

ISSN 1233-2755
Vol. XVI
Rok założenia 1992
Nr 6-7 (186-187)
Czerwiec-Lipiec 2009

INDEX  COPERNICUS
JOURNALS MASTER LIST

Wydawnictwo Farmapress®
ICV 6,93
„Czasopismo Aptekarskie”
ICV 3,72

CZASOPISMO[®] APTEKARSKIE

Kontynuator tradycji Czasopisma utworzonego w roku 1871 we Lwowie

PIERWSZY W POLSCE FIRMOWY SYSTEM SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ LEKÓW

Bogdan OSTROWSKI

e-mail: cza@cza.pl

Klasyczne rozwiązanie biznesowe, które dominowało dotąd w dystrybucji produktów leczniczych na polskim i światowym rynku, to model, w którym firmy farmaceutyczne sprzedają swoje produkty hurtowniom, te zaś nabywają tym samym prawo własności tych towarów i możliwość pełnoprawnego rozporządzania nimi we własnym imieniu – tzn. sprzedają leki innym podmio-

tom: mniejszym hurtowniom bądź aptekom i szpitalom. W takim systemie dystrybucji lek, zanim trafi do pacjenta, jest własnością kilku podmiotów, jego wytwórca traci więc kontrolę nad nim i nie jest w stanie zagwarantować bezpieczeństwa swojego produktu.

Na rynek apteczny zaczęły trafiać podróbki leków markowych, więc producenci, którzy ponosili dotkliwe straty z tego

powodu, zaczęli poszukiwać innego systemu dystrybucji swoich wyrobów leczniczych, bo ich zdaniem tradycyjny łańcuch dystrybucji jest zbyt skomplikowany, aby udało się uniknąć niebezpieczeństw.

Pfeizer, gdy stwierdził dwukrotne przedostanie się do legalnej sieci sprzedaży podrobionego leku Lipitor, w marcu 2007 r. jako pierwsza firma farmaceutyczna na świecie postanowił



Komentarze do publikowanego zdjęcia prosimy przysyłać e-mailem: cza@cza.pl. Najlepsze zostaną nagrodzone książkami z Biblioteki Naukowej „Czasopisma Aptekarskiego”

► przerwać w Wielkiej Brytanii i Hiszpanii tzw. integracyjność łańcucha dostaw i sprzedawać swoje leki bezpośrednio detalistom, bez skomplikowanej sieci pośredników. W tym celu podpisał umowę z jednym tylko dystrybutorem, firmą Unichem, który odbiera leki, pakuje je zgodnie z zamówieniami i dostarcza klientom. Pfizer oczywiście narzucił dystrybutorowi ostre kryteria dotyczące bezpieczeństwa i jakości składowania leków.

Nowy model dystrybucji bezpośredniej leków miał wykluczyć sytuacje zagrażające zdrowiu i życiu pacjentów, ale nieprzekonani co do tego brytyjscy hurtownicy zwrócili się do sądu o wstrzymanie wprowadzenia nowego modelu dystrybucji przez Pfizer. Sąd się nie zgodził, ale nie uciszyło to głosów krytycznych, zarzucających Pfizerowi „duszenie” rynku i narażanie pacjentów na przejściowe braki niektórych leków. Sprawą zajął się brytyjski odpowiednik naszego Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Office of Fair Trading (OFT) – który zbadał, czy na brytyjskim rynku dystrybucji farmaceutyków nie została ograniczona konkurencja. Pfizer był pewien pozytywnych dla siebie wyników analizy OFT: wprowadzony w 2007 roku nowy model dystrybucji okazał się skutecznym i zgodnym z prawem.

Jego wdrożenie na rynku brytyjskim odbyło się wyjątkowo sprawnie, zaś wysoki poziom obsługi klienta szybko wyeliminował wcześniejsze obawy. Według danych Pfizer poziomu obsługi klienta w ramach nowego systemu dystrybucji wyniósł po-

nad 98 proc., co oznacza, że taki wskaźnik wszystkich zamówień na leki był realizowany w sposób pełny i na czas.

