

I risultati e le strategie di un piccolo gioiello che negli ultimi anni è stato capace di crescere a ritmi altissimi partendo da un modello di business tipico dell'industria farmaceutica

Cosimo Firenzani

■ LAINATE (Milano)

CRESCE a grandi balzi in un settore giovane, ma nel quale si fronteggiano già le principali case farmaceutiche. Kolinpharma, Pmi innovativa con sede operativa a Lainate e quotata sul mercato Aim, nel 2014 aveva un fatturato di 147mila euro ma nel 2017 aveva già superato i 4 milioni. La chiave? È un'azienda nutraceutica organizzata però come una casa farmaceutica sia nell'approccio alla ricerca e sviluppo che nell'organizzazione. Nutraceutica. Un termine coniato nel 1989 che unisce, appunto, le parole nutrizione e farmaceutica. Le aziende del settore studiano i componenti alimentari o i principi attivi presenti negli alimenti per realizzare prodotti con effetti positivi per il benessere e la salute, inclusi la prevenzione e il trattamento delle malattie. Quello italiano è uno dei principali mercati europei e ha superato i 3 miliardi di giro d'affari. Intanto, Kolinpharma, grazie alle prescrizioni in crescita dei prodotti a supporto delle cure ortopedico-fisiatriche e ginecologiche, fa registrare i ricavi nel primo semestre 2018 che sono più che raddoppiati rispetto allo stesso periodo del 2017.

«**LA NOSTRA** è stata una crescita molto veloce con grandi salti nel di fatturato – spiega Rita Paola Petrelli, presidente di Kolinpharma – Siamo andati a consolidare tutti i fattori di crescita che ci hanno portato ad un incremento del 202%. Sono stati fondamentali gli investimenti in ricerca e sviluppo e quelli nella formazione della nostra rete di vendita. E i risultati ottenuti ci hanno permesso di accedere al mercato finanziario, nel quale gli investitori istituzionali hanno riconosciuto subito la validità del nostro modello di business». Kolinpharma, fin dall'inizio, si è differenziata rispetto alla gran parte del settore: non ha puntato solo sui brevetti (ne ha 4 in Italia) ma ha investito anche sulle certificazioni (ne ha 9, 7 sui

Ecco come si cresce velocemente Kolinpharma, modello vincente nel business della nutraceutica



SAPER ESSERE DIFFERENTI

Rete di vendita molto preparata

I 66 informatori scientifici della società sono tutti laureati. Non è un obbligo per la nutraceutica

Certificazioni per tutte le esigenze

L'impresa ha puntato da subito sulle certificazioni Halal e Kosher per rispettare le regole islamiche ed ebraiche

prodotti e 2 sull'azienda). «Si tratta di certificazioni che si riferiscono alle regole islamiche (certificazione Halal), alle norme di alimentazione ebraiche (Kosher), alle esigenze dei celiaci, dei diabetici – racconta Emanuele Lusenti, amministratore delegato di Kolinpharma – E siamo stati i primi al mondo ad avere nel mercato nutraceutico, quindi preventivo, la certificazione "Doping Free" per gli sportivi in generale ma soprattutto per gli atleti professionisti». Un'altra scelta ben precisa è stata quella di selezionare per il ruolo di informatori medico scientifici solo personale laureato in discipline scientifiche. «Non è un obbligo nel mondo della nutraceutica ma sempre abbiamo dato un grande valore alla formazione considerando che, per la nostra comunicazione di

SETTORE IN CONTINUA ESPANSIONE

La nutraceutica rappresenta un mercato da 3 miliardi in Italia. Il termine unisce le parole farmaceutica e nutrizione

ordine scientifico, ci troviamo di fronte ad un medico», aggiunge Lusenti.

NEL MARZO 2018 Kolinpharma ha fatto un altro grande passo quotandosi sul mercato azionario Aim (il segmento riservato alle Pmi): «Lo status di azienda quotata ci ha aiutato nel migliorare i rapporti con istituti di credito e fornitori – aggiunge Rita Paola Petrelli – Adesso sono le banche che cercano Kolinpharma dopo aver analizzato la nostra posizione e aver visto i grandi margini di crescita che abbiamo». «Tra le nuove sfide c'è sicuramente quella dell'export – aggiunge Emanuele Lusenti – Per questo, dopo la quotazione, la società ha assunto un export manager. Un'attività non fa-

cile per un'azienda che si occupa di prodotti per i quali la regolamentazione è diversa da Paese a Paese, anche se in ambito europeo. Per questo motivo, l'azienda sta preparando da mesi lo sbarco verso nuovi paesi europei o extraeuropei dopo un'attenta analisi che ha permesso di individuare i 2-3 paesi più interessanti». L'azienda, però, sta lavorando anche per lanciare prodotti in nuovi settori: «Guardiamo con interesse altre specialità mediche – spiega Emanuele Lusenti – Sono progetti in fase di studio». Non solo: tra i prossimi obiettivi c'è anche quello di lanciare un dispositivo medico in ambito ginecologico alla quale l'azienda ha lavorato negli ultimi anni. Arriverà sul mercato intorno alla metà del 2019.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Formazione Pensare ai manager del futuro

■ LAINATE (Milano)

INVESTIRE sulla formazione è stato uno dei punti fermi di Kolinpharma fin dall'inizio. L'azienda adesso ha pure raggiunto un accordo con l'Università "La Sapienza" di Roma, per l'organizzazione del Master di II° livello con il titolo "Il manager chiave nell'azienda nutraceutica e cosmeceutica", per l'anno accademico 2018-2019, con la durata dei corsi da febbraio 2019 – a gennaio 2020. L'obiettivo del master è quello di formare la figura professionale del manager di aziende nutraceutiche e cosmeceutiche, un ruolo che si caratterizza per le competenze multidisciplinari e trasversali a tutti i processi di filiera: dall'analisi del mercato, alla commercializzazione finale del prodotto. «Aver portato a compimento un progetto formativo così ambizioso ci inorgoglisce e si sposa perfettamente con la nostra filosofia, cioè

quella dove alla continua ricerca di formulazioni e tecnologie estrattive innovative e brevettate, abbiamo voluto pensare anche ai "manager del futuro" investendo risorse, fornendo strumenti, e mettendo le nostre esperienze funzionali e industriali a totale beneficio dei candidati al Master».

UN ESEMPIO dello sviluppo di un nuovo prodotto gli aspiranti manager lo avranno anche da Miledix, l'ultimo lanciato da Kolinpharma. Un prodotto pensato per il benessere della donna e per la cura della sindrome premestruale e dismenorrea. Combina in modo unico un mix inedito di principi attivi, tra cui Affron, un estratto di zafferano standardizzato e clinicamente testato, magnesio bisglicinato chelato e L-triptofano e resveratrolo. Per il nuovo prodotto è stato già avviato l'iter procedurale per l'ottenimento di un nuovo brevetto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA