КПМГ.

Опыт зарубежных стран показывает, что дополнительные услуги несут в себе потенциал для бизнеса аптечных сетей. Наиболее часто аптеки изготавливают лекарства по рецептам, собирают лекарства для утилизации и оказывают консультационные услуги. По данным исследования Американской ассоциации фармацевтов (AAPA) за 2013 г., более 70% аптек в США имели программы по ведению пациентов с хроническими заболеваниями, 63% — проводили вакцинации, 41% — диагностические исследования, 33% — оказывали помощь по отказу от курения, 23% — предоставляли консультации по диете и снижению веса.



Доля заказов через сайт в общей выручке аптечной сети в 2015 году

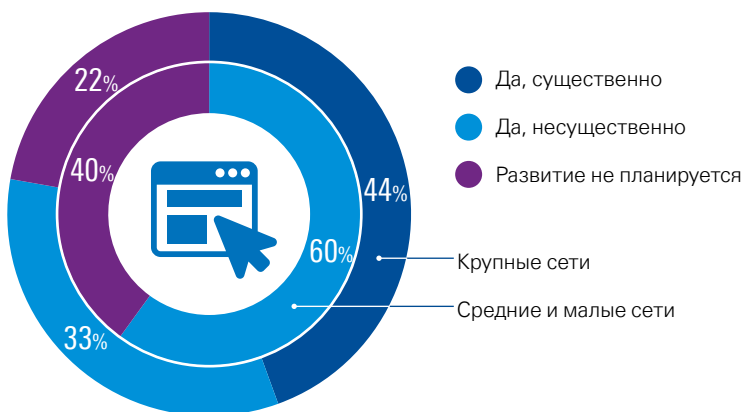


В настоящее время российское законодательство формально запрещает дистанционную продажу лекарств, хотя имеются законодательные инициативы по снятию этих ограничений для лицензированных аптек по образцу многих развитых стран.

Часть игроков уже сейчас имеют функциональные веб-сайты, где покупатели могут выбрать лекарственные препараты и сделать заказ, который затем можно получить в аптеке. В этом случае наличие разветвленной сети аптек является преимуществом для компаний, стремящихся нарастить объем интернет-заказов. Некоторые игроки рынка доставляют заказы покупателям напрямую, с риском возможных последствий со стороны государственных органов.



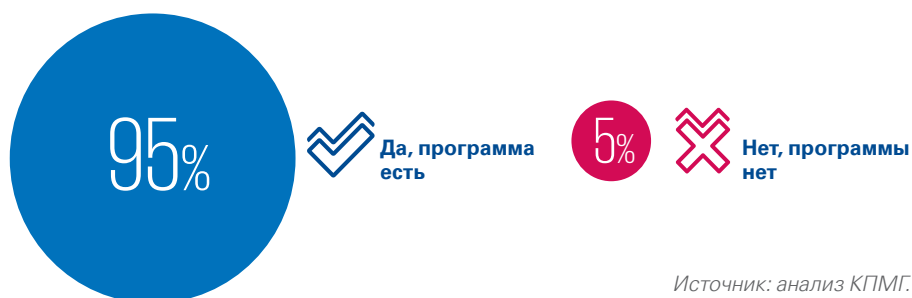
Планируется ли развивать направление заказов через сайт компании в 2016 году?



Источник: анализ КПМГ.

Участники исследования признают важность сегмента электронной торговли. Хотя почти половина крупных и 3/4 средних и малых сетей пока не работают с онлайн-заказами, 60% таких компаний планируют развитие этого направления в 2016 г., многие крупные игроки настроены решительно – 44% планируют существенное усиление сегмента онлайн-продаж в 2016 г.

Наличие программы лояльности у компаний



Почти все сети (все крупные, 91 % средних и малых сетей) реализуют программы лояльности для покупателей, их эффективность оценивается чаще нейтрально либо положительно.

Оценка результатов программы лояльности для покупателей





Работа с поставщиками



Ответы респондентов закономерно показывают, что поставки напрямую от производителя более распространены среди крупных сетей. Производители предоставляют значительные скидки и мотивационные выплаты компаниям, осуществляющим закупки лекарственных препаратов в значительных объемах. Почти половина крупных компаний, участвовавших в исследовании, работают с производителями, а в 2016 г. ожидают прямых поставок почти две трети респондентов.

