

L'INTERVISTA A MASSIMO SCACCABAROZZI, PRESIDENTE DI FARMINDUSTRIA

“Primi in ricerca e sostenibilità. Italia quarto esportatore di vaccini Covid”

Le imprese italiane del farmaco sono all'avanguardia nella sostenibilità, con risultati importanti di efficienza, e nella ricerca. Tanto da aver portato il Paese ad essere il quarto in Europa per l'esportazione del prodotto finito del vaccino Covid. Come annuncia Massimo Scaccabarozzi, presidente di Farmindustria, l'associazione

delle imprese del farmaco. Dopo lo sforzo per mantenere la produzione negli anni della pandemia, le aziende del settore devono fronteggiare le sfide del caro energia e dei colli di bottiglia nelle catene di approvvigionamento. Ma, assicura il presidente, non ci saranno aumenti per il consumatore finale.

Il settore si sta confrontando ancora con l'emergenza Covid e la ripartenza post pandemia. Quali sono le prospettive?

In questi due anni il settore ha fatto uno sforzo enorme non solo



↑ Massimo Scaccabarozzi, presidente di Farmindustria

per mantenere adeguata la produzione per tutte le patologie ma anche per incrementare l'occupazione senza, peraltro, perdere di vista la sostenibilità ambientale ed energetica. Credo, quindi, che

sia apparso sempre più chiaro il valore della presenza dell'industria farmaceutica non solo per la tutela della salute ma anche come fattore di sviluppo economico. Siamo tra i primi Paesi produttori in Europa, insieme alla Francia e alla Germania che ci hanno raggiunto, con un valore totale della produzione pari a 34,4 miliardi, e di questi esportiamo l'80%. Ovviamente ci siamo dovuti riorganizzare in modo differente, perché, oltre a

>> continua a pag. 4

FARMACOSMO

La Borsa per una farmacia digitale con l'impronta Esg



↑ Fabio de Concilio, Ceo di Farmacosmo

La scelta della Borsa per accelerare il piano di sviluppo attraverso una crescita per linee interne e M&A e proseguire il percorso digitale con uno sguardo anche al mondo del pet. Per Farmacosmo, l'ecosistema nativo digitale, che offre oltre 67.000 prodotti di 4.000 brand specializzati in salute e benessere, l'obiettivo è portare la farmacia del futuro (ma in genere l'ecosistema del benes-

>> continua a pag. 2

L'INTERVISTA A PAOLO MARCUCCI, PRESIDENTE DI KEDRION

“I plasmaderivati per l'economia sostenibile”

Prendersi cura delle persone e tutelare le comunità e i territori è una delle principali missioni di Kedrion Biopharma, l'azienda biofarmaceutica italiana, prima in Italia e quinta al mondo tra i produttori mondiali di plasmaderivati, come racconta Paolo Marcucci, presidente esecutivo della società rilevata di recente dai Fondi Permira. Che parla anche dell'impegno in un'ambiziosa operazione di crescita, che richiede una struttura per l'innovazione e la ricerca all'altezza e del lavoro per mettere il know-how a disposizione di vari progetti legati a possibili terapie contro il Covid-19.

La mission della vostra società è dare beneficio alle persone. Come vivete l'attenzione ai principi Esg, dal sociale all'ambiente?

Per Kedrion, prendersi cura delle persone è un valore fondamentale della propria missione aziendale, oltre che un dovere: significa assumersi la responsabilità di



↑ Paolo Marcucci, Presidente e Ceo Kedrion

tutelare e valorizzare le comunità e i territori in cui viviamo. Kedrion ritiene che la propria attività principale, produrre farmaci plasmaderivati spesso salvavita e rivolti a patologie rare o rarissime, sia - di per sé - un progetto che contribuisce a un'economia sostenibile e a

una società più equa e giusta. Oltre a questo, Kedrion è specificamente impegnata in attività di mitigazione dell'impatto ambientale della propria attività manifatturiera, che per sua natura prevede emissioni, consumo di acqua ed energia, produzione di rifiuti; per quanto riguarda le attività rivolte alle comunità locali, Kedrion ha frequenti e proficue interazioni con i territori in cui sono insediati i propri impianti produttivi (in Italia a Lucca e Napoli, negli Stati Uniti, in Canada e in Ungheria) e centri di raccolta del plasma. Tali attività

