



fot. Andrzej Grudziński

Dobry produkt zawsze obroni się sam

Dr n. farm. Grzegorz Demski jest właścicielem firmy Aurea Pharma i twórcą specjalistycznych produktów do pielęgnacji skóry dla osób w trakcie oraz po radioterapii i chemioterapii. W wywiadzie dla Tygrysów Biznesu opowiada o powstaniu unikalnych na rynku kremów oraz budowaniu pozycji w środowisku medycznym oraz wśród pacjentów.

Proszę powiedzieć o początkach firmy – kiedy powstała, w jakich okolicznościach i przez kogo została założona firma Aurea Pharma?

Całe moje życie zawodowe związane jest z szeroko rozumianą „ochroną zdrowia”. Przepracowałem lata w aptece, sklepie zielarskim i międzynarodowych korporacjach farmaceutycznych w działach onkologicznych. Stały kontakt z lekarzami w ich środowisku pracy lub w trakcie kongresów czy targów uświadomiły mi, jak wielka jest skala tragedii i cierpienia ludzkiego związanego z chorobami nowotworowymi. Aspekt psychologiczny choroby to jedno, ale jest cały szereg „niedogodności” będących skutkiem poddania się chociażby terapii naświetlania. Moim celem stało się stworzenie preparatu, który miał przynieść ulgę po zabiegach onkologicznych oraz podnieść jakość życia chorego.

Liczne rozmowy z lekarzami i personelem medycznym dały mi impuls do stworzenia kremu, który będzie pomocny przy pielęgnacji skóry poddanej promieniowaniu jonizującemu. Tak powstał RadioProtect. Okazało się, że całkowicie spełnia oczekiwania pacjentów oraz personelu medycznego. Dodatkowo jest pomocny także w wielu innych przypadkach. Historia tego kremu sięga już 10 lat (wcześniej występował pod inną nazwą,

w innej niż Aurea Pharma firmie). Ten sam motyw skłonił mnie do stworzenia drugiego preparatu, mającego zastosowanie dla pacjentów leczonych niektórymi schematami chemioterapii. I znowu, jak w przypadku RadioProtectu, krem znalazł zastosowanie w innych przypadkach z bardzo dobrym skutkiem. Jeden z lekarzy dermatologów opracował nawet preparat, którego podstawą bazową jest krem ChemoDry B6 jako podłoże maściowe. Reasumując, moja firma powstała jako owoc chęci niesienia pomocy.

W czym dzisiaj specjalizuje się firma? Czym oferta Aurea Pharma wyróżnia się na tle konkurencji?

Nasza misja to niesienie pomocy osobom potrzebującym wsparcia zarówno w zdrowiu, jak i chorobie. Nasze produkty powstają we współpracy naukowej farmaceuty, lekarza onkologa, dermatologa i kosmetykologa. Jako doktor farmacji zawsze wykorzystuję swoją wiedzę, konsultując się z innymi specjalistami, aby powstały produkt rzeczywiście spełniał nasze i pacjentów najwyższe oczekiwania. Zastosowanie odpowiednich składników, najlepiej naturalnych, wykorzystanie ich siły i synergii działania, to wszystko ma szansę dać nam produkt różniący się od innych swoim unikatowym działaniem. Moje wieloletnie doświadczenie w ziołolecznictwie dzisiaj pozwala mi maksymalnie wykorzystywać siłę ziół.

W najbliższych miesiącach wprowadzimy na rynek nowy produkt poprawiający jakość życia osobom z chorobą nowotworową.

Mamy się też czym pochwalić. Wiele szpitali onkologicznych od lat stosuje nasze kremy do pielęgnacji skóry swoich pacjentów na oddziałach radioterapii, chemioterapii oraz dermatologii. Od 2010 roku każdy żołnierz polski udający się na misję ONZ lub NATO ma w pakiecie profilaktyczno-leczniczym dwie tubki kremu RadioProtect. Produkt ten w roku 2016 w kategorii „Produkty pielęgnacyjne dla osób w trakcie i po radioterapii” uzyskał Konsumencką Nagrodę Zaufania „Złoty OTIS”. Z kolei krem ChemoDry B6 w roku 2016 w kategorii „Produkty pielęgnacyjne dla osób w trakcie i po chemioterapii” uzyskał Konsumencką Nagrodę Zaufania „Złoty OTIS”. Firma Aurea Pharma otrzymała również w ramach wieloletniej współpracy zaszczytny Dyplom Przyjaciela Polskiego Stowarzyszenia Pielęgniarek Onkologicznych.

Prowadzą Państwo również działalność edukacyjną.

Tak, jesteśmy wydawcą książki dla lekarzy onkologów pt. „Interakcje z lekami stosowanymi w onkologii” oraz podręcznika dla pielęgniarek onkologicznych pt. „Opieka pielęgniarska nad pacjentami leczonymi promieniami jonizującymi – teletaria”. Dodam, iż jestem współautorem obu książek. Szczególnie ta druga pozycja może być polecana również dla pacjentów, u których stosuje się radioterapię w trybie ambulatoryjnym.

Firma otrzymała prestiżową nagrodę Polish Exclusive za stworzenie wyjątkowych preparatów na polskim rynku – kremów ChemoDry B6 i RadioProtect. Oba mają opatentowany skład jak i technologię wytwarzania. Na czym polega ich unikalność?

Rzeczywiście, oba kremy są prawdopodobnie jedynymi na rynku z opatentowanym składem jak i technologią wytwarzania. To znaczy, że pomysł na stworzenie takich właśnie kremów był wynikiem ogromnej wiedzy autorów oraz odpowiedniego wykorzystania wielkiej siły działania niektórych surowców roślinnych i nie tylko,

”

Moim celem stało się stworzenie preparatu, który miał przynieść ulgę po zabiegach onkologicznych oraz podnieść jakość życia chorego

w określonym zestawieniu i proporcjach. Dodatkowo uzyskanie patentu na skład jak i technologię wytwarzania jest dla mnie ogromnym wyróżnieniem i sukcesem naukowym.

Składniki kremów w połączeniu m.in.: resweratrolu, zespołu sylibin, oliwy z oliwek, panthenolu, skwalenu oraz kwasu hialuronowego, alantoiny, mocznika, wit. E i B6, koenzymu Q10 i masła shea, stworzyły kremy, których szerokie zastosowanie zyskało wielkie uznanie zarówno pacjentów, klientów jak i personelu medycznego. Kremy stosowane są w pielęgnacji skóry przy: radioterapii, chemioterapii, po opalaniu, w laseroterapii i po zabiegach laserowych, po naświetlaniu tłuszczycy, do pielęgnacji skóry w tzw. stopie cukrzycowej, po solarium oraz różnego rodzaju zabiegach kosmetycznych.



Kosmetyki dla osób po radioterapii i chemioterapii produkują też m.in. Dr Irena Eris, Oceanic czy Apis. Jak duża jest konkurencja w tej dziedzinie?

Konkurencja jest ogromna. Oczywiście wiele znanych firm wprowadza na rynek kremy stosowane zarówno przy radioterapii jak i chemoterapii. Każdy krem to inny skład, podobne oczekiwania producenta, ale też inny odbiór i ocena użytkowników. To właśnie oni są najbardziej surowymi cenzorami i sędziami produktów. Ich opinia jest dla nas najważniejsza. Ona stawia przed nami nowe wymagania. I to że naszym kremom zaufali ich użytkownicy jest wynikiem spełniania oczekiwań i dobrej jakości. Jedna z firm wprowadziła na rynek krem podobny do naszych

obu kremów – mieszając kilka składników z każdego z naszych preparatów. Jednakże działanie nie do końca daje takie efekty na jakie liczone. Krem jest obecny na rynku i jest stosowany przez użytkowników. Takich składników jest kilka. Szkoda, że interes finansowy jest ważniejszy niż pomoc choremu. Smutny to dla mnie sposób działania.

”

W najbliższych miesiącach wprowadzimy na rynek nowy produkt poprawiający jakość życia osobom z chorobą nowotworową

Jak wygląda struktura i organizacja firmy?

Firma Aurea Pharma jest firmą małą, kilka osób wykonuje wiele niezbędnych zadań, pracując zarówno w marketingu, sprzedaży, promocji, opracowaniach naukowych, pokrywając całe spektrum naszego działania. Kremy wytwarzane są dla nas przez zewnętrznego wytwórcę farmaceutycznego w Republice Czeskiej.

W jaki sposób dystrybuują Państwo swoje produkty? Gdzie można je kupić?

