



Nutraceutica

Pharmanutra, balzo dei ricavi e rotta verso il mercato Usa —p

—p.19

PharmaNutra, nel 2024 fatturato a +15% e rotta sul mercato Usa

L'azienda di complementi nutrizionali ha raggiunto un fatturato da 115 milioni

Made in Italy

Silvia Pieraccini

Dai due turni di lavoro attuali per produrre principi attivi sta per passare a tre turni, coprendo tutte le 24 ore. E il motivo è nei numeri: PharmaNutra cresce a doppia cifra anche nel 2024 (+15,2% i ricavi preliminari approvati ieri dal consiglio di amministrazione), supera i 115 milioni di euro trainata dall'estero che sfiora il 35%, e si prepara al salto che potrebbe cambiarne la "taglia".

L'azienda di complementi nutrizionali, fondata nel 2003 a Pisa dai fratelli Andrea e Roberto Lacorte e quotata in Borsa sul segmento Star, in pochi anni ha conquistato il mercato degli integratori di ferro grazie al brevetto della tecnologia sucrosomiale, che punta a garantire miglior assorbimento, elevata tollerabilità e resistenza gastrica. Ora, dopo essere sbarcata in diversi Paesi europei e extraeuropei, Pharmanutra è pronta ad affrontare in grande stile il mercato Usa.

«È un mercato che per il ferro vale 25 volte quello italiano – spiega Roberto Lacorte, vicepresidente e amministratore delegato – e abbiamo deciso di affrontarlo con metodo e risorse. Dopo aver dato vita alla PharmaNutra Usa Corp, con sede in Florida, abbiamo affi-

dato a una società di consulenza strategica la redazione di un piano di sviluppo. Ora siamo pronti a partire: la struttura commerciale c'è, e anche quella operativa e amministrativa». Il piano di crescita a stelle e strisce prevede tre fasi, di cui la prima focalizzata sul commercio elettronico, dunque senza limiti di aree distributive.

Difficile fare previsioni sui ricavi, che incideranno sulla manifattura: il principio attivo (il ferro sucrosomiale) continuerà ad essere prodotto in Italia, ma quando saranno raggiunti livelli di vendita significativi (si prevede a fine 2025) l'assemblaggio dell'integratore verrà trasferito in Usa.

«Stiamo già valutando officine di produzione – aggiunge l'ad – del resto si tratta di una commodity affidata a fornitori esterni, come avviene qui in Italia. Gli Stati Uniti hanno le potenzialità per diventare un mercato strategico, in grado di ribaltare il nostro attuale rapporto tra vendite estere e vendite italiane, anche perché non esiste un prodotto simile per tecnologia e efficacia». Accanto agli Usa, gli altri mercati di sviluppo saranno la Spagna (dove PharmaNutra possiede una filiale) e la Cina, dove le vendite sono partite da un anno attraverso tre piattaforme di e-commerce. Proprio le vendite online, del resto, sono il canale che l'azienda vuol puntare a sviluppare in tutti i mercati, con

l'obiettivo di passare dal 5% al 10% del fatturato globale.

«Anche nel 2025 le previsioni sono rosee – sottolinea l'ad – continueremo a crescere del 15-17% in modo organico, come stiamo facendo ormai da anni, al netto di nuovi progetti su cui stiamo lavorando e che potrebbero riservare delle belle sorprese». La diversificazione di prodotto resta uno dei driver, grazie all'applicazione delle tecnologia sucrosomiale in altri ambiti, tra cui lo sport e le vitamine. «Fino a oggi la nostra crescita è stata sostanzialmente organica, a parte l'acquisizione di Akern nel 2022 – aggiunge Lacorte – che ci ha proiettato nel mondo a noi complementare del monitoraggio della composizione corporea. Al momento non abbiamo in corso trattative, anche se è sempre aperta la possibilità di acquisire realtà esistenti, ad esempio in Francia e nel Regno Unito dove ora non siamo presenti».

Del resto la redditività di PharmaNutra – nei primi 9 mesi 2024 il margine operativo lordo è salito dal 26,4 al 28,6%, pari a 24,2 milioni di euro su un fatturato di 83,47 milioni – permette di fare progetti di crescita. A Pisa, dove a fine 2023 l'azienda ha inaugurato un quartier generale da 5.300 mq (un investimento da più di 20 milioni) che riunisce le tre sedi precedenti, lavorano 100 persone, con una crescita di 10-12 addetti all'anno,





► 14 gennaio 2025

cui si aggiunge la rete vendita costituita da informatori e responsabili commerciali. Il reperimento del personale resta un problema, soprattutto nella rete vendita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

STATI UNITI
«È un mercato che per il ferro vale 25 volte quello italiano e abbiamo deciso di affrontarlo con metodo e risorse»



IMAGOECONOMICA

A Pisa. Gli esterni dell'azienda



ROBERTO LACORTE
Amministratore delegato di Pharmedica

