

Un cerchio che si chiude

Intervista a Stefano Colombo, direttore generale di Montefarmaco



Le tre generazioni che si sono alternate alla guida dell'azienda, dal giorno della sua fondazione, hanno saputo creare e condurre una delle più quotate realtà farmaceutiche del nostro Paese

Parlando con noi, Stefano Colombo, l'attuale direttore generale di Montefarmaco, si sofferma più sulla storia della sua famiglia che su questioni come il mercato, i trend di vendita, o altri aspetti tipicamente commerciali.

Se è vero che le aziende sono il contenitore di questi dati economici, è altrettanto vero che i trend cambiano e i grafici si articolano in linee che, imprevedibili o meno, alla fine raccontano ben poco. Il passato, invece, è un'impronta ben più indelebile: una sorta di marchio di fabbrica che, oltre a dirci da dove arriva un'azienda, indica a chi la gestisce le linee guida da seguire, anche nel cambiamento.

Fin dalle sue prime parole, emerge ben chiaro quanto Stefano Colombo sia legato alla storia di Montefarmaco. Qualcosa di più complesso, rispetto all'ovvio legame con la famiglia. Qualcosa di differente, che forse non siamo riusciti a cogliere fino in fondo. Limitiamoci, dunque a raccontare i fatti.

Come ci spiega Stefano Colombo, ci sono tre date fondamentali nello sviluppo di Montefarmaco. Date che, a ben vedere, rappresentano snodi cruciali per il settore farmaceutico del nostro Paese e, più in generale, di tutta la nostra economia. Le tre date sono il 1945, con la commercializzazione dei primi estratti di pino mugo; il 1970 e la grande crisi energetica e la prima trasformazione dell'azienda; e i primi anni 2000 con la farmacia che inizia a cambiare la sua anima incentrata sulla ricetta e si butta, come mai prima di allora, sul mercato del consiglio.

“Montefarmaco - ci racconta Stefano - nasce dall'intuizione del nonno Giovanni, uomo dei primi anni del '900. Nato a Ceva, provincia di Cuneo, da una famiglia di agricoltori, a Giovanni piace la chimica e si laurea in Chimica e Farmacia nel 1927, prima della riforma Giolitti. Fa l'esame di stato a Roma e subito cerca lavoro a Torino”. Stefano sorride ricordando quando il nonno gli raccontava che a quei tempi di lavoro, a Torino, non se trovava. E così, Giovanni ha fatto la valigia ed è andato a Milano. Prima giornata a Milano, ed è già assunto in una farmacia. “Dopo poco il titolare della farmacia in cui lavorava vuole vendere l'attività che, ai tempi non era ancora un esercizio ereditabile, bensì una concessione governativa con regole molto diverse da oggi. Il nonno si indebita un po' e compra la farmacia. Ma resta in contatto con il vecchio titolare, nel frattempo andato a vivere in montagna, nei pressi di Folgaria dove, durante l'estate, va con i boscaioli a fare legna per l'inverno e distilla l'essenza di pino mugo direttamente dagli alberi abbattuti”.

Subito dopo la guerra, il vecchio titolare di Milano comunica a Giovanni Colombo di essere in possesso di 45 litri di olio di pino mugo. E' un'ottima occasione in quel 1945, con Milano bombardata. Serve tutto, anche sciroppi e caramelle espettoranti per le prime infezioni delle alte vie respiratorie, tosse, mal di gola, raffreddore. Prende la bicicletta, Giovanni, e va a Salò perché siamo nel periodo della Repubblica di Salò, e firma l'atto costitutivo della Montefarmaco, società che nasce nel retrobottega della farmacia dove lui produceva gli sciroppi. Montefarmaco: il farmaco che viene dai monti.

La trasformazione da prescription ad Otc

La storia della società va avanti fino agli anni '70 producendo farmaci prescription, quindi farmaci prescritti dal medico e rimborsati nell'ambito del sistema sanitario nazionale. L'attività procede all'interno del laboratorio della farmacia che, nel frattempo, si era allargata fino a diventare un'azienda dotata di tutte le autorizzazioni e del personale necessari.

“Nel 1970 c'è la grande crisi e mio padre, in quegli anni, ebbe l'intuizione che non potevamo continuare a produrre solo farmaci prescription, perché eravamo un'azienda troppo piccola. Non avevamo la dimensione per fare ricerca e restare in questo campo”. L'occasione per trovare un proprio spazio, adeguato alle dimensioni, nel mondo del farmaco arriva quando, proprio in quegli anni, viene introdotta la nuova figura legislativa dell'Otc. Subito, Montefarmaco converte gli informatori medico scientifici in venditori. “Siamo stati i primi ad andare a vendere direttamente in farmacia ed è lì che è nato un sodalizio, che esiste tuttora. Allora, ci furono anche delle agevolazioni normative ed è nato il nostro collirio, che era un presidio medico ed è diventato Otc. Quel collirio, ancora oggi, è il decongestionante leader nel suo settore”.

Lo sviluppo degli integratori

Un decennio di esperienza nell'Otc, ha di certo aperto la strada a Montefarmaco per entrare, fin da subito, nel mondo degli integratori. “Negli anni '80 si presenta una nuova figura normativa, quella degli integratori o alimenti speciali notificati dal Ministero della sanità. Oggi la nutraceutica pesa decisamente più dell'Otc”.

Nel 2000, la farmacia stava iniziando a cambiare la sua natura, intravedendo la possibilità di comportarsi in maniera diversa. In farmacia c'era un angolo con la ricetta ma c'erano anche prodotti da libero acquisto o da consiglio. Ed è nel corso dei primi anni 2000 che, di nuovo, la famiglia Colombo ha intuizioni antesignane per il mercato. “Montefarmaco cede lo stabilimento a terzi e iniziamo ad occuparci del marketing per le linee Lactoflorene e Iridina.

In quel periodo, il consumatore inizia a manifestare una nuova esigenza di salute e l'azienda capisce di cosa si tratta. Inoltre, il farmacista inizia a trovare grandi soddisfazioni in questo settore anche rispetto al consiglio e diventa, ancora di più, punto di riferimento per la salute del cittadino”.

Oggi Montefarmaco sta vivendo una nuova rivoluzione strategica. L'obiettivo attuale è quello di coinvolgere i medici di base in questo percorso di valutazione della nutraceutica. Per farlo in maniera corretta, occorre rispettare i confini tra medico e farmacista, senza svilire la funzione di nessuno e valorizzando entrambe le professioni. Ma come avviene questo nuovo cambio di passo? “Siamo gli unici ad aver messo insieme la monocolina e i fermenti lattici. Abbiamo predisposto un position paper che raccoglie le evidenze scientifiche e lo stiamo spiegando ai medici attraverso una rete dedicata”.

Presentare un nutraceutico ai medici, proporlo ai farmacisti e promuoverlo sul pubblico. Con questa iniziativa Montefarmaco si rivolge a tutti gli attori del settore. “Vogliamo consolidare il rapporto con farmacisti, consumatori e medici. Qualità al primo posto, per offrire un'integrazione consapevole ai soggetti che cercano la salute anche quando stanno bene”.

Stefano Colombo, ci saluta con un messaggio che noi vogliamo trasformare in un auspicio: “ci piacerebbe lanciare un messaggio positivo: che medici e farmacisti si parlassero di più. Sono categorie sinergiche che devono cooperare per la salute del paziente con l'attenzione e le conoscenze necessarie anche in ambito di nutraceutica”.

Ne siamo convinti anche noi di Utifar, consapevoli, come Stefano Colombo, che “la nutraceutica è il futuro”.