Polscy hurtownicy od początku bacznie przyglądali się zmianom na europejskich rynkach, wiedzieli też, że w ślady amerykańskiego giganta farmaceutycznego prędkiej czy później zechcą pójść inni producenci. Mimo to nie wszyscy byli przekonani, że wprowadzenie modelu bezpośredniej dystrybucji leków jest w Polsce przesądzone, bo – jak zauważył w trakcie jednej z dyskusji środowiskowych przedstawiciel niewielkiej hurtowni farmaceutycznej z 15-letnią tradycją – „w tej branży nasz rynek chłonie zachodnie trendy jak gąbka, a nie wszystkie są przecież złotym lekarstwem na bolączki rynku w Polsce”.

Zmiana wprowadzona przez Pfeizera – brzmiała opinie polskich dystrybutorów – nie była przecież żadną rewolucją, gdyż hurtownie w wielu przypadkach już wcześniej wynajmowały powierzchnie hurtowni producentom, ograniczając swoją rolę do usług logistycznych. Usługi takie – przekonywali – istnieją od jakiegoś czasu, a mimo to podstawową działalnością hurtowników jest wciąż tradycyjny obrót hurtowy.

Innego zdania byli komentatorzy obserwujący rynek leków na świecie, którzy uważali zgodnie, że podobne zmiany czekają całą Europę, a więc i Polskę. Rychło, bo zaledwie po niecałych dwóch latach, okazało się, że mieli rację: w ślady firmy amerykańskiej poszła AstraZeneca – powstała w roku 1999 w wyniku fuzji

szwedzkiej firmy Astra AB z brytyjską firmą Zeneca Ltd. jeden z największych światowych producentów leków (są one dostępne w ponad 100 krajach świata), dostarczający nowoczesnych i skutecznych leków przeznaczonych do terapii chorób, które stanowią najważniejsze wyzwania współczesnej medycyny (onkologia, pulmonologia, gastroenterologia, kardiologia, psychiatria, anestezjologia i antybiotykoterapia), firma posiadająca 27 ośrodków badawczo-rozwojowych i zakłady produkcyjne w 19 krajach, która każdego roku wydaje na badania nad nowymi lekami ponad 5 miliardów dolarów amerykańskich i podejmuje wysiłki prowadzące do wzrostu powszechnej wiedzy nt. chorób i ich najnowszych form leczenia.

Z dniem 9 maja br. AstraZeneca, której innowacyjność to również przełomowe rozwiązania w takich obszarach jak system dystrybucji leków, jako pierwsza firma farmaceutyczna w Polsce wprowadziła System Sprzedaży Bezpośredniej.

SYSTEM SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ FIRMY ASTRAZENECA

System Sprzedaży Bezpośredniej, jako alternatywa dla klasycznego modelu dystrybucji produktów leczniczych, to rozwiązanie, w którym firma pozostaje jedynym właścicielem leków w całym kanale dystrybucji – od wytwórcy do momentu sprzedaży ich do aptek ogólnodostępnych lub punktów aptecznych. Nie dostarcza ich jednak za pomocą własnych struk-

tur. Koncern wybiera określoną liczbę hurtowni, aby te w jego imieniu i na jego rzecz zajmowały się administrowaniem procesu sprzedaży leków.

Wszelkie usługi logistyczne (magazynowanie, dostawy do aptek) oraz sprzedaż w imieniu i na rzecz AstraZeneca wraz z administracją tego procesu prowadzić będą dystrybutorzy (partnerzy biznesowi) wybrani przez AstraZeneca spośród podmiotów obecnych już na rynku: Polska Grupa Farmaceutyczna S.A., Prosper S.A. i Torfarm S.A.

Dystrybutorzy współpracujący z AstraZeneca w Systemie Sprzedaży Bezpośredniej zostali wyłonieni w drodze postępowania przetargowego zakończonego w IV kwartale 2008 roku. – Przeprowadzone przez nas postępowanie przetargowe pozwoliło wybrać partnerów, których udokumentowane w tym postępowaniu doświadczenie oraz zdolności w zakresie organizacji procesu sprzedaży produktów leczniczych do aptek dają rękojmię wysokiej jakości – zapewnia prezes AstraZeneca Pharma Poland **Jerzy Garlicki**. – Chcemy bezpiecznie dystrybuować leki, mając nad tym kontrolę i spełniając wszystkie wymagania prawne – wyjaśnia ideę przedsięwzięcia. – Dzięki wdrożonym zmianom nasza firma będzie mogła wziąć pełną odpowiedzialność za leki od momentu wytworzenia do chwili dostarczenia ich do aptek.

