

01.10.2025

Ирина Никулина: «Boiron уже 90 лет создаёт для себя “голубой океан”»

В начале 30-х годов прошлого столетия фармацевты Жан и Анри Буарон решили создать качественные лекарственные препараты, способные удовлетворить спрос врачей и помочь их пациентам. Для достижения этой цели они основали во Франции производство гомеопатических препаратов. За почти 100-летнюю историю компания Boiron стала мировым лидером среди производителей гомеопатических препаратов. Компания присутствует в 50 странах, а штат сотрудников насчитывает почти 3000 человек. Благодаря продукции Boiron, более 300 миллионов человек по всему миру принимают гомеопатические лекарства! О том, как развивается Boiron в России, планах компании и изменениях в подходах к здоровью у россиян, рассказала Ирина Никулина, генеральный директор Boiron в России.

— Ирина, расскажите, пожалуйста, с какими вызовами пришлось столкнуться компании в последнее время, и как удаётся с ними справляться?

— С одной стороны, большая часть вызовов последних лет не уникальна для нашей компании — с ними встретился весь бизнес: логистика, финансовые операции, кадровые сложности, публичность и позиционирование. С другой стороны, если вы работаете в здравоохранении, то любое ваше решение будет очень чувствительным не только для вашего коллектива и партнёров, но и для сотен тысяч пациентов. Лекарство — не тот «продукт», который может исчезнуть

незаметно.

Мы старались не делать шагов, от которых могли бы пострадать люди: не повышать цены, не отказываться от усложнившихся поставок или импорта редких препаратов, от социальных обязательств. И максимально заботиться о людях в периметре нашего влияния: усилили партнёрские образовательные программы, программы поддержки сотрудников и их семей. Давали только те инструменты, которые привлекательны здесь и сейчас и бесспорно выгодны для людей: гибридный формат работы и упрощённые бизнес-процессы, регулярные встречи с помогающими специалистами (психологами и конфликтологами, нутрициологами и ароматерапевтами, спортивными тренерами, экологистами и т.д.). Мы убедились, что ценность этих опций для людей так же важна, как сумма в трудовом договоре.

По итогам 2024 года, текучесть кадров у нас составила всего 3,1%, а оценка компании сотрудниками, согласно индексу HappyJob, последние два года **(**2023 и 2024) близка к абсолютному максимуму: 98% сотрудников показали высокую вовлечённость, и столько же **—** удовлетворённость. Таким образом, компания Boiron вошла в 20% российских компаний, и 5% фармацевтических, лидирующих по данному индексу. И, как следствие, наши бизнес-показатели оказались на высоте. Особенно приятно, когда на конференциях ко мне подходят представители других компаний, чтобы похвалить нашу команду или узнать о наших вакансиях.



— Несмотря на общемировые споры вокруг гомеопатии, Boiron сохраняет устойчивые позиции на российском рынке. В чём Вы видите основную ценность ваших продуктов для современного потребителя, который становится всё более осознанным и сдержанным, и как выстраиваете с ним диалог?

— Потребители, как и подходы к здоровью, очень разные. А гомеопатические лекарства выделяются на фоне

большинства массовых товаров и услуг, которые сегодня наполняют мир конвейерного потребления. Мир, где легко переложить ответственность за самочувствие на первого попавшегося специалиста в аптеке или поликлинике, трекер в телефоне или быстродействующую таблетку. Инфраструктура больших городов помогает нам избегать нагрузок: я каждый день вижу молодых людей, которые уже не готовы пройти 300 метров от метро до работы — едут на самокате; не заходят за едой в магазин — ждут доставку. Эту же идею удобства многие переносят и на лечение, думая, что плачевный результат многолетних нездоровых привычек можно исправить за две-три недели и с минимальной собственной вовлечённостью: достаточно подобрать нужный протокол, таблетку или хирурга. Если не сработает — поменять что-то из перечисленного или всё вместе.

Мы стараемся этим мифам противостоять, возвращать фокус внимания пациентов на их ощущения и привычки. Этого требует само гомеопатическое лекарство: если человек не может описать, при каких условиях и как меняется его состояние, не помнит, какие препараты он принимает или принимал, не готов изменить образ жизни, предложить персонализированное решение крайне трудно! Также стремимся образовывать людей, бороться с устаревшими привычками, «автоматизмами»; многие даже не могут объяснить, как сложился тот или иной их выбор. Например, многие мамы используют гели с лидокаином при прорезывании зубов у своего ребенка, так как не осознают влияния этой манипуляции на микробиом ребенка, на дальнейшее развитие организма. А взрослые часто закапывают сосудосуживающие капли в нос просто потому, что хотят побыстрее избавиться от дискомфорта, не понимая, что уничтожают местный иммунитет, и компрометируя носовое дыхание на всю оставшуюся жизнь. А с такой проблемой, между прочим, живут по разным данным сегодня 5–9% людей. У нас есть более экологичные и щадящие решения и для этих, и для множества других ситуаций — например, «Дантинорм Бэби», «Коризалия» и ещё 195 наименований.

— Рекомендация врача остаётся ключевым фактором выбора лекарства. Сталкиваетесь ли вы с поколенческим разрывом во взглядах на гомеопатию среди врачей?

— Диапазон взглядов у врачей, действительно, велик, правда, зависит он не только от поколения. Поэтому не стоит поддаваться слишком поверхностной статистике. Имеет значение специализация (хирург, например, может вообще не назначать лекарств), опыта работы и профессиональной зрелости, особенностей медицинского учреждения.

