



Pharmanutra alla prova americana

di Sara Bichicchi

Da qualche mese a Miami, costa atlantica degli Stati Uniti, c'è una nuova azienda italiana: è Pharmanutra, società del settore nutraceutico. Nata in provincia di Pisa vent'anni fa «da zero», come ricorda Roberto Lacorte, ceo e fondatore, in due decenni ha diversificato l'attività, creando diverse linee di integratori, ed è sbarcata oltreoceano con la controllata Pharmanutra Usa, fondata a dicembre scorso. Nel complesso, i prodotti Pharmanutra raggiungono circa 70 Paesi.

«Un'azienda italiana che vuole vendere negli Stati Uniti entra in un mercato con caratteristiche culturali completamente diverse. In Italia, ad esempio, il medico non consiglia siti web su cui comprare i medicinali. Negli Usa, sì», racconta Lacorte. «Ma questo non ci deve scoraggiare». Facendo un primo bilancio del debutto negli Usa - i primi pezzi sono stati venduti a fine settembre - ad si dice soddisfatto: «Abbiamo messo in piedi una struttura proprietaria che funziona, il che non è semplice.

Stiamo dialogando con due catene dell'area sud: Alifax e Advent Health, dove la seconda può coprire un mercato grande quanto quello italiano».

Prima di procedere con la nuova società, Pharmanutra ha cercato di comprare un'impresa esistente: «Abbiamo fatto due anni di tentativi di acquisizione di realtà medio-piccole, ma negli Usa le acquisizioni sono molto grandi e noi dovevamo agire in maniera coerente con le capacità dell'azienda», spiega Lacorte. L'opa di Alfasigma su Intercept, ad esempio, vale 793 milioni di dollari.

Al 30 settembre Pharmanutra ha riportato ricavi netti per 71,4 milioni di euro, in crescita del 18,5% su base tendenziale. L'ebitda è stato di 19 milioni con il relativo margine al 26,4%, in contrazione del 4% per effetto dei costi di startup delle nuove iniziative. Oltre a Pharmanutra Usa, infatti, a marzo l'azienda ha creato Pharmanutra España





per espandersi anche sul mercato iberico e sta sviluppando nuovi prodotti.

Al momento le linee di punta di Pharmanutra sono SiderAL, integratore a base di ferro sucrosomiale che ha il 54% del mercato del ferro in termini di valore, e Cetilar, a base di esteri cetilati, per muscoli e articolazioni. Di quest'ultimo l'azienda vuole lanciare una variante per chi fa sport e in cantiere ci sono anche altri progetti per il 2024, tra cui un prodotto in ambito osteoarticolare. Niente, invece, per la perdita di peso. «Il dimagrimento per noi è un settore a basso valore», dice Lacorte, «ma siamo

attivi nella fascia più ad alta componente tecnologica come la nutrizione clinica: con l'acquisizione di Akern (nel 2022, ndr) presidiamo il campo della misurazione della composizione corporea attraverso la tecnologia della bioimpedenza».

Da sei anni Pharmanutra è a Piazza Affari. Sbarcata nel 2017 sull'Aim (oggi Egm) con un prezzo di ipo di 10 euro, nel 2020 è passata allo Star. Venerdì 24 ha chiuso a 50,8 euro, un valore quintuplicato rispetto all'ipo, benché in calo del 20% da dicembre scorso. Il presidente Lacorte, però, crede che ciò non sia dovuto al percorso dell'azienda: «È una situazione storica e globale. Noi siamo passati da 80 milioni a mezzo miliardo di capitalizzazione e dobbiamo continuare a dare dati positivi, anche se il mercato non risponde subito. Speriamo che le vicende geopolitiche si attenuino e l'economia riprenda il suo corso». (riproduzione riservata)

