

Da Aix en Provence a San Marino: la lunga tradizione della “medicina delle piante” mette radici nell’esperienza ventennale di Erba Vita

DI PAOLA CIMETTI

La fitoterapia non ha solo un’anima tradizionale, compassata, legata al territorio, cioè quella di una disciplina di dotti preparatori e di cultori delle piante. È soprattutto una realtà dirompente, che negli ultimi anni si è imposta nel mercato del farmaco naturale e nelle abitudini del pubblico consumatore. Uno spirito duplice che agli esordi, negli anni Sessanta, sembra però non trovare spazio nel mercato francese, dove Carlo Bollini (*nella foto*), futuro fondatore di Erba Vita, crea un piccolo laboratorio erboristico. Ma nel decennio successivo le cose prendono una piega nuova: la richiesta di prodotti naturali, differenti da quelli che la grande industria è in grado di offrire, comincia a farsi sempre più pressante. E così nel 1982 nasce Erba Vita, azienda fondata a San Marino, dove tutta la tradizione familiare è cominciata molti anni prima. Il resto, però, ce lo racconta Carlo Bollini, presidente Erba Vita.

Qual è la filosofia, l’idea fondante dell’azienda?

Tutto nasce col mio nonno paterno, un uomo intelligente, istruito, grande conoscitore di piante e prodotti della natura. Lui mi ha trasmesso i valori e le informazioni sull’utilizzo degli estratti vegetali. Quando mi ha lasciato, avevo maturato idee chiare circa il mio futuro: l’intenzione era quella di creare un’azienda per dare modo alle persone di usufruire di prodotti capaci di donare benessere. Ecco, quindi, che mi sono trasferito ad Aix en Provence, culla della fitoterapia in Francia, per studiare in modo scientifico il meccanismo d’azione degli estratti ve-

getali. Lì ho aperto la mia prima azienda *Herbes du Midi*, creando e commercializzando i miei primi prodotti.

All’inizio degli anni ‘80, ho preso la decisione di ritornare nella mia terra natale, San Marino, e fondarvi un’altra realtà. Così nasce Erba Vita.

Oggi l’azienda si pone come un punto di riferimento nel comparto della fitoterapia in Italia, con una diffusione oltreconfine in più di venti Paesi. Siamo cresciuti tanto e continuiamo a espanderci con una chiara missione: quella di aiutare il prossimo a vivere meglio grazie a prodotti di elevata e provata efficacia.

In venticinque anni come è cambiata la fitoterapia?

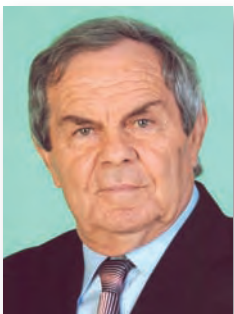
In questi ultimi decenni è cambiata molto. Siamo passati dal semplice prodotto erboristico al vero e proprio farmaco vegetale. Gli ultimi dieci anni sono quelli

della grande rivoluzione dell’estratto vegetale in Italia. Da una parte il consumatore è sempre più informato riguardo alla prevenzione e alla cura della persona, nonché sempre più attento alle nuove tendenze, tra cui l’ambiente, l’ecologia, la natura in generale. Dall’altra siamo di fronte all’attuazione dell’armonizzazione delle norme comunitarie nelle quali rientrano anche quelle su estratti vegetali, integratori alimentari e farmaci. Oggi siamo in grado di dimostrare, attraverso test clinici, l’efficacia dei nostri prodotti, del tutto paragonabili a veri e propri farmaci. Il prossimo passo è la loro registrazione con la classificazione di farmaco vegetale, obiettivo sul quale stiamo puntando da tempo. Sempre più numerose sono le aziende farmaceutiche che investono in questo settore, a dimostrazione del fatto che siamo sulla

Una vita



al naturale



strada giusta. Il mercato sarà sempre più difficile, i competitor sempre più agguerriti e non possiamo presentarci impreparati ai grandi cambiamenti che si prospettano. Siamo pronti alle sfide del prossimo futuro.

Le terapie vegetali sono il nostro modo più antico di concepire la medicina. Perché allora il successo presso il grande pubblico è arrivato solo in questi ultimi anni?

