



ΣΠΥΡΟΣ ΤΕΡΖΟΠΟΥΛΟΣ
“Οι καταναλωτές
αντιλήφθηκαν
την πραγματική
αξία των
Συμπληρωμάτων
Διατροφής”

«Το τρίπτυχο – ιατρός, ασθενής και φαρμακοποιός από κοινού, λειτούργησε υπέρ της αγοράς των Φυσικών Θεραπευτικών Συμπληρωμάτων και επηρέασε την στάση όλων θετικά», τονίζει ο κ. Σπύρος Τερζόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος Pharmacenter A.E. Ο κ. Τερζόπουλος περιγράφει τις αλλαγές που έχουν επέλθει τα τελευταία χρόνια στη στάση, τόσο των καταναλωτών, όσο και των γιατρών απέναντι στα Συμπληρώματα Διατροφής και τονίζει την πλεονεκτική θέση που κατέχει η Pharma Center, σ' αυτή τη συνεχώς αναπτυσσόμενη αγορά».

Κύριε Τερζόπουλε, ποιες θεωρείτε τις σημαντικότερες αλλαγές που έχουν επέλθει στην αγορά των συμπληρωμάτων τα τελευταία χρόνια;

Οι αλλαγές στην αγορά εξαρτώνται από τις διακυμάνσεις της ζήτησης που δημιουργούν οι καταναλωτές για συγκεκριμένα προϊόντα δηλαδή τις Βιταμίνες, τα Συμπληρώματα Διατροφής και τα φυτικής προέλευσης Συμπληρώματα Υγείας. Στην Ελλάδα αποτελεί καινούρια σχετικά συνήθεια που ξεκίνησε, εδώ και 3 δεκαετίες με «πειραματική» χρήση βιταμινών και φυτικών σκευασμάτων από νεωτεριστές καταναλωτές, άλλοτε σαν υποκατάσταση φαρμακευτικών σκευασμάτων και άλλοτε σαν συμπλήρωση της διατροφής τους. Στη συνέχεια αναπτύχθηκε με πρωτοβουλίες των πρωτοπόρων και “τολμηρών” εισαγωγέων και παραγωγών που ανέπτυξαν σταδιακά την προσφορά φυτικών καινοτόμων, για την εποχή τους προϊόντων, αλλά και των σύγχρονων και ενημερωμένων φαρμακοποιών, που έβλεπαν το φαρμακείο σαν φυσικό χώρο πώλησης των βιταμινών, παράλληλα με τα σκευάσματα της κλασσικής φαρμακολογίας. Η εξέλιξη αυτή συντέλεσε στο να υπάρξουν πολλοί ενδιαφερόμενοι για την χρήση των προϊόντων από μεγάλες κατηγορίες κοινού, δηλαδή ξέφυγε από τον κλειστό κύκλο του περιορισμένου αριθμού ειδικών χρηστών και έγινε αναγκαία σε μεγάλο εύρος καταναλωτών διαφορετικού φύλου, ηλικίας, προέλευσης, πνευματικού και κοινωνικοοικονομικού επιπέδου.



Τι έχει αλλάξει στη στάση των καταναλωτών απέναντι στα συμπληρώματα;

Οι αλλαγές που δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια, άνοιξαν τον δρόμο στους καταναλωτές, που αντιλήφθηκαν την πραγματική αξία και χρησιμότητα των Συμπληρωμάτων Διατροφής στην καθημερινή τους ζωή. Δηλαδή σταμάτησαν να θεωρούνται αποκλειστικότητες των υγιεινιστών και οπαδών εναλλακτικών θεραπειών και έγιναν απαραίτητα για τον καθένα για να προλάβει ή να θεραπεύσει ή να αποφύγει ποικίλα, απλά ή σύνθετα προβλήματα υγείας. Ακόμη καθιερώθηκε σαν συνήθεια να χρησιμοποιούνται παράλληλα με κλασικές φαρμακευτικές θεραπείες καθώς συχνά είναι αναγκαία για την αποφυγή πολλών παρενεργειών.

