

LO SVILUPPO DEL NATURALE


una strada da percorrere

di Alessandro Fornaro, giornalista

Castelnuovo sul Garda è un comune di 12mila abitanti che dista mezz'ora scarsa di macchina da Verona. Ma piuttosto che alla splendida città scaligera, Castelnuovo si trova alla periferia del lago di Garda. Si estende infatti nel primo entroterra del basso lago, le cui sponde vede solo per una piccola porzione del proprio territorio. Stranezze del destino, quel piccolo lembo di costa schiacciato tra i più rinomati comuni di Peschiera e Lazise ospita la più imponente struttura per i divertimenti del nostro Paese: Gardaland. Ma anche rispetto al parco giochi, Castelnuovo sembra essere ai margini. Il turismo sfiora questo comune: non è assente, ma è di passaggio.

Lontane, ma non del tutto, dal turismo di massa e dai molti cittadini tedeschi e olandesi che popolano il lago ormai in quasi tutti i mesi dell'anno, le tre farmacie del paese si trovano in tre differenti frazioni di Castelnuovo. Nel 2009 Davide Beltrame, farmacista con alle spalle un curriculum di tutto rispetto, si presenta alla dottoressa Elisabetta Corna, titolare della farmacia che prende il nome dalla frazione di Cavalcaselle. Beltrame cerca un posto di lavoro, ed Elisabetta Corna cerca un valido collaboratore. L'accordo è presto fatto, ma ad una condizione.

Davide, infatti, ha studiato molto negli anni passati e non vuole rischiare di gettare al vento tanta esperienza accumulata. Anzi, vuole di più: continuare a formarsi e mettere in pratica, sul campo, quanto imparato nelle aule e sui libri. E' sulla base di questa consapevolezza che Davide chiede la possibilità di sviluppare il settore della medicina naturale, fulcro dei propri studi e ambito che ritiene fondamentale per un consiglio completo.



**La Farmacia Cavalcaselle (VR)
ha saputo dare
un impulso al settore
della medicina naturale.
In questa intervista
i segreti del suo successo**

A quattro anni di distanza da quel primo incontro di lavoro tra Davide ed Elisabetta, la farmacia Cavalcaselle è un riferimento importante non solo per i cittadini di Castelnuovo e delle realtà limitrofe; ma anche per tanti *turisti per caso* che, di passaggio, hanno ricevuto un consiglio che ancora ricordano.

"Ho crduto in questa opportunità - si confida Elisabetta - anche nei momenti più complicati. Le difficoltà non sono mancate, ma oggi posso dire di essere soddisfatta della mia scelta".

Nel frattempo, Davide ha continuato a frequentare corsi di omeopatia e medicina naturale ed è entrato in contatto con le aziende del settore. In particolare con la ditta Boiron: "Chi, come me, ha avuto la possibilità di vedere lo stabilimento di Bologna - ora chiuso - o quello di Lione in Francia, sa cosa è il processo produttivo Boiron". Avere fiducia nella qualità dei prodotti e nell'assoluto rispetto delle procedure è un punto fondamentale per chi crede in questo settore.

A volte, sono i dettagli che colpiscono: "Pensa - mi confida Davide - che nello stabilimento di Bologna c'erano sotto le porte degli scalini antisismici: in caso di terremoto, avrebbero evitato che le materie prime presenti in un locale, rovesciandosi, potessero passare sotto le porte e inquinare i locali limitrofi. Se non è serietà questa...".

Nella quotidianità lavorativa, la fiducia per i prodotti Boiron si rispecchia in un assortimento vasto di referenze per il consiglio fitoterapico; in un paio di cassette per granuli omeopatici; e in un discreto assortimento di specialità, tra le quali spicca lo Stodal sciroppo, motivo della mia visita e di questa intervista.



Ma la vicinanza all'azienda si concretizza anche in uno scambio di informazioni di carattere scientifico e tecnico.

Silvia Spinello ricopre in Boiron un ruolo che non tutte le aziende prevedono: è referente per la formazione ed è in contatto con le farmacie e i farmacisti che, nell'area del triveneto, seguono il settore. Silvia è presente durante l'intervista. Nonostante i miei quindici anni passati dietro ad un banco della farmacia, stento a seguire i loro discorsi quando entrano nel tecnico. Allo stesso modo, annaspò quando Davide mi spiega il perché di un determinato consiglio. Comprendo, invece, l'essenza vera della specializzazione in un determinato settore: la formazione. Sono quindi costretto a interrompere spesso Davide quando si addentra nei tecnicismi e mi accorgo che, questa volta, sono io a dovere riportare il discorso sul commerciale.

