

INTERVISTA ALL'AZIENDA

Per la fitoterapia in farmacia, un partner che mantiene ciò che promette

Con una gamma completa e in continua evoluzione di prodotti innovativi, sviluppati e realizzati con qualità farmaceutica, Arkopharma si rivolge esclusivamente alle farmacie, come partner professionale per la fitoterapia

di Giovanni Bernuzzi



La sede e alcuni dei prodotti di Arkopharma

marketing e comunicazione. Le Arkocapsule dal 2006 sono esclusivamente vegetali e inoltre ne è stata elevata la concentrazione (con circa il 30% in più di principi attivi in ogni capsula) abbassandone quindi la posologia, portata a 1-2 capsule due volte al giorno. Con il prodotto è stato rinnovato anche il materiale di supporto, in particolare con una nuova confezione, dalle informazioni chiare ed esplicite, con espositori di diversi colori, che cambiano secondo il mutare delle esigenze fisiologiche di ogni stagione, con un kit di strisce tematiche e un lineare studiato per ottimizzare la rotazione dei prodotti. Per quanto riguarda 4.3.2.1. Slim, ne è stata

cambiata la formula, rinnovato il packaging e diversificata la gamma, che si compone ora di due bevibili, per donna e per uomo, e di capsule giorno e

notte. Alla formula base sono state aggiunte sostanze particolarmente atte a favorire il drenaggio, mentre il nuovo prodotto per uomo si distingue, oltre che per un gusto più maschile, per una più spiccata funzionalità nel senso del fitness, con la presenza di sostanze mirate ad aumentare la tonicità muscolare e la riduzione della massa grassa. Le pratiche capsule 4.3.2.1. Slim Chrono possono essere usate sia da sole sia abbinata al bevibile, secondo diversi programmi esposti in un leaflet esplicativo. La confezione comprende un trattamento completo, con 15 capsule giorno, a effetto più immediato, intenso ed energetico, e 15 capsule notte, che grazie alla tecnologia Rtc rallentano il rilascio del principio attivo, prolungandone l'azione durante tutta la notte».

Quali sono invece le novità assolute?

«La grande novità, presentata nell'autunno 2005 in Francia e nella primavera 2006 negli altri Paesi, è Optimal Nutrition, una

linea di 24 integratori alimentari di concezione assolutamente moderna, rivolta a un mercato dalle grandi potenzialità, dove si registra un tasso di crescita annuo del 31%. Grazie all'associazione di principi attivi complementari per un effetto sinergico, in formulazioni innovative e testate, i 24 prodotti danno risposte efficaci e mirati alle diverse problematiche ed esigenze di salute e di benessere dei consumatori. Ogni confezione contiene 90 capsule, equivalenti a un trattamento completo (3 al giorno per un mese) e anche la grafica, così come l'espositore e tutto il materiale di comunicazione, è moderna, chiara e attrattiva, con diversi colori per identificare il segmento e un'informazione completa, affidabile e comprensibile per il consumatore. Abbiamo inoltre creato un sito internet dedicato, www.optimalnutrition.it, nel quale farmacisti e consumatori possono trovare tutte le informazioni su questo prodotto. Con Optimal Nutrition entriamo in un nuovo segmento di

mercato, con l'obiettivo di mettere a disposizione del farmacista e del consumatore una gamma sempre più completa. Attualmente il nostro listino comprende circa 200 referenze: oltre ai fitoterapici, come Arkocapsule e Arkofiale, o ancora Phyto Soya o la linea per abbronzatura Phyto Bronz, comprende gli integratori nutrizionali, la linea snellente, quella di pappa reale e propoli, e dispositivi medici, come l'innovativo AlerBlock, un metodo efficace e naturale per prevenire le allergie. Si tratta di un polverizzatore che, con una sola applicazione al giorno, forma una barriera naturale a contatto con la mucosa nasale e limita la penetrazione nell'organismo, di cui rispetta pienamente la fisiologia, dei principali responsabili delle allergie respiratorie».

Per la distribuzione continua- rete a rivolgerci esclusivamente al canale farmacia?

«Certamente. È una scelta strategica, legata agli elevati contenuti tecnici e qualitativi dei nostri prodotti. In Francia l'80% delle referenze Arkopharma sono considerate medicinali dal ministero della Salute e vengono prescritte dai medici. Prodotti e processi sono sottoposti a rigorosi controlli e analisi in tutte le fasi, dalla materia prima al prodotto finito, con l'utilizzo delle più avanzate tecnologie, in grado di realizzare oltre 15.000 analisi specifiche, secondo una filosofia produttiva che persegue il «difetto zero» e prevede la tracciabilità di tutti i lotti e i componenti. Riteniamo che solo il farmacista abbia la preparazione per trasmettere adeguatamente i reali contenuti dei prodotti Arkopharma e valorizzarli con il suo consiglio professionale. Da parte nostra diamo il massimo supporto alla sua professionalità con corsi di formazione, schede tecniche e informative, la rivista Fitonews e il sito internet. Stru-