Και στη στάση των γιατρών;

Οι ιατροί ξεκίνησαν με μεγάλη επιφύλαξη την υποστήριξη της ιδέας της χρήσης αποκλειστικά ή συμπληρωματικά φυσικών θεραπευτικών σκευασμάτων και βιταμινών, σε αντίθεση με τους φαρμακοποιούς, οι οποίοι είχαν εξοικειωθεί με τις φυτικές πρώτες ύλες των σκευασμάτων λόγω των πανεπιστημιακών σπουδών τους στη Βοτανολογία. Στη συνέχεια, προχώρησαν και αυτοί σε συνταγογραφία, πολλές φορές υποχρεωμένοι από τους ασθενείς – πελάτες τους που είχαν ήδη ενημερωθεί για την χρησιμότητα των διατροφικών προϊόντων, αλλά και από τους φαρμακοποιούς, που δημιούργησαν ολόκληρες σειρές ραφιών με αντίστοιχα Συμπληρώματα Διατροφής πολλών εταιρειών, συμπεριλαμβανομένων και των φαρμακευτικών, (που παράλληλα τα συνιστούσαν και μέσω ιατρικής ενημέρωσης). Πιστεύω ότι σήμερα έχουμε ιατρούς 3 κατηγοριών: α) τους φανατικούς υποστηρικτές, που πιστεύουν και συστήνουν ανεπιφύλακτα Συμπληρώματα Διατροφής για προληπτικούς και θεραπευτικούς λόγους, β) αυτούς που προτείνουν μόνο τα λειτουργικά προϊόντα (functional), που έχουν άμεσα αποτελέσματα σε συγκεκριμένα και χρόνια προβλήματα υγείας και γ) τους ουδέτερους, που αφήνουν στην κρίση του ασθενούς την επιλογή ή μη κάποιου Συμπληρώματος Υγείας ανάλογα με την περίπτωση τους. Όμως τελικά, το τρίπτυχο – ιατρός, ασθενής και φαρμακοποιός από κοινού, λειτούργησε υπέρ της αγοράς των Φυσικών Θεραπευτικών Συμπληρωμάτων και επηρέασε την στάση όλων θετικά.

Ποιες επιπλέον αλλαγές ή ανακατατάξεις έφερε γενικά στην εν λόγω αγορά η οικονομική κρίση και ποιες, ειδικά, στις επιλογές – τάσεις των καταναλωτών;

Ευτυχώς που η οικονομική κρίση ήρθε στη φάση της ωριμότητας της αγοράς Συμπληρωμάτων Διατροφής και την βρήκε σε πλήρη ανάπτυξη, με πολλαπλές κατηγορίες προϊόντων, που είχαν ξεφύγει από την ομάδα των αναγκών «πολυτέλειας» και είχαν ήδη μπει στην συνείδηση του κοινού σαν προϊόντα απαραίτητα και άμεσης αποτελεσματικότητας. Παράλληλα όλοι οι ενδιαφερόμενοι συνέβαλαν στην αναπροσαρμογή της τιμολογιακής πολιτικής, την μείωση των τελικών τιμών κατανάλωσης, την παροχή ειδικών προσφορών και δώρων με κάθε αγορά με την συνδρομή των εισαγωγικών και παραγωγικών εταιρειών του κλάδου. Έτσι, βρέθηκαν οι φαρμακοποιοί στην ευχάριστη θέση να μπορούν να προσφέρουν στους πελάτες τους τα προϊόντα μας σε προσιτές τιμές, ώστε να μπορούν να συνεχίσουν τη χρήση τους οι μεσαίες και χαμηλές εισοδηματικές κατηγορίες, οι οποίες και ανταποκρίθηκαν παραμένοντας σταθεροί στις επιλογές τους.

ΤΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΣΤΑΜΑΤΗΣΑΝ ΝΑ ΘΕΩΡΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΥΠΕΙΝΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΟΠΑΔΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΘΕΡΑΠΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΝΑΝ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΑΘΕΝΑ



Αποτέλεσμα της πολιτικής αυτής ήταν η διατήρηση της κατανάλωσης σε σχετικά καλά επίπεδα, με δυνατότητα διαφήμισης και ενημέρωσης, απαραίτητης για τέτοιου είδους σκευάσματα, ώστε ο κλάδος των Συμπληρωμάτων Διατροφής να θεωρείται από τις αγορές που επλήγησαν λιγότερο στην διάρκεια της κρίσης.