>> continua a pag. 3

“Misurare l'impatto comunitario per il benessere”

Misurare l'“impronta comunitaria” per studiare gli “impatto Paese” dell'azienda: un percorso utile allo sviluppo delle politiche di responsabilità sociale e ambientale e per avviare un percorso che mira ad avvicinare l'azienda ai suoi stakeholder, o più precisamente alle diverse comunità sul cui benessere le attività di Angelini Pharma Italia hanno un impatto significativo. Così, la società del gruppo Angelini Industries, top player del settore farmaceutico e

della salute, tra le prime aziende per volumi di vendita grazie a marchi leader di mercato come Tachipirina e Amuchina, ha affidato a Fondaca (Fondazione per la cittadinanza attiva) la rendicontazione delle azioni volte al benessere economico, ambientale, sociale e culturale per valutare i passi fatti e quanto necessita di un investimento in termini di attenzione e di strategie di potenziamento e di sviluppo. Basandosi su dati che riguardano il periodo 2019- 2021

(scegliendo di registrare una situazione di partenza dell'azienda che comprendesse anche un anno – il 2019 – in cui non era in corso l'emergenza Covid-19) lo studio, analizzato da SustainEconomy,24, spiega l'impegno sostenibile in Italia di Angelini Pharma. A partire dal 'benessere economico' che registra il concorso allo sviluppo economico al livello nazionale e nei territori, l'impulso alla occupazione in condizioni di eguaglianza e il contributo allo sviluppo della

economia circolare. Dalle stime condotte per conto dell'azienda, risulta che la quota di Pil assicurata da Angelini Pharma Italia è stata pari a 536,5 milioni di euro nel 2019 e 550,1 nel 2020. Per l'occupazione, al 2021, Angelini Pharma Italia occupa direttamente 1.537 persone con 930 impiegate nei tre stabilimenti produttivi di Ancona, Aprilia (Roma) e Casella (Genova). Le donne sono il 41,7% del totale

>> continua a pag. 4

>>> DALLA PRIMA PAGINA - L'INTERVISTA A FABIO DE CONCILIO, CEO DI FARMACOSMO

sere e della bellezza) nelle grandi città. Come racconta il fondatore e ceo Fabio de Concilio. E con una forte impronta Esg dal packaging ecosostenibile, alla logistica, all'impegno per la riforestazione, all'ultimo miglio elettrico e alla riduzione di CO2.

Poco meno di un mese fa il debutto in Borsa. Perché questa scelta e quali le prospettive?

Farmacosmo è passata da circa 6 milioni di revenue a più di 60 milioni nel giro di 5 anni e si è affacciata al mercato pubblico senza debito, crescendo esclusivamente con le proprie forze. Siamo partiti in cinque soci, che avevano precedentemente condiviso un'esperienza di successo sempre nell'e-commerce, con prezoforte.it, e abbiamo deciso di investire capitale e competenze; oggi abbiamo un organico di oltre 50 talenti e la capacità di generare mezzo milione di ordini all'anno, con numeri che rappresentano un'eccellenza assoluta del settore. Ma la dimensione che abbiamo raggiunto ci ha fatto interrogare sul futuro. Il mercato in cui operiamo, anche se in Italia è ancora poco affollato, ha visto aumentare il numero di player. E Farmacosmo necessitava di rafforzarsi. Noi siamo nativi digitali, abbiamo ebitda e revenue sempre positivi dalla nascita e abbiamo deciso, invece, di approcciare un investimento con un private equity, di intraprendere la strada più in salita, un'Ipo da che ha raccolto complessivamente 23 milioni di euro in questo particolare momento geopolitico. Perché? Abbiamo raccolto capitali per continuare a perseguire la strada digitale e tenerci fuori dall'arena competitiva della grande aggregazione delle farmacie. Ci siamo presentati al mercato spiegando agli investitori che le risorse dell'Ipo consentiranno di accelerare il raggiungimento dei nostri obiettivi strategici: il consulto telemedicale (che attiveremo a breve sulla nostra app, real