W rzeczywistości wybrane na partnerów biznesowych AstraZeneca trzy podmioty krajowe pełnią rolę agentów, którzy w imieniu właściciela leku magazynują, transportują i admi-

nistrują procesem sprzedaży towaru bezpośrednio do aptek i punktów aptecznych. O tym, który dystrybutor, spośród tych, które nawiązały współpracę z właścicielem leku, ostatecznie będzie dostarczał towar do apteki, zdecyduje sama apteka. Sprzedaż w imieniu i na rzecz AstraZeneca będzie prowadzona także przez sprzedające na rynek apteczny spółki zależne lub stowarzyszone wybranych partnerów.

Proces realizacji zamówienia w nowym systemie ma wyglądać podobnie jak obecnie: zamówione produkty AstraZeneca będą dostarczane do apteki ogólnodostępnej lub punktu aptecznego z osobną fakturą, wystawioną w imieniu AstraZeneca Polska, wraz z pozostałym towarem zamówionym przez aptekę w hurtowni działającej jako dystrybutor (partner biznesowy).

W związku z wdrożeniem nowego modelu biznesowego, obok istniejącej na polskim rynku AstraZeneca Pharma Poland Sp. z o.o., odpowiadającej w dalszym ciągu za świadczenie usług marketingowych, w 2007 r. powstała nowa spółka należąca do grupy AstraZeneca – AstraZeneca Polska Sp. z o.o. Jest ona podmiotem odpowiedzialnym za sprzedaż leków w ramach Systemu Sprzedaży Bezpośredniej, posiada zezwolenie na prowadzenie hurtowni farmaceutycznej, co zgodnie z Prawem farmaceutycznym daje jej prawo do obrotu produktami leczniczymi w Polsce.

– Mechanizm funkcjonowania nowego rozwiązania jest prosty i w praktyce będzie wyglądał następująco: w celu zło-

żenia zamówienia apteka będzie musiała skontaktować się z lokalnym biurem handlowym jednego z trzech dystrybutorów. Schemat składania zamówień, reklamacji i zwrotów oraz większości procesów związanych ze sprzedażą pozostanie bez zmian – wyjaśnia **Ewa Strzelczyk**, koordynator projektu w AstraZeneca Pharma Poland. – Przed dokonaniem zakupu apteka musi znaleźć się w Bazie Klientów AstraZeneca. Wprowadzenie apteki lub punktu aptecznego na listę klientów jest działaniem jednorazowym. W każdym momencie, po spełnieniu podstawowych formalności, apteka ogólnodostępna lub punkt apteczny chcący kupować produkty AstraZeneca będą mogły zostać wpisane do Bazy Klientów AstraZeneca.

– System Sprzedaży Bezpośredniej – podkreśla E. Strzelczyk – pozwoli na zachowanie najwyższego poziomu bezpieczeństwa od momentu produkcji leków do chwili dostarczenia ich do aptek ogólnodostępnych lub punktów aptecznych, tj. w całym kanale dystrybucji. Do farmaceutów trafią tym samym produkty o najwyższej jakości, gwarantujące bezpieczeństwo stosowanej terapii. Dzięki temu rozwiązaniu apteki ogólnodostępne i punkty apteczne otrzymają jednakowy i wysoki standard obsługi, co z kolei wpłynie na optymalizację procesu dystrybucji. Każdy ze współpracujących w nowym modelu dystrybucji partnerów zobowiązany jest działać w sposób zgodny z wymogami prawa, w tym Prawa farmaceutycznego oraz Dobrej Praktyki Dystrybucyjnej. Wprowadzenie

- Systemu Sprzedaży Bezpośredniej leków – zapewnia koordynator projektu – nie wpłynie natomiast na organizację sprzedaży jej produktów leczniczych do szpitali.

PARTNERZY BIZNESOWI ASTRAZENECA

Kluczowym założeniem Systemu Sprzedaży Bezpośredniej jest zapewnienie pacjentom zwiększonej dostępności leków AstraZeneca. – Sposób przeprowadzenia wyboru kontrahentów i kryteria wyboru partnerów biznesowych miały na celu wyłonienie grona dystrybutorów zapewniającego pokrycie swoim zasięgiem całego rynku aptecznego i pozwalającego na realizowanie zamówień każdej apteki – mówi prezes AstraZeneca **Jerzy Garlicki**. – Firma dołożyła wszelkich starań, aby wdrażany system zaspokajał potrzeby klientów oraz pozwalał na pełne i nieprzerwane zaopatrzenie w leki AstraZeneca polskiego rynku aptecznego. Jestem przekonany, że system sprzedaży bezpośredniej to nowa jakość w dystrybucji leków na polskim rynku aptecznym, dzięki której poprawimy dostępność produktów AstraZeneca dla pacjentów.

