

## Ованес Давидян:

«В Россию пришёл новый тренд из развитых стран, где уже давно сложилась культура потребления нутрицевтиков».

Такое понятие, как нутрицевтика (англ. nutraceuticals), появилось в мире сравнительно недавно, в 1989 году. По меркам науки и медицины практически вчера. Однако сегодня нутрицевтики, т. е. особые биологически активные добавки, которые применяются для восполнения в организме недостающих микроэлементов и полезных веществ, стали нормой передовой современной медицины в большинстве стран мира. Об этом и о своём опыте работы с проектами в области здорового образа жизни сегодня читателям DNA health рассказывает генеральный директор компаний «Авиценна» и «Атлетика М», научный сотрудник НИМЦ «Геронтология», член Ассоциации междисциплинарной медицины, член Российского общества организаторов здравоохранения, врач-терапевт Ованес Вагенович Давидян.

— Ованес Вагенович, медицинское сообщество уже знакомо с вами по прошлому проекту, и для многих стало неожиданностью, когда вы приняли решение вывести на российский рынок совершенно новые продукты.

— Вы абсолютно правы. Многие врачи и представители аптечного бизнеса были крайне удивлены тем, что я вышел из проекта, который был основан мной в 2012 году. Однако это было необходимо, так как я понял, что тот проект достиг своего уровня, в то время как мои амбиции и компетенции не позволяли мне останавливаться на достигнутом.

— Все ваши проекты связаны со здоровым образом жизни? Что это: следование мировым трендам, осознанный выбор или влияние родителей и близких?

— Все мои проекты тесно связаны с медициной и здесь сложно выделить какую-то одну причину. Безусловно, это мой осознанный выбор и ключевую роль играет образование, ведь я окончил медицинскую академию.

Профессиональный опыт также повлиял на вектор моих проектов, так как я выходец из крупных фармацевтических компаний и, конечно, прекрасно понимаю, что в настоящее время колоссальную популярность в мире приобретает здоровый образ жизни и, как бизнесмен, вижу перспективы в этом направлении.

— Что предлагает россиянам компания «Авиценна» сейчас и почему решили представлять интересы именно этой компании? Расскажите, пожалуйста, из каких продуктов состоит линейка «Авиценна»?

— За годы управленческой деятельности и взаимодействия с иностранными поставщиками я сформировал чёткие критерии, которые способствовали моему выбору в пользу компании «Авиценна». Для меня и моей команды первоочередным фактором выбора было высокое качество производимого продукта, доказанная эффективность, широкий ассортимент уникальных препаратов, а также представленность на мировом рынке.



«Авиценна» — это международная фармацевтическая компания, основанная в 1989 году, штаб-квартира которой находится в Стамбуле. Она является лидером в области питания, здоровья и устойчивой жизнедеятельности.

Выпускаемая нами продукция сегодня представлена на пяти континентах, более чем в 90 странах мира. Суперфуды компании «Авиценна» разрабатываются в лаборатории (общая площадь более 600 м<sup>2</sup>), которая занимается научными и производственными исследованиями и имеет всё необходимое техническое оборудование. Производство осуществляется на собственном ультрасовременном заводе, имеющем сертификаты GMP, ISO (9001, 14001, 22000), OHSAS 18001 и многие другие, включая сертификат «Халаль». Вся продукция производится из высококачественного сырья, которое поставляется из лучших регионов мира, каждый из которых является лидером в своей области. Тщательный отбор поставщиков сырья позволяет быть уверенным в высоком качестве производимых

нами продуктов, так как мы понимаем, какую ответственность мы несём перед нашим потребителем. Всё используемое сырьё проходит тесты для определения микробиологической чистоты, содержания токсинов и действующих веществ. Затем независимые сторонние аккредитованные лаборатории проводят регулярное проверочное тестирование уже готовой продукции. Все этапы производства фармацевтических товаров строго регламентируются правительством Турции, любая фальсификация преследуется законом вплоть до лишения свободы на 50 лет.

Avicenna имеет более 150 наименований нутрицевтиков, хотя в России на данный момент наш портфель состоит из 12 препаратов, а также несколько находятся на регистрации. Хочу отметить, что план 2020 года по выпуску новинок на российский рынок мы уже выполнили на 90%. Линейка состоит из крайне важных нутрицевтиков для восполнения самых распространённых дефицитов, а также профилактики онкологических и возраст-ассоциированных заболеваний.

— Как врачи отреагировали на появление новинок, ведь ваш портфель состоит из необычных и даже своего рода уникальных препаратов?

— Мы рискнули, и запустили ряд продуктов, аналогов которым на рынке нет ни у кого. В других странах нутрицевтики широко известны и имеют вековую историю использования. Поэтому нашими врачами появление этих препаратов было воспринято позитивно, ведь они ждали этого долгие годы!

Природой всё продумано за нас, и средства для профилактики почти всех болезней можно найти в натуральных источниках, поэтому большинство наших продуктов имеет растительное и животное происхождение. Как бы банально это ни звучало, но действительно всё новое — это хорошо забытое старое. Так, масло чёрного тмина известно человечеству уже более 8000

лет и способствует активизации энергии, тем самым помогает перебороть утомление и усталость».

— Какие три продукта компании Авиценна, на ваш взгляд, будут наиболее востребованы россиянами и почему?