Ma facciamo un passo indietro. A fine anno ricevo la telefonata dell'ufficio stampa Boiron che mi segnala la presenza in provincia di Verona di una farmacia di piccole-medie dimensioni specializzata in medicina naturale. Qualora, semmai, nella attività editoriale di Utifar, oppure nell'ottica di Farmadays (manifestazione orientata allo sviluppo della farmacia), avessimo occasione di parlarne...

Di quella telefonata mi rimane in mente solo un dato: la farmacia vende più di 800 confezioni di Stodal in un anno. Devo intervistarlo, mi dico. Devo comprendere come fa. Devo trasferire questo messaggio, questa tecnica di vendita, que-

...la farmacia vende più di 800 confezioni di Stodal in un anno...

sto approccio orientato alla specializzazione e allo sviluppo dei settori ai lettori di *Nuovo Collegamento*.

Chiedo quindi la possibilità di recarmi di persona a Cavalcaselle, inconsapevole dell'imbarazzo al quale mi sarei trovato di fronte: la presa di coscienza della mia profonda ignoranza tecnica in questo settore. Sì, è vero, sono consapevole che l'arnica va bene per i traumi e saprei anche quale specialità consigliare in caso di influenza. Ma mi accorgo che il naturale è altro. E mi accorgo di una cosa che già sapevo ma non mi era ancora così chiara: senza una seria preparazione professionale, lo sviluppo della farmacia è impossibile. Non potendo quindi seguire Davide Beltrame sul terreno tecnico ed entrando solo marginalmente nel merito dei



Lo staff della farmacia da sinistra: Davide Beltrame, Elisabetta Corna e Giuliano Remelli

NUOVO



VICKS FLU TRIPLA AZIONE. AIUTA A **RIDURRE 6 SINTOMI** DEL RAFFREDDORE E DELL'INFLUENZA, **SENZA DARTI SONNOLENZA.**

Contiene paracetamolo, fenilefrina e guaifenesina **per alleviare i 6 sintomi:**



- ✓ Mal di testa
- ✓ Dolori muscolari
- ✓ Febbre
- ✓ Mal di gola
- ✓ Congestione nasale
- ✓ Tosse grassa

Non provoca sonnolenza. Una gran parte dei consumatori ritiene che sia importante che i farmaci per tosse e sintomi del raffreddore non provochino sonnolenza durante la giornata

Una bevanda calda che dà sollievo. La maggior parte dei consumatori trova conforto in una bevanda calda quando ha i sintomi del raffreddore





consigli che mi porta ad esempio della sua attività, mi focalizzo sul metodo. Lo osservo e lo lascio parlare. Mi pongo dalla parte del cliente e comprendo come mai Davide abbia preferito concedermi l'intervista non seduti di fronte ad un caffè nel retro della farmacia, ma al banco, a farmacia chiusa. Comprendo molte cose. Anzitutto, che Davide ha bisogno di spazio e di tempo per dare un consiglio.

Il tempo serve per ascoltare il cliente. Davide lo lascia parlare e poi gli fa una domanda chiara, a bruciapelo: "Preferisce il naturale o il chimico?". E qui si apre un mondo di risposte, detta-

te perlopiù dalle esperienze passate del singolo che potrebbe avere "già provato il naturale ma con scarsi risultati"; oppure "non credere nell'omeopatia"; o ancora "avere già preso un integratore". Per il 90% dei colleghi, me compreso, la conversazione con il cliente sul naturale si chiuderebbe lì; e, abbandonato il tentativo di spingere il settore, si volterebbero le spalle con passo sicuro verso la cassetta dei medicinali. Ma per Davide il confronto è appena iniziato. "Non scarto a priori la possibilità di consigliare il farmaco. Mi faccio prima un'idea su quale potrebbe essere l'approccio migliore e, nel caso in cui ritenga che il naturale sia la soluzione giusta, spiego al cliente di cosa stiamo parlando". "Esistono infatti sostanziali differenze - continua Davide Beltrame - tra la fitoterapia, l'omeopatia e gli integratori. Se il cliente fa confusione a riguardo, il mio primo compito è inquadrare la situazione e spiegargli in

quale ambito terapeutico stiamo entrando. Poi, entro nel merito dell'esperienza passata per comprendere come mai il prodotto assunto nell'occasione non abbia funzionato. "L'approccio al naturale - mi spiega Davide - richiede, da parte del paziente, una consapevolezza sui modi di assunzione e il rispetto delle modalità consigliate. Non ho timore di spiegare che se si assume il rimedio al di fuori da schemi ben precisi i risultati non arrivano".