time 24/7), delle camere virtuali con i farmacisti e stiamo aggregando una piccola rete di farmacie e parafarmacie per poter continuare a perseguire il mondo dell'omnicanalità con il nuovo modello meglio noto come Qcommerce (quick commerce). Vogliamo portare la farmacia del futuro nei centri storici. In questa fase ogni punto fisico rappresenterà un nuovo nodo della nostra rete logistica, che ci consentirà di evolvere la nostra offerta in Q-commerce, di ricevere sulla nostra piattaforma un ordine la mattina e consegnarlo nel “same day”.

Il Covid ha spinto l'e-commerce e le abitudini sono cambiate. Cosa vi aspettate?

Quello che è successo negli ultimi 2 anni ci ha dimostrato quanto la cultura italiana sta evolvendo verso il digitale. E le potenzialità offerte dal mercato domestico sono enormi. L'Italia ha un tasso di penetrazione nel pharma & beauty che è il più basso d'Europa. Noi siamo al 4% mentre il mercato più maturo è la Germania che sfiora il 20%, con un giro d'affari che va dai 500-700 milioni in Italia contro i 13 miliardi tedeschi. Ma, ad un tasso di penetrazione decisamente più basso rispetto agli altri mercati europei corrispondono livelli di crescita a doppia cifra. E con il mercato italiano che vale 22 miliardi siamo convinti che esista una prateria da percorrere, consapevoli di uno scenario fortemente competitivo in cui l'orientamento alla qualità del servizio si consolida come driver di preferenza del consumatore.

Cosa c'è nel futuro di Farmacosmo? Guardate a M&A?

Stiamo guardando delle operazioni di M&A e, in quanto e-commerce del benessere, siamo anche titolari di un dominio, profumeriaonline.it, che sarà lanciato entro 3 mesi, con tutti i brand di lusso della profumeria che ci consentirà di ampliare ulteriormente la nostra offerta. E poi

abbiamo un'attenzione particolare sul pet, che anche in questo caso intendiamo nella duplice accezione di benessere e tecnologia.

Siete una società Esg compliant. Quanto è importante? E in cosa si traduce il vostro impegno?

E' una cultura che abbiamo profondamente dentro di noi. Giovanni De Stefano che è il nostro marketing manager si è fatto carico in questa fase intermedia di traghettare Farmacosmo verso un adeguato posizionamento Esg. Nel 2021 abbiamo approvato il bilancio di sostenibilità e ci siamo dedicati a quello che impattasse di più in relazione a quello che è il nostro lavoro: la logistica. Così abbiamo cercato di ottimizzare i nostri processi logistici rendendoli più efficienti soprattutto dal punto di vista dell'utilizzo della plastica: abbiamo un accordo con i nostri fornitori che ci portano delle ceste che sono tutte riutilizzabili. Utilizziamo un packaging che è totalmente eco sostenibile fatto per il 100% da carta riciclata per quanto riguarda i colli e il materiale di riempimento e ha un nastro in carta semi crespata tutto in gomma naturale fatto da resine idrocarburi- che. Abbiamo poi una minimizzazione dei resi che, grazie anche ai software che abbiamo sviluppato, sono solo lo 0,05%. Da novembre, infine, abbiamo un accordo con Treedom per la realizzazione di quella che abbiamo definito 'foresta Farmacosmo' dove ci impegniamo nei prossimi anni a piantare migliaia di alberi, con un impegno sia sociale che di riduzione di CO2. Abbiamo, poi, un accordo con un primario operatore di shipping per la riduzione delle emissioni. Guardando infine a Farmacosmo il nostro ambiente di lavoro possono assicurare quindi non ci sono differenze di genere e la società ha istituito un bonus per i dipendenti per le nuove nascite. ■