Προέκυψαν νέες ανάγκες που κληθήκατε να καλύψετε;

Κανείς δεν είχε φανταστεί στο παρελθόν ότι ένα μπουκάλι με ταμπλέτες θα αποτελούσε το άγιγμα της ομορφιάς, δίπλα στις διεθνείς εταιρίες καλλυντικών, και θα έπειθε τις γυναίκες (αλλά και τους άνδρες) ότι η χρήση τους θα επέφερε βελτίωση στην εμφάνιση, στην επιδερμίδα, στο βάρος, στην κυτταρίτιδα, στα μαλλιά κ.λπ.. Όμως η αλλαγή του τρόπου ζωής των Ελλήνων τις τελευταίες δεκαετίες δημιούργησε και εδώ τις νέες καταναλωτικές τάσεις για την διόρθωση των «ατελειών» της φύσης, αλλά και των υπερβολών της διατροφής, των προβλημάτων ενηλικίωσης και ανάγκης επίδειξης δραστηριότητας και από τα δυο φύλα. Επιπλέον, η συνεχής επιστημονική έρευνα, δίνει δείγματα νέων εφαρμογών των φυσικών πρώτων υλών, που σε συνεργιστικές φόρμουλες δημιουργούν νέα προϊόντα με ευρέως φάσματος δράσεις για συγκεκριμένα προβλήματα.

Παλαιότερα, συμπληρώματα διατροφής σήμαιναν απλά βιταμίνες. Σήμερα, μιλάμε για θεραπεία ή επικουρική θεραπεία χρόνιων και άλλων νοσημάτων. Αύριο τι θα συμβεί;

Στην αρχή τα αποκαλούσαμε «βιταμίνες», μετά επικράτησαν σαν «Συμπληρώματα Διατροφής» και στην πορεία, όταν αποδείχθηκαν πλέον οι θεραπευτικές και προστατευτικές τους ιδιότητες ονομάστηκαν «Συμπληρώματα Υγείας» και σήμερα ομιλούμε για Συνθέσεις (formulas), δηλαδή προϊόντα με συνδυασμούς φυσικών συστατικών, βιταμινών, βοτάνων και διατροφικών στοιχείων, σε συνεργιστική δράση μεταξύ τους, που επιφέρουν μεγαλύτερα αποτελέσματα από αυτά του κάθε ενός μεμονωμένου συστατικού, και έρχονται να αντιμετωπίσουν με απόλυτα φυσικό και ασφαλή τρόπο, συγκεκριμένα συνήθη, χρόνια και έκτακτα προβλήματα υγείας. Είναι προφανές ότι η προηγούμενη αναφορά, δίδει και το στίγμα αυτών που θα ακολουθήσουν στο μέλλον, δηλαδή την εξατομίκευση των συνθέσεων για κάθε μια περίπτωση καταναλωτή χωριστά, ανάλογα με το πρόβλημα και την φυσική του κατάσταση.

Πώς βλέπετε να εξελίξετε η αγορά των συμπληρωμάτων στο άμεσο μέλλον και ποιος θα είναι ο ρόλος των φαρμακείων έναντι των άλλων δικτύων;

Βάσει της Ευρωπαϊκής Στατιστικής, η Διείσδυση (Penetration) της χρήσης των Συμπληρωμάτων Διατροφής, στην Ελλάδα βρίσκεται ακόμη στο 1/3 του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Αυτό σημαίνει ότι η συνεχής επικοινωνιακή πολιτική (communication) των εταιρειών εισαγωγής και παραγωγής ανεβάζει χρόνο με τον χρόνο τον Δείκτη Διείσδυ-

σης, επεξηγώντας σε νέους καταναλωτές τα πλεονεκτήματα προϊόντων που δεν γνώριζαν μέχρι σήμερα, δημιουργώντας νέους, φανατικούς χρήστες λόγω του αποτελέσματος. Έτσι θα οδηγηθούμε στη περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου ιδιαίτερο δε λόγο θα παίξει η ενασχόληση μεγάλου αριθμού (περίπου 10.000) φαρμακείων, στα οποία υπάρχει εύκολη πρόσβαση όλων σε κάθε περιοχή της Ελλάδας.

