

PHARMANUTRA (AIM) – “UN MODELLO DISTRIBUTIVO IN GRADO DI COGLIERE LE MUTATE ESIGENZE DEL MERCATO”

09/07/2020 17:16

“PharmaNutra svolge la propria attività commerciale facendo leva sulle potenzialità dello sviluppo organico, sia in Italia che all’estero, e restando nel contempo attenta alle nuove opportunità di M&A”, esordisce così Carlo Volpi, Consigliere Delegato dell’azienda farmaceutica toscana in un’intervista rilasciata a Market Insight.



Carlo Volpi, Consigliere Delegato di PharmaNutra

Per quanto riguarda la crescita estera, PharmaNutra ha tra i principali obiettivi quello di assicurare la continuità ai rapporti già esistenti con i numerosi partner che stanno già distribuendo i propri prodotti sui rispettivi territori di competenza, unitamente a tre priorità molto importanti che sono:

- completare la fase di registrazione e dare avvio all’attività commerciale nei Paesi in cui si sono formalizzati gli accordi di distribuzione negli ultimi mesi;
- concludere le negoziazioni avviate in diversi Paesi e che sono in fase avanzata;
- dare continuità al cross-selling e quindi ampliare il numero di prodotti distribuiti attraverso le partnership già esistenti.

“Una strategia di crescita organica nell’ambito della quale – come aggiunge Volpi – puntiamo nei prossimi mesi anche ad avviare le nostre attività in almeno uno dei grandi Paesi in cui non siamo ancora presenti – Germania, Francia, Inghilterra, Cina, Giappone e Stati Uniti”.

In Italia PharmaNutra svolge l’attività distributiva attraverso una rete di circa 160 Informatori Scientifico Commerciali (ISC), suddivisi nelle tre linee presenti sul territorio, Primary, Supportive e Pediatrica, quest’ultima gestita tramite Junia Pharma, società controllata al 100% da PharmaNutra.

Come spiega il Consigliere Delegato, “gli ISC si occupano dell’informazione scientifica alla classe medica e della commercializzazione dei prodotti PharmaNutra e Junia Pharma alle farmacie di tutto il territorio nazionale. È un team coordinato da un gruppo di circa 20 persone tra Area Manager, Responsabili Vendite e Business Intelligence guidati dal Direttore Commerciale.

In Italia il Gruppo Pisano ha come priorità strategica principale quella di dare continuità alla ripresa dell’attività della rete commerciale sul territorio dopo lo stop dovuto all’emergenza Coronavirus. Emergenza che non ha intaccato più di tanto l’attività dell’azienda, in virtù del fatto che il business di PharmaNutra rientra tra quelli ritenuti essenziali dai decreti del Governo Italiano.

Volpi riporta infatti che “Durante il lockdown la nostra attività distributiva è proseguita da remoto e da giugno è ripartita sul territorio nel pieno rispetto delle disposizioni nazionali e regionali. Un modello distributivo che ha quindi dimostrato la propria capacità di

cogliere le mutate esigenze del mercato, e che sta progressivamente evolvendo verso un sistema combinato in grado di continuare a sfruttare, anche una volta superata la situazione contingente, le sinergie create dall'attività degli ISC sul territorio e dai nuovi strumenti per l'attività da remoto".

"Detto ciò, confermiamo l'obiettivo di arrivare ad una rete commerciale composta da 200 ISC nel corso del 2021 e a ribadire il nostro impegno, già a giugno, è proseguito l'inserimento di nuovi ISC".

Parallelamente all'attività distributiva, PharmaNutra continua a lavorare allo sviluppo di nuovi prodotti che verranno lanciati in Italia nei prossimi due anni. Prodotti con caratteristiche coerenti con quelli già presenti nel portafoglio del Gruppo, in termini di innovazione, efficacia e forte proprietà intellettuale, unitamente al supporto di dati clinici ed evidenze scientifiche.

"Prodotti che consentiranno a PharmaNutra – puntualizza Volpi – sia di rafforzare la presenza nei settori in cui è attiva, sia di entrare in altri mercati di riferimento".

Ma c'è pure altro, in quanto PharmaNutra monitora costantemente il mercato alla ricerca di nuove opportunità di M&A, di operazioni che siano in grado di creare, in piena sinergia con la crescita organica, ulteriore valore per l'azienda e gli azionisti.

"Opportunità – conclude il Consigliere Delegato – che riteniamo si possano individuare anche in una situazione contingente e di evoluzione come quella attuale".