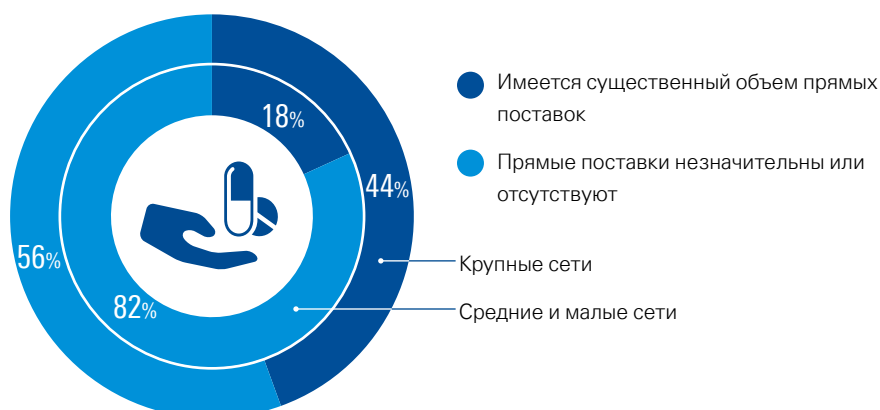
Средние и малые сети осуществляют свои закупки, в основном, у оптовых дистрибьюторов, а напрямую с производителями взаимодействует небольшая их часть – только 18% респондентов отметили наличие прямых поставок (27% ожидают таковых в 2016 г.).

В США и европейских странах поставки лекарственных препаратов в аптеки осуществляются главным образом дистрибьюторами, в то время как доля прямых поставок от фармацевтических компаний мала (до 20–30% в европейских странах, значительно ниже в США).

Дистрибьюторы в развитых странах предлагают аптекам дополнительные специализированные услуги, в частности переупаковку препаратов, услуги по обработке электронных заказов, выкуп нерезализованных препаратов и другие.

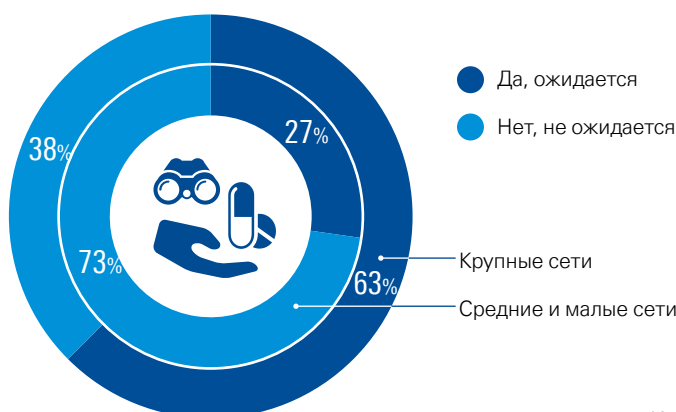
Несмотря на сложную макроэкономическую ситуацию, число респондентов, испытавших ужесточения условий поставщиков по отсрочке оплат, не превысило 45% (по всем категориям опрошенных компаний).

Наличие прямых поставок от производителей в существенном объеме



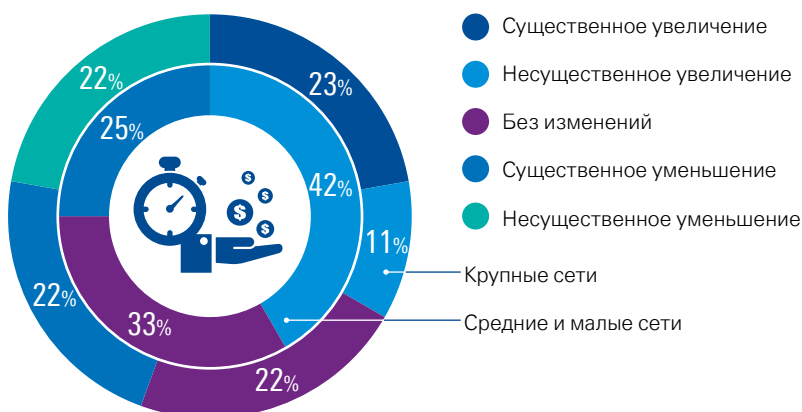
Источник: анализ КПМГ.

Ожидается ли начало прямых поставок от производителей в течение 2016 года?



Источник: анализ КПМГ.