“Impegnati in una crescita ambiziosa”

di raccordo con le comunità locali trovano naturale completamento con le relazioni che l'azienda intrattiene con primarie istituzioni locali, nazionali e internazionali di formazione universitaria e avanzata, e di ricerca scientifica. In quanto Ente di Interesse Pubblico (EIP) fino a poche settimane fa, cioè prima del rimborso anticipato di un bond emesso nel 2017 e quotato sulla piazza finanziaria di Dublino, nello scorso quinquennio Kedrion ha redatto una Dichiarazione Non Finanziaria (Dnf) annuale. La Dnf descrive nel dettaglio le priorità di Kedrion sui temi Esg, le strategie e i processi adottati per perseguirle, rendicontando numerosi aspetti della propria attività non finanziaria. Ed è revisionata da un auditor esterno indipendente, nel nostro caso la società EY, che negli ultimi anni ha approvato il documento senza rilevare alcuna omissione, con ciò certificando che il processo di rendicontazione nell'area Esg è svolto dall'azienda in maniera completa e accurata. Nel futuro, sebbene non obbligata dalla normativa sugli EIP, Kedrion ha intenzione di non disperdere il patrimonio di conoscenze acquisito attraverso l'esperienza della Dnf; l'azienda continuerà a sostenere, sviluppare e rendicontare le proprie attività nel campo non finanziario (ambiente, gestione delle persone, rapporto con le comunità locali, governance).

Quanto contano l'innovazione e la ricerca per la vostra società?



Kedrion è un'azienda biofarmaceutica, peraltro impegnata in un'ambiziosa operazione straordinaria di crescita, e deve essere dotata di una struttura per l'innovazione e la ricerca all'altezza delle proprie ambizioni. Pur in coerenza con i nostri obiettivi contingenti di budget, che sono oltretutto propedeutici alla realizzazione della nostra espansione nel medio e lungo termine, Kedrion sostiene attraverso un'apposita struttura di Innovazione e Ricerca le attività volte ad ampliare le proprie conoscenze delle proteine e dei prodotti derivati dal plasma umano, anche in collaborazione con le istituzioni scientifiche con cui abbiamo accordi e partenariati. La ricerca di nuovi prodotti, il loro sviluppo e il miglioramento dei processi industriali e organizzativi dei prodotti esistenti costituiscono per noi una delle modalità più importanti per raggiungere la nostra missione, cioè costituire un ponte fra i donatori di plasma e i pazienti che utilizzano i prodotti

plasmaderivati.

Veniamo da due anni complessi caratterizzati dalla pandemia di Covid-19. Per voi ha rappresentato anche una sfida con lo studio e lo sviluppo di una terapia al plasma. Ce ne parla?

Per il nostro settore la pandemia ha prima di tutto costituito una seria sfida, dato che la raccolta di plasma mondiale, nel biennio 2020-2021, è drasticamente calata rispetto a un trend secolare in forte ascesa. Ricordo infatti che la quantità di farmaci che il nostro settore può produrre dipende dal plasma raccolto, che è purtroppo insufficiente a raggiungere tutti i pazienti in condizione di bisogno nel mondo. La pandemia ha aggravato questa insufficienza e speriamo di tornare presto, come settore nel suo complesso, ad aumentare il plasma raccolto e a disposizione per la trasformazione industriale. Nel corso della pandemia abbiamo inoltre messo il nostro know-how a disposizione di vari progetti legati a possibili te-

rapie contro il Covid-19. L'arrivo e la diffusione massiccia di vaccini molto ben funzionanti hanno rallentato queste attività; tuttavia, continuiamo a lavorare per essere il più aggiornati possibile sulle opportunità che un materiale biologico ricco e meraviglioso come il plasma può offrire ai sistemi di salute pubblica, anche in caso di eventi imprevisi e gravi come quelli pandemici.