Όσον αφορά τα άλλα δίκτυα, η σημερινή παρουσία και σημασία που δίνουν βρίσκεται σε νηπιακή φάση, καθόσον δεν διαθέτουν την εμπειρία, την εκπαίδευση, τους χώρους προβολής αλλά και προώθησης των ειδικών αυτών προϊόντων. Με τα δεδομένα αυτά ο φαρμακοποιός θα είναι πάντα απόλυτα κυρίαρχος της αγοράς, καθόσον του ανήκει εξ' ορισμού (Συμπληρώματα Υγείας) ο τίτλος του συμβούλου πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας (Health Consultant), που ξεκινά πάντοτε από την πρόληψη και προστασία πριν από την «αναγκαστική» θεραπεία που ακολουθεί.

Η εταιρεία μας θεωρεί τα φαρμακεία σαν μοναδικό σημείο πώλησης (unique retail unit) γιατί είναι αναντικατάστατα στη συνείδηση του κοινού, διατηρούν το στίγμα της «πρώτης ανάγκης» και είναι απαραίτητα σε όλους. Είναι σίγουρο ότι όλες οι αλλαγές που γίνονται στην νομοθεσία, δεν αποτελούν ανάγκη για την Ελλάδα, αλλά γραφειοκρατικές υποχρεώσεις, παρόλα αυτά, οι ίδιοι οι φαρμακοποιοί θα προασπίσουν το ρόλο τους και θα βγουν νικητές.

Ποια είναι τα επόμενα σχέδια της εταιρείας σας;

Η Pharma Center έχοντας άμεση πρόσβαση στην Health Aid – Αγγλίας, βρίσκεται στην πλεονεκτική θέση να επιλεγεί τα σχέδια της από τις πολλαπλές και διαφορετικές εφαρ-

μογές του Διεθνούς Marketing της μητρικής εταιρείας για την δημιουργία νέων προϊόντων που ακολουθούν τα διεθνή trends (τάσεις) στην Ευρώπη και Αμερική και προβλέπουν από νωρίς αυτό που θα χρειαστούμε στο μέλλον.

Διαθέτει την απαραίτητη εμπειρία της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας βιταμινών και Συμπληρωμάτων Υγείας, για την εισαγωγή, αποθήκευση και διατήρηση στις ελληνικές κλιματολογικές συνθήκες και την ασφαλή διάθεση στους καταναλωτές.

Έχει μοναδική παρουσία σε όλες τις κατηγορίες των Συμπληρωμάτων Διατροφής, πολυβιταμίνες – μέταλλα – προϊόντα για καρδιαγγειακά, κυκλοφορικό, αρθρώσεις και οστά, ηρεμιστικά, ανοσοποιητικά, τονωτικά ενέργειας, αδυνατιστικά, ομορφιά, αντιοξειδωτικά για άνδρες, γυναίκες, παιδιά και ηλικιωμένους.

Απασχολεί έμπειρους επιστήμονες και ειδικούς συνεργάτες φαρμακοποιούς, διαιτολόγους και γιατρούς, μαζί με ειδικευμένο προσωπικό από τον χώρο του marketing και πωλήσεων φαρμακείου. Η επιτυχία της Health Aid και το μοναδικό USP-παγκόσμια, είναι η παραγωγή formulas, δηλαδή βιταμινικών διατροφικών σκευασμάτων πολλών συστατικών υψηλής ποιότητας με συνδυαστική (synergistic effects) και αποτελεσματική δράση, δηλαδή διαφορετικές συνθέσεις που καλύπτουν μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών και προβλημάτων υγείας, χρησιμοποιώντας ένα μοναδικό προϊόν.