Изменения отсрочки по платежам ключевым поставщикам за последние полгода



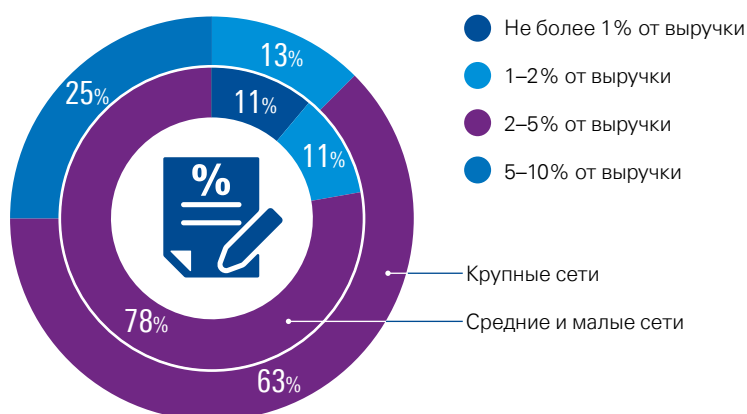
Источник: анализ КПМГ.

Случаи существенного ограничения или прекращения отгрузок поставщиками за последние полгода



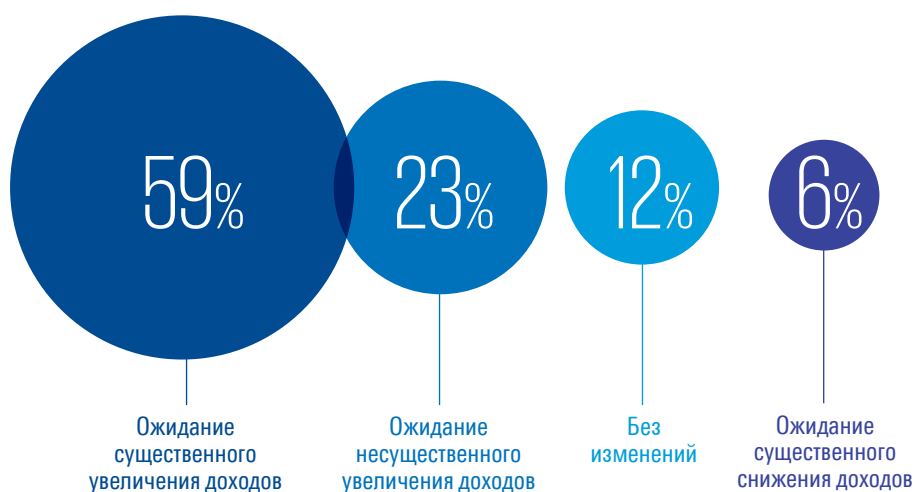
Источник: анализ КПМГ.

Доля доходов по маркетинговым контрактам в выручке сети



Источник: анализ КПМГ.

Ожидания увеличения доходов по маркетинговым контрактам в 2016 году



Источник: анализ КПМГ.

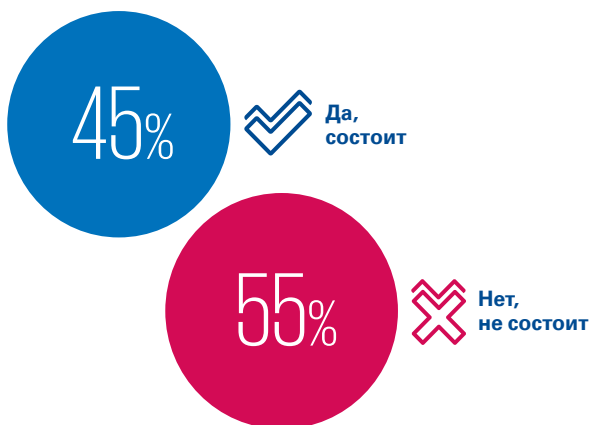




Ассоциации и партнерства



Членство в некоммерческих аптечных ассоциациях, работающих для защиты интересов аптечного бизнеса



Источник: анализ КПМГ.

Планы по вступлению в некоммерческие аптечные ассоциации в 2016 году (среди компаний, не являющихся членами ассоциаций)



Источник: анализ КПМГ.

Цели аптечных ассоциаций, таких как РААС (Российская ассоциация аптечных сетей), «СоюзФарма» и «Аптечная гильдия», включают в себя лоббирование интересов игроков отрасли по ряду актуальных вопросов, например, уровень налогообложения аптечных организаций, законодательные требования к минимальному ассортименту, квалификационные критерии для сотрудников аптек и другие.

