

Il boom della nutraceutica ora si vede anche in Borsa



PHILIPPE HUGUEN / AFP

PHILIPPE HUGUEN / AFP

Ci sono due modi per vedere il debutto in Borsa di [PharmaNutra](#), che martedì 18 luglio ha guadagnato il 40% alla sua prima seduta. Il primo è di tipo finanziario: l'Aim, il mercato delle piccole e medie imprese di Borsa italiana su cui la società pisana si è quotata, è uscito dalla sua situazione di cronica sfiducia e carenza di liquidità. È l'**effetto Pir**, ossia i nuovi Piani individuali di risparmio che premiano fiscalmente gli investimenti delle piccole e medie imprese e che stanno indirizzandosi verso le Pmi quotate. A dare conto di questo risveglio è stato l'**Osservatorio Aim Italia di IR Top Consulting**, presentato mercoledì 19 luglio: dopo l'introduzione dei Pir nel primo semestre 2017 ci sono state **10 quotazioni** e il capitale raccolto è stato pari a 401 milioni di euro. Altre sei Ipo sono previste nel secondo semestre. «Secondo le nostre stime l'impatto dei Pir sull'Aim Italia sarà di 3,3 miliardi di euro in cinque anni», ha detto Anna Lambiase, ceo di IR Top Consulting. Nel periodo luglio 2016-giugno 2017 la dimensione della raccolta mediana è passata da 3,7 a 5,4 milioni. Numeri ancora piccoli rispetto a alle 963 sul mercato Aim della Borsa di Londra, ma in forte crescita. Le 83 società quotate nel mercato dei "piccoli" in Italia hanno segnato nel 2016 ricavi in crescita mediamente del 17% e l'Ebitda del 13%, con un "Ebitda margin" medio di tutto rispetto, il 16 per cento.

A questa dinamica hanno dato un forte impulso le **Spac**, società che accompagnano le società verso la quotazione e, a differenza delle investment bank, rimangono per un certo periodo azionisti delle società che approdano all'Ipo. Se nei primi mesi del 2016 tutte le Spac assieme avevano portato alla raccolta a 900 milioni di euro, ora la cifra è arrivata a 2 miliardi di euro. A spiegarlo è **Simone Strocchi**, pioniere di questi veicoli di investimento in Italia in qualità di fondatore della merchant firm Electa, che ha lanciato la pre-booking company Ipo Challenger 1. È proprio questa società che ha accompagnato la quotazione di [PharmaNutra](#). A differenza di una Spac tradizionale, che prima si quota e poi si fonde con la società che porta in Borsa, una pre-booking company non si quota ed effettua la raccolta presso gli investitori tramite l'emissione di obbligazioni. In questo modo i tempi si stringono e per l'operazione [PharmaNutra](#) sono stati pari a soli tre mesi. A co-promuovere l'operazione è stato IPO Club, un fondo di accelerazione di Ipo lanciato da Azimut.

Per l'impresa pisana il flottante al momento dell'ammissione sul mercato Aim Italia è del 23,97%, una quota che si abbassa a circa il 20% se si considerano anche le azioni di "price adjustment" in mano ai due fratelli fondatori, **Andrea e Roberto Lacorte**. Sono azioni che, pur avendo i diritti economici e giuridici delle azioni ordinarie, non compongono il market cap ma solo l'equity value della società. Alla quantità di titoli soggetti a compravendita potrebbe aggiungersi una quota del 4,8% se i warrant emessi si tradurranno in azioni. A quel punto [PharmaNutra](#) raggiungerebbe un flottante del 25% e potrebbe passare al mercato borsistico principale, obiettivo dichiarato della società.

Sul mercato Aim di Borsa Italia c'è un effetto "Piani individuali di risparmio": dopo la loro

introduzione nel primo semestre 2017 ci sono state 10 quotazioni e il capitale raccolto è stato pari a 401 milioni di euro

Fin qui la finanza. C'è però un secondo modo di raccontare il successo dell'Ipo di **PharmaNutra** ed è di tipo industriale. La **nutraceutica**, ossia l'uso della nutrizione per avere benefici sulla salute (il termine è un incrocio tra "nutrizione" e "farmaceutica"), sta vivendo un proprio boom. Mentre il settore dei farmaci nel 2016 è stato piatto, quello degli integratori è salito del 6,5%, per un valore arrivato a 2,7 miliardi di euro. Lo trainano i prodotti per la digestione e acidità di stomaco (+20%), benessere mentale e riposo notturno (+10%), area urogenitale (+10%), benessere delle vie respiratorie e difese naturali (+10%), area cardiovascolare e muscolo-scheletrica.