In effetti, il problema della compliance riguarda tutti i medicinali. Tuttavia, se si spiega al cliente il perché e il come delle scelte terapeutiche, egli sarà il primo alleato per un buon successo della

cura. "Il punto di forza del consiglio è la responsabilizzazione di come si utilizza il prodotto. Una volta informata su come assumere correttamente il medicinale naturale - continua Davide - la persona si sente presa in carico, responsabilizzata". Trovare il tempo per ascoltare non è un problema per chi cerca un consiglio. E non lo è nemmeno per Davide e per tutto lo staff della farmacia che conosce il valore di un buon rapporto con il proprio

pubblico. Davide al banco ascolta, domanda, si confronta. Lo fa anche con me durante l'intervista, come è abituato a fare con il pubblico. Mi accorgo che lo spazio gli serve non solo per garantire una certa intimità e privacy alla conversazione, ma soprattutto per consultare i propri libri. "A volte, quando dico ai miei amici che consulto i *libroni sacri* davanti al cliente, mi dicono che potrei trasferire all'interlocutore un messaggio di non preparazione". Ma non così. Lo vedo con i miei occhi mentre Davide racconta; e comprendo quanto valore quei testi diano alle sue parole. Nella mia mente penso che i migliori giuristi girano con il codice sempre a portata di mano. Forse lo dico a voce alta e Davide mi indica quella decina di testi posizionati in bella vista dietro al banco, proprio dove le altre farmacie espongono Aspirina, Tachipirina ed Enterogermina.

"Il materiale che utilizzo al banco è di due tipi - continua Davide. I *testi sacri*, che ho studiato e ristudiato mi aiutano a fare i collegamenti tra le cose che conosco e servono per dare riscontro, a me al cliente, della mia scelta terapeutica. C'è poi il materiale che consegno al pubblico, spesso prima del prodotto, in modo che prendano coscienza dell'approccio e che valutino se seguire correttamente lo schema terapeutico è una procedura alla loro portata. Alcuni se lo portano a casa e tornano il giorno dopo, ma la maggior parte dei clienti chiede il prodotto subito, già al primo incontro".

"Non scarto a priori la possibilità di consigliare il farmaco. Mi faccio prima un'idea su quale potrebbe essere l'approccio migliore e, nel caso in cui ritenga che il naturale sia la soluzione giusta, spiego al cliente di cosa stiamo parlando"

In un raccoglitore, Davide ha catalogato una serie di schede terapeutiche, suddivise secondo il disturbo: eczemi, allergie, tosse e via dicendo. Le schede sono semplici. Scritte al computer durante i turni notturni, i fogli A4 riportano i rimedi, le associazioni tra essi e lo schema di assunzione. Per ogni voce, nel raccoglitore ci sono una decina di fogli analoghi, pronti per essere dispensati. Si comprende come quelle poche righe stampate su una pagina siano il sunto del sapere di Davide. Non oso quindi chiedergli la possibilità di pubblicarne qualcuna, ma chiedo se mi può lasciare quella che interessa un mio problema specifico: l'allergia. Davide ascolta i miei sintomi, mi chiede se sono anche asmatico, si inoltra nei miei recenti cambiamenti di stile di vita e nelle funzioni intestinali. Poi mi consiglia 50 gocce di Ribes Nigrum macerato glicerico 2 volte al giorno per 3 mesi di terapia, spiegandomi che aumenta la produzione di cortisone endogeno, quindi andrebbe preso intorno alle 8 del mattino e alle 15. Questi sono gli orari nei quali è più efficace. Davide è consapevole di un aspetto molto importante nella comunicazione: essere sempre certi che all'interlocutore sia arrivato il messaggio. Una cosa è chiedere al cliente "Ha capito?", altra è sincerarsene e fornire gli strumenti per comprendere davvero. "Alla domanda «Ha capito?» le persone rispondono sempre affermativamente, se non altro per gentilezza. E' per questo che ho preparato le schede: bastano poche parole per spiegare e responsabilizzare la persona. La cosa particolare è che, anche a mesi di distanza, i clienti tornano con la scheda". "A quel punto - si confida Davide - so che la terapia è stata compresa davvero".

Il mio interesse per gli aspetti che incidono sul bilancio della farmacia mi porta a chiedere se dirottare il cliente al naturale non determini la perdita di una parte di reddito in altri settori. E' nella risposta a questa domanda che comprendo il vero valore delle schede preparate da Davide Beltrame: "Se una persona viene lamentando una cistite, non mi basta aprire il raccoglitore ed estrarre la relativa scheda. Non parto per partito preso a consigliare Vaccinium Vitis Idaea piuttosto che Arbutus Unedo. Prima devo comprendere. Da quanto tempo ha la cistite?

Come si presenta? Cosa ha fatto in questo tempo e che farmaci ha assunto? Per esempio, capita spesso che le cistiti siano recidivanti. Capita che la persona assuma un antibiotico e il disturbo poi torni; che ne assuma un altro e le cose non vadano. In questo caso, indago su come sia stato assunto il farmaco e il suggerimento non va in sostituzione dell'antibiotico, ma va in affiancamento. Un fermento lattico può aiutare. Ma anche un prodotto come il Mirtillo Rosso o i granuli nella fase acuta. Dipende tutto dalla singola situazione che mi si presenta".