Kedrion è leader internazionale nei plasmaderivati con vendite in oltre 100 Paesi, sei stabilimenti e 30 centri di raccolta negli Usa. Con l'ingresso del fondo Permira la vostra società guarderà ancora più all'estero? Cosa vede nel futuro di Kedrion?

Kedrion vede nella partnership con Permira e nell'ingresso in azienda di questo prestigioso fondo di private equity l'opportunità cui da anni stavamo guardando per portare avanti il nostro processo di crescita, sviluppo del portafoglio prodotti, internazionalizzazione e rafforzamento della nostra azienda in un settore molto concentrato e competitivo. Siamo nella fase fra il signing e il closing dell'operazione, che credo possa avvenire nella seconda parte dell'anno: essa permetterà alla nostra realtà, che resterà ben piantata in Italia, di offrire una maggiore presenza internazionale e di raggiungere con prodotti di qualità un numero sempre più alto di pazienti nel mondo, a beneficio della qualità della loro vita. ■



“Impegno green su tutto il ciclo del farmaco”

fare ricerca e produrre vaccini contro il Covid, dovevamo preoccuparci anche di assicurare i farmaci per le altre patologie. Tutto questo ha comportato un rallentamento della crescita che il settore aveva registrato negli anni precedenti perché, ovviamente, il Covid ha fatto sì che ci fosse un minor ricorso alle terapie, un minor numero di screening e di interventi rimandati perché i pazienti non potevano o non volevano andare in ospedale. Oggi, poi, le imprese si trovano di fronte ad uno scenario complesso e difficile: i colli di bottiglia nelle catene di forniture e l'aumento dei costi dell'energia.

Quindi il caro prezzi pone nuove sfide al settore?

L'aumento dei costi e la crisi sul mercato delle materie prime stanno mettendo in difficoltà le aziende. Da alcune analisi svolte abbiamo visto che rispetto al 2021, come per altri settori, il prezzo dell'energia è cresciuto di oltre il 300% e quello dei trasporti intercontinentali anche di più; quindi, per noi, che siamo un settore che esporta, soprattutto la parte logistica sta pesando in modo molto importante. E le aspettative per i prossimi mesi sono di ulteriori aumenti di costi e di rischi di approvvigionamento. Tra l'altro, i nostri prezzi sono controllati, negoziati e fissi e quindi – giustamente – gli aumenti non possono ricadere sui pazienti. Credo che sia importante fare sì che vengano utilizzate pienamente le risorse a disposizione della farmaceutica e quelle stanziare senza attuare i tagli di prezzo con le solite politiche di contenimento dei costi. Non chiediamo un aumento dei prezzi,

ma, almeno, che non ce li taglino in un momento così difficile.

Il nostro Paese, comunque, continua a investire in ricerca e sviluppo in farmaceutica e salute? Gli investimenti proseguono?

Assolutamente sì. La ricerca è proseguita durante la pandemia e va avanti anche ora. Un risultato straordinario che si è generato durante il Covid è l'aumento della collaborazione tra imprese e istituzioni, tra attori della ricerca e sviluppo sia nazionale sia globale e con una partnership pubblico-privato che è ancora più forte. È straordinario che l'Italia si colloca ai primi posti, addirittura il quarto posto al mondo, dopo Usa, Cina e Regno Unito, per le pubblicazioni scientifiche relative al Covid che sono quasi 8mila. Va sottolineato, poi, un altro risultato che è passato un po' in sottordine: nel 2021 c'è stata la crescita di oltre il 30% delle domande di brevetti di farmaceutici in Italia e credo che questo sia estremamente significativo. E voglio evidenziare un altro aspetto: all'inizio della pandemia, pur capendo l'importanza della ricerca, veniva evidenziato che c'erano problemi di produzione dei vaccini. Sono orgoglioso di dire che, a distanza di un anno da quando sono stati sviluppati i vaccini, in Italia sono state somministrate 136 milioni di dosi ma – e anticipo un dato nuovo – siamo il quarto Paese in Europa per l'esportazione del prodotto finito del vaccino Covid: un miliardo e mezzo di dosi sono uscite dall'Italia oltre a quelle che sono state somministrate. Credo che sia la migliore risposta che l'industria farmaceutica abbia dato.