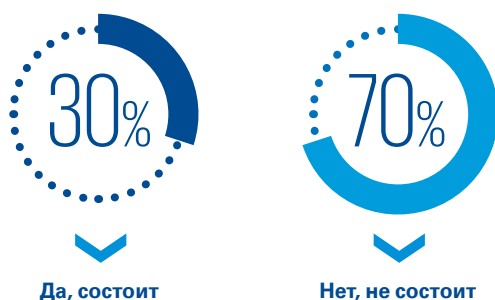
Российские аптечные ассоциации внесли значительный вклад в решение проблем отрасли (например, сохранение режима ЕНВД для аптек в 2009–2010 гг., сокращение минимального

обязательного ассортимента в 2011 г., смягчение требований к условиям хранения лекарств).

Почти половина участников исследования состоят в ассоциациях (средние и малые компании чаще являются членами некоммерческих ассоциаций). Из тех участников, которые не являются членами ассоциаций, 17% планируют вступление в 2016 г.

Большинство участников исследования не намереваются заключать партнерства с продуктовыми ретейлерами в 2016 г. (собираются работать с ретейлерами 33% крупных и 20% средних и малых сетей).

Членство в коммерческих аптечных союзах



Источник: анализ КПМГ.

Планы по заключению партнерства с продуктовыми ретейлерами в 2016 году



Источник: анализ КПМГ.



Законодательство и налоги



Применение специальных режимов налогообложения (УСН/ЕНВД)

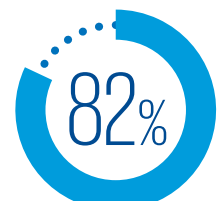


Источник: анализ КПМГ.

Планы по изменению режима налогообложения в 2016 году (по отношению ко всей компании в целом или к части бизнеса)



Да, планируется



Нет, не планируется

Источник: анализ КПМГ.



Виктория Самсонова

Директор, руководитель практики по работе с компаниями сферы здравоохранения и фармацевтики, КПМГ в России и СНГ



Вопросы налоговой оптимизации являются актуальными для всех без исключения участников исследования.

- Более половины респондентов применяют льготные режимы налогообложения (УСН, ЕНВД) и планируют сохранить данные льготы в обозримом будущем (за исключением ситуаций, когда ожидаемые выгоды от перспектив расширения бизнеса превосходят эффект налоговой экономии). Ряд игроков высказались также в пользу дальнейшей либерализации норм налогового законодательства в отношении УСН и ЕНВД, применяемых к аптечному бизнесу.
- Значительная часть респондентов выступает за смягчение существующих норм ценового регулирования препаратов из перечня ЖНВЛП, отмечая, что нынешние правила негативно влияют на эффективность аптечного бизнеса.
- У многих представителей отрасли вызывает опасение возможность разрешения торговли лекарственными препаратами в супермаркетах и розничных продовольственных сетях. Данная инициатива, внесенная в 2012 г. Министерством промышленности и торговли и поддержанная Министерством здравоохранения РФ летом 2014 г., была размещена для публичного обсуждения в начале марта 2016 г. Тем не менее во время проведения настоящего исследования текст законопроекта не был опубликован. Этап публичных обсуждений, закрытие которого планировалось 21 марта 2016 г., сейчас также не завершен, согласно данным портала проектов нормативных правовых актов РФ.
- Также подавляющее большинство участников исследования полагают, что чересчур высокий уровень конкуренции в отрасли препятствует эффективному развитию аптечного бизнеса. Как указано выше, респонденты готовы поддержать законодательное ограничение числа аптек на рынке РФ.

КПМГ в мире

Глобальная сеть профессионалов:

 в 155 странах мира.

 >174 000 человек.

Обширный опыт и знание специфики фармацевтической индустрии, постоянное повышение профессионального уровня, отслеживание ключевых трендов развития отрасли и законодательных изменений и обмен опытом.



КПМГ в России и СНГ



Широкий спектр предоставляемых услуг:



Аудит, в том числе РСБУ, МСФО



Налоговое и юридическое консультирование

- разрешение налоговых споров;
- корпоративное налогообложение;
- постановка и ведение налогового учета;
- консультирование по налоговым аспектам слияний;
- консультирование по таможенным вопросам и проблематике регулирования фармотрасли;
- юридическое консультирование.