— Исходя из тенденций на рынке, а также статистики продаж, я уже сейчас могу выделить топ-3 продуктов из нашей линейки:

#### 1. «Куркумин плюс».

Уже на протяжении пяти тысяч лет куркуму собирают и используют в пищу, а также как лекарственное средство на её родине — в Индонезии и Южной Индии. Куркумин обладает сильным противовоспалительным, антибактериальным, противовирусным, гепатопротекторным, желчегонным, детоксицирующим, а также иммуномодулирующим свойствами. Единственным недостатком куркумы в виде приправы является её



лет и сам пророк Мухаммед говорил, что чёрный тмин является лекарством от всех заболеваний, кроме смерти, а великий Авиценна (Ибн Сина) писал: «Чёрный

тмин является лекарством от всех заболеваний, кроме смерти, а великий Авиценна (Ибн Сина) писал: «Чёрный

низкая биодоступность (около 5 %). Но и из этой ситуации мы нашли выход: «Авиценна куркумин плюс» — это биостандартизированный экстракт, представленный в виде наночастиц, растворённых в оливковом масле, что обеспечивает в 185 раз лучшую биодоступность в сравнении с обычным нестандартизированным куркумином, а присутствующий в его составе пиперин, согласно исследованиям, улучшает биодоступность состава ещё на 2000 %!

## 2. «Масло чёрного тмина».

Я уже упоминал этот легендарный суперфуд, однако хочу отметить, что одним из важнейших компонентов масла чёрного тмина является тимохинон, который является мощным онкохемопротектором.

## 3. «Омега с витамином Д».

Наш бестселлер — совершенная омега-3 в триглицеридной форме с витамином Д, который не имеет аналогов и отличается первоклассным сырьём из дикой рыбы холодных вод, которое нам поставляет компания BASF со штаб-квартирой в Осло (Норвегия), имеющая статус пионера в производстве омега-3 с 1838 года. Каждая капсула содержит 920 мг омега-3-ПНЖК и 600 МЕ витамина Д3.

— Разумеется, нам хотелось бы узнать о другом вашем проекте — компании «Атлетика М». В чём новизна этого проекта? На кого ориентирована деятельность компании и кто является её клиентами?

— Ко мне регулярно обращаются за советом мои коллеги-врачи по поводу востребованности на рынке препаратов, какие риски их могут ожидать и с другими вопросами, которые возникают при создании витаминных собственного бренда. Эти запросы настолько частые, что у нас произошло инсайт необходимости создания такой компании, деятельность которой заключалась бы в полном сопровождении клиента: от возникновения идеи до её полной реализации. В итоге на свет появилась компания «Атлетика М», сотрудники которой занимаются полным циклом вывода продуктов под собственной торговой маркой клиента, т. е. в наши услуги входит маркетинговое исследование рынка, разработка рецептуры, сбор досье для регистрации, собственно, сама регистрация, производство, логистика и многое другое. Вот, к примеру, один из недавних наших кейсов: для клиники профессора Калинченко мы разработали и воплотили в жизнь идею научного руководителя клиники — омега-3 с витамином Д. В упаковке 360 капсул, их хватит пациенту на целый год.

— Расскажите о вашем опыте продвижения омега-3 с витамином Д совместно с клиникой профессора Калинченко. В чём преимущество такого сотрудничества? Почему для совместного проекта был выбран именно этот продукт?

— Светлана Юрьевна является для меня идейным вдохновителем, учителем, причём не только в медицине, но и в жизни. Мы знакомы около 10 лет, и мне очень близка её идеология. За этот период времени нам удалось сдвинуть парадигму в умах врачей и пациентов в сторону профилактической медицины, тем самым возродить актуальность применения двух незаменимых компонентов здоровой и счастливой жизни: омега-3 и витамина Д. Учитывая, что омега-3 и витамин Д являются жирорастворимыми веществами, мы решили объединить их в одной капсуле, тем самым повысив комплаентность к терапии, ведь, как известно из данных крупнейшего метаанализа, приём комбинированных препаратов повышает эффективность терапии на 30 % за счёт увеличения приверженности. Хочу отметить, что для производства препарата омега-3 с витамином Д для клиники профессора Калинченко мы также используем эталонное сырьё от компании BASF. Также для меня принципиальное значение имеет защита окружающей среды, поэтому во всех своих проектах я стараюсь избежать использование пластика. Именно поэтому суперфуды от компании «Авиценна» мы упаковываем в стеклянные флаконы, а для проекта клиники профессора Калинченко мы разработали алюминиевый zip-пакет. Кроме того, данные виды упаковки позволяют лучше сохранить свойства препарата.

— И в заключение хотелось услышать ваш прогноз по развитию рынка БАД в России в ближайшие годы?

— Общий объём рынка БАД в России в 2019 году превысил 100 млрд руб. В розницу в России продается 81,5 % биодобавок и витаминов, второй крупный канал дистрибуции — прямые продажи и интернет (17,8 %). Сейчас мы видим рост спроса на биологически активные добавки в России, и этот рост обоснован двумя причинами. Первая заключается в том, что компании — производители БАД ведут активную популяризацию своих брендов на представленной территории. Вторая заключается в новом тренде, который пришёл из развитых стран, где уже давно сложилась культура потребления нутрицевтиков. Так, в Америке, Европе и Японии БАД употребляет более половины населения. В России многие врачи переходят на превентивный подход ведения своих пациентов, что подразумевает профилактику и системный подход. В ближайшие годы мы с вами увидим положительный тренд в данном направлении, и российский рынок БАД будет активно расти, как растут рынки добавок на Западе. При условии грамотного потребления это может благоприятно сказаться на здоровье населения Российской Федерации.

# Avicenna®

30 летний опыт  
90 стран мира  
GMP, OHSAS  
ISO, Halal

## Естественный путь к здоровому образу жизни



8-800-555-94-84

8-499-705-59-69

www.avicenna.com.ru

info@avicenna.com.ru

avicennaru

avicennarussia



# БАД НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