Fin dall'antichità, quando l'uomo era legato strettamente e intimamente con la natura, la sua conoscenza del mondo vegetale era tale da sapere perfettamente quali piante fossero dannose e quali

potessero invece essergli utili per l'alimentazione o per correggere eventuali stati di malessere. Paesi come il Tibet, la Cina, l'Africa e tanti altri sono rimasti sempre fedeli a quei tempi, la tradizione non si è mai estinta. L'Occidente, invece, deviato in questo ultimo secolo dall'avvento del modernismo, su cui si sono basati i grandi affari di pochi, sta riscoprendo solo ora, e lentamente, le proprie origini.

Ci parli delle principali novità che avete lanciato di recente.

È nata la nuova linea alla propoli, una vera e propria innovazione, grazie al brevetto Wsep®, un estratto di propoli ad altissima efficacia, reso disponibile attraverso un difficile processo di estrazione. La sue caratteristiche peculiari sono la totale solubilità dei polifenoli, i principali responsabili delle proprietà benefiche della propoli, e l'eliminazione di quelle sostanze in essa contenute ritenute le maggiori responsabili di reazioni allergiche. Questo estratto, assorbito rapidamente dall'organismo grazie all'elevata biodisponibilità, dà vita a un prodotto ad altissima efficacia, con proprietà uniche. I test clinici effettuati in collaborazione con l'Università degli Studi di Siena hanno confermato l'alto potere antinfiammatorio, antibatterico e, non ultima, una potente azione nei confronti dell'*Helicobacter pylori*. Parallelamente alle novità stiamo rilanciando una serie di prodotti già esistenti, supportati da test clinici, che rientreranno nella futura categoria di "farmaci a base di estratti vegetali". Uno di questi è Immun Action, di cui è stata testata l'attività immunostimolante presso l'Università degli Studi di Torino, sezione di Chirurgia Oncologica. In particolare, è stata valutata la sua efficacia in pazienti trattati per sei mesi nella riduzione delle recidive dei condilomi anali dopo chirurgia, solitamente tenute sotto controllo con farmaci quali l'interferone.

Si è osservata una diminuzione delle recidive dal 27,05 per cento (pazienti non trattati con Immun Action) al 7,19 per cento (pazienti trattati). Questo ottimo risultato conferma la sua azione immunostimolante, con il vantaggio di essere privo di effetti collaterali. È stato un risultato molto soddisfacente, direi strabiliante, e oggi viene presentato in numerosi congressi internazionali.

La farmacia è un canale speciale per l'Azienda e per i vostri prodotti?

Il nostro mercato è in piena evoluzione e la farmacia ne è senza dubbio uno degli attori principali. Il numero, la diffusione capillare sul tutto il territorio nazionale, nonché la figura del farmacista, che con la sua preparazione riesce a dare una concreta garanzia al consumatore, fanno della farmacia un canale di sicuro supporto e altamente sfruttabile per lo sviluppo della nostra presenza sul mercato italiano.

Quali servizi e quale valore aggiunto fornite al farmacista?

Oltre alla garanzia prima e imprescindibile di fornire prodotti ad altissime qualità ed efficacia, riteniamo doveroso offrire una serie di servizi a supporto. La formazione è uno dei punti cardine. A tal proposito, organizziamo corsi di aggiornamento sulla fitoterapia ad ampio raggio e sui nostri prodotti indirizzati ai titolari e, soprattutto, ai loro collaboratori. Per fare questo, ci avvaliamo dei docenti della nostra scuola di fitoterapia, il Centro Studi Erba Vita e quasi tutti i corsi sono accreditati per gli Ecm. Un altro servizio che riscontra sempre un grande interesse presso il farmacista è la possibilità di avere una linea *private label*. Ogni nostro prodotto, in un listino che ricordo comprende oltre 2.300 referenze, può essere personalizzato con nome e logo della farmacia, senza costi aggiuntivi e senza che il farmacista si debba preoccupare di aspetti burocratici e normativi. La nostra divisione di *private label*, che vanta un'esperienza ventennale, si mette a servizio del farmacista offrendo un ottimo strumento da sfruttare per consolidare la fidelizzazione del consumatore finale.