Консультационные услуги

- проведение прединвестиционных исследований;
- оценка бизнеса;
- сопровождение сделок по слияниям и поглощениям;
- услуги по реструктуризации бизнеса;
- подготовка бизнес-планов и финансовых моделей;
- формирование стратегии развития;
- разработка системы KPIs;
- повышение операционной эффективности;
- консультирование по управлению рисками;
- консультирование по вопросам информационной безопасности, тестирование корпоративных информационных систем на проникновение, анализ защищенности сетевой инфраструктуры, компьютерных и мобильных систем и приложений.

Избранный опыт



Крупная аптечная сеть в Поволжском регионе

Налоговое консультирование, налоговое моделирование, конфигурирование учетной системы при переходе к общему режиму налогообложения

2015–2016 гг.



Alliance Healthcare Russia

Подготовка позиции защиты и представление интересов компании в ходе оспаривания налоговых доначислений, связанных с операциями в оптовом и розничном сегментах

2015–2016 гг.



Областной аптечный склад №74

Проверка контрагентов на предмет добросовестности с точки зрения налогового законодательства

2016 г.



Reckitt Benckiser/Медком

Содействие менеджменту в процессе продажи ООО «Медком-МП», российского дистрибьютора перчаток и ранозаживляющих средств

2015 г.



Apteka Holding

Подготовка сопроводительной документации и доказательной базы в отношении внутригрупповых сделок, представление и защита интересов компании в ходе оспаривания налоговых доначислений

2015 г.



Oriola-KD Corporation

Содействие в продаже российского подразделения, включавшего дистрибуционный бизнес и сети аптек «Старый лекарь» и «ОЗ Аптека»

2014 г.



Конфиденциально

Подготовка бизнес-планов и финансовых моделей и содействие в переговорах с банками по проектам строительства заводов по производству фармацевтических препаратов в России

2014 г.



Крупный индийский производитель парафармацевтики

Содействие в процессе приобретения аналогичного российского бизнеса

2014 г.



Федеральная аптечная сеть

Сопровождение в ходе выездной налоговой проверки, содействие в возмещении НДС из бюджета

2014 г.



GlaxoSmithKline

Проверка расчета налоговых обязательств и консультирование по вопросам снижения налоговых рисков в России, Казахстане, Украине, Армении

2011–2016 гг.



Aspen Pharmacare

Консультирование по налоговым и регуляторным аспектам ведения торговой деятельности в России

2014–2016 гг.



Roche Diagnostics

Налоговое и юридическое консультирование по структурированию продаж и дистрибуции в СНГ

2012 г., 2014 г.



Контакты



Виктория Самсонова

**Директор, руководитель
практики по работе
с компаниями сферы
здравоохранения
и фармацевтики
КПМГ в России и СНГ**

T: +7 (495) 937 4477

E: vsamsonova@kpmg.ru



Артём Колтовской

**Инвестиции
и рынки капитала
КПМГ в России и СНГ**

Директор

T: +7 (495) 937 4477

E: akoltovskoi@kpmg.ru



Тимофей Исаев

**Инвестиции
и рынки капитала
КПМГ в России и СНГ**

Менеджер

T: +7 (495) 937 4477

E: tisaev@kpmg.ru

kpmg.ru

Информация, содержащаяся в настоящем документе, носит общий характер и подготовлена без учета конкретных обстоятельств того или иного лица или организации. Хотя мы неизменно стремимся представлять своевременную и точную информацию, мы не можем гарантировать того, что данная информация окажется столь же точной на момент получения или будет оставаться столь же точной в будущем. Предпринимать какие-либо действия на основании такой информации можно только после консультаций с соответствующими специалистами и тщательного анализа конкретной ситуации.

Юридические услуги не предоставляются аудиторским клиентам, зарегистрированным в Комиссии по ценным бумагам и биржам США, а также в случаях, когда оказание таких услуг запрещено законом.

© 2016 АО «КПМГ», компания, зарегистрированная в соответствии с законодательством Российской Федерации, член сети независимых фирм КПМГ, входящих в ассоциацию KPMG International Cooperative ("KPMG International"), зарегистрированную по законодательству Швейцарии. Все права защищены. KPMG и логотип KPMG являются зарегистрированными товарными знаками или товарными знаками ассоциации KPMG International.

kpmg.com/app