Il boom c'è, ma PharmaNutra tiene a differenziarsi dagli altri. Stiamo parlando di un piccolo gruppo di Pisa (il consolidato nel 2016 è stato di 34,39 milioni di euro, nel 2014 era di 23 milioni) che ha però trovato il modo di fare innovazione in un settore, quello della cura della carenza di ferro, dove le potenzialità sono enormi: l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha stimato che 600-700 milioni di persone al mondo hanno tale carenza.

La peculiarità dell'azienda toscana è l'aver individuato un complemento nutrizionale, chiamato **Sideral**, che completa le cure per l'anemia ed è finalizzato a incrementare l'emoglobina nel sangue. Per essere sintetici, il merito del prodotto nutraceutico della società è che riesce a sostituire le iniezioni per incrementare l'emoglobina. In questo modo ha potuto rapidamente scalare il mercato italiano, arrivando a un 47% di quota di mercato nel segmento di riferimento.

Ora, spiega uno dei due fratelli fondatori, Roberto Lacorte, vicepresidente della società (il presidente è il fratello Andrea), l'obiettivo è duplice. Si tratta di ampliare il mercato e di crescere all'estero. «A chi ci chiede quanto possiamo crescere, dato che abbiamo già il 47% della quota di mercato, rispondo che negli anni scorsi la crescita del farmaco è andata di pari passo all'incremento del mercato». Uno dei motivi è stato quello di parlare più non solo ai ginecologi, tradizionali prescrittori di ferro, ma anche a cardiologi e oncologi. Una delle frontiere è proprio quella delle fasi pre e post operatorie, dove avere dei livelli ottimali di ferro è una condizione particolarmente importante.

La nutraceutica, ossia l'uso della nutrizione per avere benefici sulla salute, sta vivendo un proprio boom. Mentre il settore dei farmaci nel 2016 è stato piatto, quello degli integratori è salito del 6,5%

Proprio la comunicazione è quello che distingue la società dai concorrenti. «Noi ci definiamo un po' unici - spiega Roberto Lacorte -. Pur essendo una piccola impresa e pur avendo come prodotto di punta un complemento nutrizionale, ci muoviamo sul mercato da grande impresa con un profilo da società farmaceutica. Ho molta difficoltà a identificare dei competitor che si muovono come noi». Questo vale, secondo Lacorte, sia per chi si occupa di nutraceutica sia per le società farmaceutiche che hanno aperto delle divisioni dedicate agli integratori alimentari. «Le grandi imprese hanno capito che quello dei complementi nutrizionali è un campo interessante, con delle buone marginalità, con un time to market molto breve - commenta -. Però tanti non hanno colto quanto sia importante caricare i prodotti nutraceutici di valori scientifici, attraverso intellectual properties, quindi brevetti, e un bagaglio di studi clinici a supporto delle stesse intellectual properties, perché il medico non dà peso ai brevetti se non c'è una validità a livello clinico».

L'altro modo con cui la società vuole allargarsi è l'espansione all'estero. Oggi la società vende per lo più in Italia, sebbene un passo importante per l'espansione oltre i confini sia stato fatto in Spagna e Portogallo, sulla scorta di una partnership con il gruppo farmaceutico Zambon. Il bersaglio grosso sono gli Stati Uniti, dove il mercato è enorme e non esistono ancora prodotti analoghi in commercio. «Ci stiamo organizzando per arrivare negli Usa al più presto, stiamo studiando il modello di business ideale». Il nuovo approccio prevede infatti uno sviluppo all'estero da realizzare in modo diretto, attraverso proprie filiali.

«Le grandi imprese hanno capito che quello dei complementi nutrizionali è un campo interessante, con delle buone marginalità, con un time to market molto breve. Però tanti non hanno colto quanto sia importante caricare i prodotti nutraceutici di valori scientifici»

Sostienici Newsletter

LINK IESTA

Chi Siamo | Privacy | Cookies | Contatti | Credits



420k Social Followers

DOSSIER ECONOMIA POLITICA ITALIA ESTERI INNOVAZIONE CULTURA BLOG

Il boom della nutraceutica ora si vede anche in Borsa

Al suo debutto in Borsa PharmaNutra ha guadagnato il 40% in un giorno. Il motivo? Le potenzialità di un integratore alimentare che sostituisce le iniezioni per contrastare le carenze di ferro. I titolari: «Siamo come un'impresa farmaceutica, non confondeteci con gli integratori di sali minerali»

di Fabrizio Patti



PHILIPPE HUGUEN / AFP
PHILIPPE HUGUEN / AFP

21 Luglio 2017 - 13:31