Kim tak naprawdę są na polskim rynku leków obecni partnerzy biznesowi AstraZeneca w Systemie Sprzedaży Bezpośredniej?

Polska Grupa Farmaceutyczna S.A. działa od 19 lat (do 1997 roku pod nazwą Medicines) i od wielu lat jest liderem w sektorze dystrybucji produktów farmaceutycznych. W 1998 roku zadebiutowała na Gieł-

dzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Uzyskane ze sprzedaży akcji środki pozwoliły jej na intensywny rozwój i konsolidację hurtowego rynku leków. Po okresie fuzji i przejęć firma zajęła pierwsze miejsce na rynku dystrybucyjno – usługowym w sektorze ochrony zdrowia. Co piąty lek sprzedawany w polskich aptekach pochodzi z magazynów PGF. Firma jest również największym partnerem polskich szpitali w zakresie zaopatrzenia w leki.

Polska Grupa Farmaceutyczna to pierwsza polska firma z branży dystrybucji farmaceutycznej działająca na rynkach zagranicznych. Działa na terenie Polski i Litwy we wszystkich segmentach rynku (hurtowym, detalicznym i szpitalnym), ponadto w Wielkiej Brytanii funkcjonują jej dwie apteki.

Głównym celem strategicznym grupy jest rozwój detalicznej sieci sprzedaży farmaceutyków w Europie. Dla realizacji tego celu w 2008 roku została utworzona w Amsterdamie spółka holdingowa CEPD NV konsolidująca segment detaliczny Grupy PGF.

Jakie nadzieje wiąże ten potentat ze współpracą z AstraZeneca, której projekt – co do tego chyba nie ma dziś już wątpliwości – przybliży koniec małych hurtowni farmaceutycznych?

– Polska Grupa Farmaceutyczna S.A. – wyjaśnia **Karolina Dąbrowska** z Biura Prasowego PGF – postanowiła wziąć udział w ogłoszonym przez AstraZeneca przetargu na dystrybutorów Systemu Sprzedaży Bezpośredniej, ponieważ jako lider dystrybucji farmaceutycznej jest autorem i uczestniczy

w wielu innowacyjnych projektach, a projekt AstraZeneca, jest właśnie jednym z takich projektów. PGF będzie operatorem logistycznym tego przedsięwzięcia. Główną zaletą tego projektu jest niewątpliwie jego innowacyjność. W ramach projektu zapewnimy bardzo wysoki standard obsługi dla wszystkich aptek. Wszystko, co robimy, ma na celu zapewnienie pacjentowi jak najlepszej obsługi i dostępności do leków.

Potentatem na polskim rynku jest też drugi partner AstraZeneca – Grupa Torfarm, holding spółki matki i 18 spółek zależnych działający w kategorii szeroko rozumianych biznesów związanych z ochroną zdrowia i troską o zdrowie, lider na rynku hurtowej sprzedaży do aptek, który świadczy kompleksowe usługi w zakresie handlowej i pozahandlowej obsługi aptek. Strategia grupy skupia się wokół zasady tworzenia bezpiecznej alternatywy w stosunku do spółek, które tworzą sieci aptek. Szerokie kompetencje firmy obejmują: produkcję leków pod jedną marką, dystrybucję farmaceutyków, integrację indywidualnych aptek zrzeszonych pod jedną silną marką, współpracę z aptekami niezależnymi, prowadzenie wydawnictwa dotyczącego zdrowia i aktywności fizycznej. Jej partnerami są największe koncerny farmaceutyczne na świecie i czołowi polscy producenci leków.