Il comparto farmaceutico sta portando avanti una riorganizzazione improntata alla sostenibilità e all'attenzione verso l'impatto ambientale. Si riesce a coniugare il business con l'attenzione all'ambiente e al sociale?

Soprattutto noi, che ci occupiamo di salute, dobbiamo essere coerenti con la nostra missione. Quindi, il nostro approccio riguarda tutto il ciclo di vita del farmaco ed è sempre più orientato all'efficienza. Negli ultimi 10 anni è diminuito del 59% il consumo energetico – a fronte dell'industria manifatturiera che in Italia l'ha ridotto del 17% – e abbiamo tagliato le emissioni di gas climalteranti del 32%. E anche in prospettiva, secondo un'indagine che abbiamo fatto, nei prossimi 5 anni, l'88% delle imprese farmaceutiche è impegnato a ridurre i rifiuti prodotti e il 55% ad eliminare l'uso della plastica. Quindi, da questo punto di vista, l'impegno continua. ■

>>>DA PAGINA 2 - LO STUDIO ANGELINI PHARMA

degli occupati e le donne che ricoprono posizioni apicali sono 23, in aumento di 5 unità rispetto al 2018, pari al 28% del totale dei dirigenti. Per quanto riguarda il gender pay gap, tra il 2019 e il 2021 è diminuito del 7,4% nella mediana (da 23,4 a 16%) e dell'1,2% in media (da 1,3 a 0,1%). In una logica di economia circolare negli stabilimenti di Ancona e Casella e nel sito di Aprilia si lavora a ridurre i rifiuti e al recupero, dove possibile, dei solventi utilizzati nei processi chimici mediante impianti di distillazione.

Nella dimensione del 'benessere ambientale', invece, sono stati presi in considerazione gli impegni di Angelini Pharma Italia per

ridurre e qualificare il consumo energetico, l'impatto ambientale della produzione, della fornitura e della distribuzione e per migliorare la qualità dell'ambiente dei territori che ospitano gli stabilimenti. Tra il 2019 e il 2021 Angelini Pharma ha ridotto il consumo energetico, attraverso due strategie: il risparmio di energia e l'uso di fonti rinnovabili. Per quanto riguarda il risparmio energetico, nel 2019 l'energia risparmiata è stata pari a 198 tonnellate equivalenti di petrolio (Tep), nel 2020 a 277 e nei primi sei mesi del 2021 è stata pari a 151, rendendo ragionevole la previsione di un ulteriore risparmio nell'intero anno 2021. Per quanto riguarda l'uso

di fonti rinnovabili, l'energia autoprodotta è stata pari nel 2019 a circa 14,8 milioni (kWh), nel 2020 a 15 milioni e nel primo semestre del 2021 a 8,4 milioni. Con riferimento all'anno 2020, l'uso di fonti rinnovabili ha rappresentato il 52% del totale di energia impiegata. Ciò ha permesso di ridurre le emissioni di CO2 dei siti produttivi di 1.000 tonnellate l'anno. Una seconda linea operativa è stata quella dell'incremento della mobilità sostenibile. Sostenere l'empowerment delle persone con patologie in termini di cura e di riconoscimento sociale, consolidare e rafforzare i legami sociali e le reti di solidarietà, rafforzare le reti di cura del terri-

torio rientrano nella dimensione del 'benessere sociale'. Con un particolare sviluppo durante l'emergenza Covid19 con la società in prima linea accanto alla comunità, con l'aumento della produzione di tutti i prodotti a marchio Amuchina e la distribuzione a scuole, Regioni, Protezione civile e associazioni di medici di medicina generale. Nella dimensione del benessere culturale sono stati considerati gli impegni a incrementare la conoscenza e la consapevolezza dei cittadini sulla prevenzione e sui conseguenti comportamenti, a sostenere la crescita di conoscenze e know-how delle professioni sanitarie a sostenere la crescita culturale dei giovani. ■