Звучит как парадокс, но, по данным ВЦИОМ, наиболее лояльными к гомеопатии являются отнюдь не новички или бывшие «троечники», а практикующие врачи со стажем 5-10 лет и более. Это доктора, накопившие опыт нерешённых клинических случаев или решений, которыми они остались недовольны. Им не понравились побочные эффекты от

назначенного лечения или то, что пациент всё время возвращается с повторяющейся жалобой, а предложить уже нечего. Например, у детей можно использовать буквально 10% от существующего лекарственного ассортимента, и заканчивается он очень быстро! Этот тупик возвращает доктора к поиску новых знаний, выходящих за пределы университетской программы и подсказок в стандартных протоколах. И, чаще всего, это педиатры, терапевты, оториноларингологи, неврологи. Нередко с учёными степенями и многочисленными дипломами повышения квалификации. Поэтому могу вас заверить: если врач или фармацевт рекомендует гомеопатическое лекарство, это не от незнания. Напротив, это признак широких взглядов и наличие дипломов о повышении квалификации, а также попытка позаботиться о вас максимально бережно.

— Компания Boiron: первоначально это частная семейная компания с уникальной философией, что выделяет её на фоне крупных фармацевтических холдингов. Какие преимущества и, возможно, сложности даёт такой статус для ведения бизнеса в России? И как ваша независимость влияет на долгосрочные стратегические решения?

— Boiron уже 90 лет создаёт для себя «голубой океан», сначала во Франции, потом — поочерёдно в каждом новом филиале. А их сегодня 21. Оставаться успешным на таком пути — задача со звёздочкой: владельцы не просто выстраивают эффективный бизнес, но и остаются верны своей философии, отвечая за неё буквально своей фамилией. Такая компания никогда не «жонглирует» своими обязательствами или продуктами в угоду рынку: в нашем портфеле есть бренды, которые производятся практически штучно, потому что есть доктора-гомеопаты, которым они важны. А их связь с компанией может быть практически личной, и даже в несколько поколений. У нас бывали случаи, когда из-за неурожая арники монтаны во Франции мы сворачивали производство препарата — а это годовой запас нескольких стран присутствия! Мы не покупаем арнику на стороне, так как не готовы рисковать из-за качества нового сырья. Мы не нарушаем это правило, даже если терпим убытки. Признаюсь, что маркетологам и даже директорам это может стоить многих бессонных ночей. Более того, не все сотрудники, приходящие из крупных холдингов к нам, могут «сменить настройки» и прижиться в компании. Но плюс и в том, что многие наши люди, ушедшие однажды, потом возвращаются. Думаю, всё потому, что в Boiron они получают не просто трудовой опыт и зарплату, а возможность быть частью общего дела. Мы не просто производим лекарства, мы создаём решения, улучшающие среду вокруг. С 2021 года мы поддерживаем проект «Экофармацевтика», помогающий утилизировать просроченные лекарства. В 2024 году начали поддержку уникального проекта «Доступная йога», который позволяет заниматься йогой людям с ДЦП 1 и 2 степени. Наши бизнес-результаты показывают, что такой подход помогает нам справляться с этой задачей.

— Запрос на превентивную медицину и комплексный подход к здоровью растёт. Какие возможности это открывает для Boiron на российском рынке? Какие тренды в самоорганизации и wellness Вы считаете наиболее перспективными для своего продукта в ближайшие 3-5 лет?

— Этот тренд нас по-настоящему вдохновляет, так как очень хорошо совпадает с нашими ценностями: бережно относиться к своему здоровью и телу, не лечить человека «по частям» и не ждать болезни, чтобы начать заботиться о себе. Хочется, чтобы этот тренд стал массовым, но нам есть, к чему стремиться. У нас только 30-40% россиян придерживаются здорового образа жизни (не декларативно, а на деле), а большинство из нас завышает самооценку здоровья, принимая за норму то, что ей не является. Думаю, что будет ещё больше продуктов, обслуживающих запрос на персонализацию и трекинг состояния: диагностические системы, системы отслеживания физических параметров, телемедицинские сервисы и решения с использованием ИИ.

— Тренды на цифровизацию здоровья и удалённые консультации меняют фармрынок. Как Boiron адаптирует свои коммуникации и продукты под эти изменения? Планируете ли вы развивать digital-инструменты для обучения врачей или прямого контакта с потребителями?

— Мы, конечно, этот тренд тоже изучаем, внедряем. Например, у нас уже вышло приложение «Дневник сна», а сейчас мы прорабатываем приложение «Дневник боли», где люди могли бы вести мониторинг своего состояния и получать полезные советы о том, как с помощью питания снизить воспаление, с помощью закаливания, правильной физической нагрузки улучшить качество своего здоровья. При этом приложение помогает подобрать и «офлайн» активности: участие в тренировках или мастер-классах, визит к специалисту. Именно в таком холистическом подходе заключается наша экспертиза, когда при болях мы не просто пьём таблетку, а стараемся персонализировать протоколы лечения и корректировать образ жизни.

Кроме того, с помощью искусственного интеллекта мы планируем снимать рутинную нагрузку с сотрудников. У нас уже есть цифровые аватары сотрудников, которые приглашают на конференции, передают сообщения о скидках в аптеках. Для человека такая монотонная работа способствует выгоранию, а робот просто транслирует информацию. При этом мы поощряем креативность сотрудников, нестандартные идеи, и хотим, чтобы у них на это оставалось больше времени.