Od 5 lat Torfarm jest spółką notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. W kwietniu br. do grupy dołączyła Grupa Prosper, co ma gwarantować uzyskanie pozycji

zdecydowanego lidera, z ponad 30% udziałem w rynku. Od 9 maja br. i ta firma będzie realizować usługę logistyczną w ramach Systemu Sprzedaży Bezpośredniej AstraZeneca, administrując procesem sprzedaży produktów tej firmy do klientów, magazynując produkty dostarczone przez AstraZeneca, przyjmując i przetwarzając zamówienia otrzymane od klientów, dostarczając produkty do klientów w imieniu i na rzecz firmy AstraZeneca.

– Podjęliśmy decyzję o udziale w ogłoszonym przez AstraZeneca przetargu na dystrybutorów Systemu Sprzedaży Bezpośredniej, ponieważ jest to według nas jeden z nowych kierunków, które będą wyznaczały innowacyjne metody obrotu środkami farmaceutycznymi w najbliższych latach – wyjaśnia **Robert Piątek**, wiceprezes Zarządu Torfarm SA. – Torfarm jako branżowy lider będzie uczestniczył w tego typu projektach. Przygotowanie przetargu było sprawdzeniem jakości posiadanych i stosowanych procedur oraz sprawności działania w wielu obszarach działalności spółki.

– Dzięki nowemu systemowi sprzedaży – przekonuje R. Piątek – AstraZeneca Polska Sp. z o.o. stanie się bezpośrednim partnerem dla aptek ogólnodostępnych i punktów aptecznych oraz pozostanie jedynym właścicielem leków w łańcuchu dystrybucyjnym, do momentu ich sprzedaży w aptece. Tym samym AstraZeneca Polska Sp. z o.o. przejmuje pełną odpowiedzialność za jakość leku od momentu jego wytworzenia do znalezienia się w ap-

tece. Torfarm w imieniu AstraZeneca Polska Sp. z o.o. będzie podejmował działania zapewniające prawidłowy obrót produktami leczniczymi w Polsce. Nowy system nie spowoduje też zwiększenia nakładów czasowych na zakup i sprzedaż produktów.

Zdaniem wiceprezesa Piątka System Sprzedaży Bezpośredniej pozwoli na zwiększenie dostępności leków dla aptek ogólnodostępnych, punktów aptecznych i pacjentów, a także wpłynie pozytywnie na zachowanie wysokiego poziomu bezpieczeństwa w całym kanale dystrybucji. W jego opinii nie wpłynie on na zasady dostarczania leków do aptek:

– Wszystkie zmiany związane z procesem mają charakter wewnętrzny i są związane głównie z dostosowaniem struktur informatycznych do potrzeb producenta. System nie zmieni też modelu kontaktu z apteką – jedyną zmianą może być zmiana dystrybutora dostarczającego produkty AstraZeneca. Według nas System Sprzedaży Bezpośredniej będzie miał pozytywny wpływ na dostępność leków dla pacjenta. Zapewnienie i gwarantowanie przez producenta odpowiednich zapasów magazynowych pozwoli docelowo na pełną dostępność leków dla pacjenta. Jest to nowy i innowacyjny model dystrybucji, który w naszej opinii będzie rozwijał się w przyszłości. Inne podmioty – producenci leków najprawdopodobniej będą wdrażali w przyszłości podobne systemy. Nowy model dystrybucji według nas wywrze pozytywny wpływ na rynek dostaw leków do aptek.

Trzeci dystrybutor w Systemie Sprzedaży Bezpośredniej to Prosper S.A. – notowany od 1999 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie dystrybutor farmaceutyczny. Od kwietnia 2009 roku razem z Torfarm S.A. i 9 innymi spółkami tworzy grupę kapitałową posiadającą największy udział w rynku dystrybucji farmaceutycznej w Polsce. Firma została założona w 1990 r. przez dr. **Tadeusza Wesołowskiego**, prezesa Prosper S.A. Usługi spółki oparte są na najnowszych zdobyczach technologicznych oraz innowacyjnych rozwiązaniach logistycznych.

– Patrząc na doświadczenia Wielkiej Brytanii, gdzie znaczna część rynku jest już obsługiwana w Systemie Sprzedaży Bezpośredniej – mówi **Zbigniew Jaworski** z Prospera S.A. – możemy spodziewać się również diametralnych zmian w systemie dystrybucji w Polsce. W nowym modelu ciężar finansowy działalności zostaje przerzucony z dystrybutora na producenta leków. Leki AstraZeneca będą dostarczane według takich samych zasad i najwyższej jakości standardów.