Dystrybucja odbywa się głównie poprzez hurtownie farmaceutyczne, apteki ogólnodostępne i szpitalne, a czasami bezpośrednio, na specjalne życzenie klienta. Duże zainteresowanie jest również ze strony gabinetów lekarzy dermatologów, salonów kosmetycznych, gabinetów odnowy biologicznej oraz solariów. Produkty dostępne są głównie w dobrych aptekach ogólnodostępnych oraz online.

W jaki sposób promują Państwo swoje produkty?

Podstawowa promocja to bezpośredni kontakt z lekarzami, pielęgniarzkami, farmaceutami i fizjoterapeutami w szpitalach, przychodniach, aptekach szpitalnych i ogólnodostępnych. Również udział w konferencjach naukowych, zjazdach onkologicznych, dermatologicznych i kosmetycznych przynosi zakładane rezultaty. Wprowadzimy również szkolenia z zakresu pielęgnacji skóry dla pielęgniarek, kosmetyków, grup Amazonki oraz pacjentów oddziałów onkologicznych.

Jak duże zainteresowanie cieszą się te produkty wśród osób po chorobie nowotworowej jak i wśród zdrowych? Czy pacjenci są należycie edukowani przez lekarzy i mają świadomość istnienia takich

kosmetyków? Czy osoby zdrowe chętnie kupują specjalistyczne produkty, kto i dlaczego je wybiera?

Zainteresowanie naszymi produktami osób z chorobą nowotworową jest coraz większe. Tak jak powiedziałem, konkurencja produktowa jest bardzo duża, a pacjent nie zawsze może kupić w aptece to, co zaleci mu lekarz albo pielęgniarka. W dużej mierze chodzi o sposób funkcjonowania aptek i subsydiowanie zaleconych preparatów tymi, które są akurat na stanie apteki. A to nie zawsze jest trafne polecenie. Później pacjent może mieć problemy skórne i to, co miało pomóc czasami szkodzi. Wiem to od pielęgniarek, które są na pierwszej linii kontaktu z pacjentem, szczególnie leczonym w warunkach ambulatoryjnych. Czasami też cena kremu jest za wysoka dla niektórych pacjentów apteki, mimo że ceny naszych kremów nie są absolutnie wygórowane. Użytkownicy, którzy są zadowoleni z ich używania przekazują „drogą pantoflową” informację dalej. Niektóre apteki ogólnodostępne osobom z poparzeniami po opalaniu polecają tylko krem RadioProtect. Wypróbowane na własnej skórze dają najlepszą rękomię działania dla potrzebującej osoby.

Co jest największym wyzwaniem na rynku specjalistycznych kosmetyków?

Oczywiście ogromna konkurencja, wielka liczba różnego rodzaju, ale podobnych produktów. Firmy prześcigają się w powielaniu pomysłów i wprowadzaniu na rynek coraz to nowych preparatów, stosowanych w podobnych wskazaniach. Wielka konkurencja pomiędzy zagranicznymi koncernami i małymi rodzimymi firmami, ogromna walka cenowa i chęć zdobycia klienta, obniżająca niestety jakość i do tego nie zawsze prawdziwy przekaz dla konsumenta. Nie zawsze tani produkt jest zły i nie zawsze bardzo drogi jest dobry. W cenie niektórych kosmetyków zawarta jest także cena promocji i marki firmy. Ale dobry produkt zawsze obroni się sam.



W jakim kierunku będzie się rozwijać Aurea Pharma? Jakie cele stawia Pan przed firmą?

Od roku nasze kremy są już obecne w Bułgarii, Rumunii, aktualnie wprowadzamy je na rynek Ukrainy. Zainteresowanie wykazują też potencjalni odbiorcy z krajów arabskich, Europy Zachodniej oraz Skandynawii. Jesteśmy dobrej myśli, mając na uwadze opinie na temat naszych kremów od obecnych i potencjalnych kontrahentów.

Planujemy też poszerzyć portfolio o produkt do ochrony i wierzymy, że tak, jak w przypadku RadioProtect i ChemoDry B6 znajdzie odbiorców, którzy nam ponownie zaufają. Jest to duża odpowiedzialność, ale i motor napędowy do dalszego działania.

Dziękuję za rozmowę.

Agata Cupriak