Se è vero che l'affiancamento alla prescrizione medica è una tecnica che il dottor Beltrame utilizza molto, è anche vero che la

finalità prima è trovare la soluzione terapeutica migliore. Il guadagno per la farmacia coincide con il beneficio per il cliente, ma non è l'obiettivo primario della vendita. Le schede non hanno quindi una valenza commerciale: sono unicamente uno strumento di comunicazione con il cliente, "Utili perché ho già pronti gli schemi terapeutici dei rimedi più utilizzati; ma le combinazioni per il consiglio possono essere molte".

In genere, le schede prevedono l'assunzione di più prodotti: "Una triade che utilizziamo spesso per lo stomaco e l'intestino costa 41 euro e 70 centesimi. Ciascuno dei tre prodotti ha uscite superio-





ri ai 200 pezzi per anno". Chiedo allora come il cliente viva l'acquisto di ben tre medicinali; e come reagisca rispetto alla spesa che deve affrontare. "Io non sforzo mai nessuno" è la risposta a caldo. Poi Davide inizia a parlarmi della Tiglia Tomentosa (antistress) e degli altri due rimedi della triade in questione. E' allora che comprendo come la mia curiosità economica sia, di nuovo, marginale: non è il centro della questione, nemmeno per chi compra. "Sai qual è l'osservazione che più di sovente mi viene avanzata? - si confida Davide - è una frase del tipo: «il mio farmacista queste cose non me le dice»". Colgo in questo sfogo la soddisfazione personale di Davide: "Nonostante il periodo di crisi, non capita quasi mai che i clienti non acquistino i medicinali proposti; o che si lamentino della spesa: quando comprendono che la soluzione proposta può portare al superamento del problema, non rifiutano l'acquisto. Ma la cosa che mi dà maggiore soddisfazione, è che dopo un mese tornano a riprendere i prodotti. Vendere una triade che funziona - conclude Davide - non significa vendere tre prodotti, ma ben nove nell'arco dei tre mesi di cura: il cliente soddisfatto torna sempre".

Elisabetta Corna mi spiega che Davide sa dove inserirsi: propone il naturale laddove comprende che la persona ha almeno 15 minuti per ascoltare le spiegazioni ed è disposta, una volta a casa, a seguire le indicazioni e i tempi di assunzione. "Se un cliente entra di corsa e chiede al volo una compressa per il mal di gola che agisca subito, gli si dà quello che chiede - precisa Elisabetta". "Nei rarissimi casi in cui questo succede - si inserisce Davide - i rifiuti derivano unicamente dal non potere seguire le modalità di assunzione. In quel caso, sono io il primo ad optare per altre soluzioni".

Giunti a questo punto dell'intervista, ho ben chiari molti punti.

I punti di forza del processo comunicativo che porta il pubblico a fidarsi del consiglio di Davide Beltrame sono evidenti: indagare sui reali bisogni del cliente, spiegare come e perché un rimedio agisce, supportare il consiglio con materiale informativo. Il tutto, chiaramente, supportato da una preparazione adeguata. Queste cose le ho chiare. Ma mi manca un punto, che credevo fondante e ora mi è apparsa una banale curiosità: le elevate vendite di Stodal. Lo vedo esposto non tra le altre specialità omeopatiche o naturali, ma tra gli altri sciroppi per la tosse. Davide Beltrame, rispondendo alle mie insistenti domande sui ricavi della farmacia, mi ha appena spiegato che, a fronte delle grandi quantità di Arnica 200 che escono, non calano le vendite di Voltaren pomata o di Muscoril fiale: "La propongo in affiancamento". Per lo sciroppo contro la tosse non può essere così: "Non si possono consigliare due sciroppi - penso tra me e me". Davide, parlando dello Stodal, mi fa subito comprendere il perché di quella esposizione: "Supponiamo che arrivi una persona che mi dice di avere la tosse. Al di là delle solite domande sulla tosse secca o grassa (alle quali quasi sempre vengono date risposte fuorvianti), come prima cosa chiedo al cliente se preferisce il chimico o il naturale. Se predilige il naturale, non ci sono storie: per me lo Stodal è un ottimo prodotto. In caso contrario, non ho nessuna difficoltà ad assecondare la richiesta. Capita molto spesso, però, che entrando nel merito dei sintomi e del disturbo, mi accorgo di come lo Stodal sarebbe la soluzione più indicata e, dialogando, la vendita si orienta spontaneamente lì". Ma avviene spesso anche l'opposto - si confida Davide - Capita spesso che sia io stesso a consigliare altro: in certi casi, un mucolitico tradizionale o un sedativo possono rappresentare la soluzione migliore. Non sono integralista, cerco solo la soluzione migliore per il cliente".