Nie wiemy jeszcze, jak sytuacja rozwinie się na polskim rynku, ale jedno jest pewne: wprowadzenie przez AstraZeneca Systemu Sprzedaży Bezpośredniej spowoduje przyspieszenie prac nad nowymi modelami dystrybucji przez inne koncerny. Dodatkowo firmy, które podjęły współpracę z AstraZeneca, staną na uprzywilejowanej pozycji – to one będą wybierane później jako partnerzy przez innych producentów leków, wzmacniając sukcesywnie swoją pozycję. ►

Szanowni Czytelnicy,

W sprzedaży znajduje się jeszcze pierwszy tom pozycji książkowej z nowej serii wydawniczej „Biblioteka Naukowa Czasopisma Aptekarskiego”

„Podstawy OPIEKI FARMACEUTYCZNEJ w teorii i praktyce aptecznej”

autorstwa dr. n farm. Jerzego Łazowskiego, znanego i cenionego w kraju i UE popularyzatora opieki farmaceutycznej.

Koszt wraz z wysyłką wynosi 57 PLN.

Wpłacając kwotę na konto 1311 3010 1702 0000 0000 0511 95 należy podać wszystkie dane niezbędne do wystawienia faktury VAT.



Oprawa twarda, całość szyta, format 180 x 235 mm, s. 220, na marginesach stron umieszczono omówienia i cytaty, każdy z rozdziałów kończy się pytaniami kontrolnymi. Książka zawiera indeks rzeczowy i bogate piśmiennictwo.

KONIEC EPOKI MAŁYCH HURTOWNI?

Jak ocenia wpływ nowego systemu dystrybucji leków firma IMS Poland badająca trendy na rynku farmaceutycznym? Oto komentarz **Stanisława Kasprzyka**, jej dyrektora ds. hurtu farmaceutycznego:

– Jednym z najważniejszych wyzwań na rynku ochrony zdrowia jest optymalizacja kosztów. Dotyczy to wszystkich podmiotów tego rynku, a więc także producentów, którzy poszukują oszczędności m.in. poprzez zmianę systemu dystrybucji. Jednym z takich rozwiązań jest wprowadzony na szeroką skalę w Wielkiej Brytanii system dystrybucji bezpośredniej do aptek (*DTP – direct to pharmacy*). Zasadniczym celem tego systemu jest poprawa efektywności zarządzania dystrybucją leków, optymalizacja zapasów, a co za tym idzie – także wpływ na zakres handlu równoległego. W takim systemie dystrybucji leki danego producenta dostarczane są do aptek poprzez wybrane hurtownie, które pełnią rolę operatora logistycznego. Według takich zasad będą już dystrybuowane w Polsce leki firmy farmaceutycznej AstraZeneca, która do tego celu jako operatorów logistycznych wybrała trzy ogólnopolskie hurtownie.

System bezpośredniej dystrybucji może zagrozić istnieniu mniejszych hurtowników – to przyznaje wielu komentatorów, ale część z nich uważa, że małe firmy logistyczne i regionalne hurtownie będą miały na pewno tylko mniejsze szanse utrzymać się na rynku, gdy dystrybutorami w Systemie Sprzedaży Bezpośredniej stają się gracze najwięksi, którzy pokrywają swoim zasięgiem prawie cały rynek apteczny, bo to oni staną się głównym dostawcą usług dystrybucji bezpośredniej, jeśli zyskiwałaby ona coraz większą popularność wśród producentów.

Według **Martina Bakera**, angielskiego prawnika specjalizującego się m.in. w prawie dotyczącym konkurencji przedsiębiorstw, bez względu na przepisy obowiązujące na lokalnych europejskich rynkach jest mało prawdopodobne, aby hurtownicy mogli oprzeć się podobnym zmianom na swoich rynkach.

Dodajmy to, co już w roku 2007 (m.in. na dorocznej konferencji IMS Poland hurtowni farmaceutycznych) dla analityków tego segmentu rynku leków było oczywiste: to najważniejszy w branży dystrybucji farmaceutycznej projekt, który będzie kluczowy dla dalszego jej rozwoju.

Wystarczy chociażby policzyć, jaką to już obecnie część naszego rynku aptecznego obsługują wybrane przez AstraZeneca na dystrybutorów swoich leków podmioty...