menti specifici vengono inoltre preparati per la comunicazione rivolta ai consumatori, per i quali è disponibile anche un numero verde. Il sell-out in farmacia è sostenuto con materiale promozionale per il punto vendita e con forti investimenti pubblicitari sui mass media, non solo specializzati: per esempio in primavera abbiamo pianificato una campagna di affissioni 6x3 nelle grandi città, iniziando da Milano. A ulteriore supporto dell'attività in farmacia abbiamo inoltre 14 consulenti di fitoterapia, con una responsabile, mentre in collaborazione con una società specializzata andiamo in informazione medico scientifica. Intendiamo restare a fianco del farmacista e non siamo interessati né alla Gdo né ad altri canali potenzialmente concorrenti. Per dar loro un servizio sempre più efficace e capillare abbiamo ulteriormente potenziato la rete vendita, costituita da 40 agenti, per la maggior parte monomandatari, con 3 capi area».

Fondata in Francia nel 1980 dal dottor Max Rombi, che ne è tuttora presidente, Arkopharma apre nel 1987 le prime filiali all'estero, tra cui quella italiana, ed è oggi presente in 65 paesi con un fatturato complessivo di 250 milioni di euro e circa 1.600 collaboratori. Nella filiale italiana di Ventimiglia, Arkofarm s.r.l., lavorano attualmente 35 persone e nel 2004 ne è stata inaugurata la nuova sede, con stabilimento di produzione, su un'area di 12.000 mq. Sui programmi e gli obiettivi dell'azienda francese per il mercato italiano *Farmacia News* ha intervistato Alain Beaune, direttore generale di Arkopharma Italia.

Quali sono gli obiettivi di Arkopharma per quanto riguarda il mercato italiano?

«Assumendo nel 2002 la responsabilità del mercato italiano, posi per Arkopharma l'obiettivo di una crescita del 200% in tre anni. Era un traguardo ambizioso, ma realistico, date le grandi potenzialità di sviluppo di questo mercato. Oggi possiamo dire di averlo raggiunto e di essere avviati a superarlo, grazie all'impegno e ai forti investimenti dell'azienda a tutti i livelli: ricerca, sviluppo e lancio di nuovi prodotti, rafforzamento della rete di vendita, nuovi impianti di produzione, potenziamento del marketing e della comunicazione per sensibilizzare operatori e pubblico sull'evoluzione dei prodotti. La fitoterapia è il nostro mondo: siamo leader in Europa, grazie alla forza di un know-how riconosciuto e alla garanzia di una qualità esclusiva, ma la nostra Ricerca e Sviluppo è costantemente impegnata nello studio di nuovi prodotti e nel continuo miglioramento e perfezionamento di quelli esistenti. Anche i prodotti di maggior successo come le Arkocapsule, che ci hanno imposto e fatto crescere sul mercato, o 4.3.2.1. Slim, il trattamento snellente presentato nel 2004 e divenuto leader tra i bevibili, sia in Italia sia in Europa, sono stati rivisti e rinnovati in maniera significativa».

Quali sono le innovazioni apportate a questi due prodotti?

«Le innovazioni riguardano tutti gli aspetti del prodotto: da quelli tecnici e funzionali a quelli di

«Da sempre la Natura e i suoi innumerevoli misteri mi hanno incessantemente affascinato, sino a risvegliare in me una vera e propria passione. Una passione che mi ha condotto a dedicare una parte della mia vita alla fitoterapia, consacrandola alla ricerca, alla comprensione e alla profonda conoscenza delle straordinarie virtù terapeutiche custodite nelle piante...» In queste parole di Max Rombi, presidente e fondatore di Arkopharma, è racchiusa la filosofia che ha determinato il successo dell'azienda francese: condividere le sue scoperte in materia di piante medicinali con il maggior numero di persone, offrendo loro qualità e sicurezza con l'aiuto delle tecnologie più moderne e delle più qualificate figure professionali. Quotata dal 1996 alla Borsa di Parigi, Arkopharma si è imposta sul mercato con la linea Arkocapsule (le prime capsule proposte in fitoterapia, per le quali è stata sviluppata la tecnologia originale della criofrattumazione, che polverizzando la parte attiva delle piante sotto azoto liquido a



–196° ne conserva e restituisce tutti i principi attivi) ed è oggi leader in Europa nel mercato dei prodotti Otc e dietetici in farmacia. Nel 1987 sono state aperte le prime filiali all'estero, tra cui quella italiana, Arkofarm Srl con sede a Ventimiglia, dove nel 2004 è stato inaugurato un nuovo stabilimento di produzione di 12.000 mq. Tutti i prodotti Arkopharma sono venduti esclusivamente in farmacia, per dare il giusto valore all'affidabilità del marchio e alla qualità dei prodotti, studiata e comprovata scientificamente.

Arkofarm Srl

Via Maneira 17/C rosso - Frazione Bevera
18039 Ventimiglia (IM)
Tel. 0184 2117200 - Fax 0184 2117400
www.arkopharma-italia.com