ITALIA OGGI

10/03/22

Estratto da pag. 26

Sono entrati nello stile di vita. Molti i prodotti di grandi brand fatti da aziende specializzate

Integratori italiani crescono

Procemsa (Investindustrial) compra la tedesca Aakamp

DI ANDREA SECCHI

Gli integratori non sono ormai più prodotti per frequentatori delle palestre e cultori della forma fisica. Basti vedere quanto spazio è dedicato loro anche nella grande distribuzione, quando prima erano destinati a farmacie e negozi specializzati, e soprattutto quale sia la varietà di utilizzo consigliato. **Alessandro Sertorio**, amministratore delegato di Farmaceutici Procemsa, azienda italiana specializzata in questo settore controllata da Investindustrial, parla di una visione «lifestyle» degli integratori: «prima dovevi essere un minimo a conoscenza di questo mondo, avere una cultura personale. Negli ultimi due anni il discorso è cambiato: è diventato importante migliorare il proprio stile di vita e gli integratori fanno parte di questo miglioramento. Tanto è vero che prima il range dei consumatori era composto per la maggior parte da donne, sopra 30/35 anni, adesso la tipologia di consumatore si è differenziata e si coprono tutte le età, a partire dalla prima infanzia».

Proprio ieri Investindustrial, la società di investimento guidata da **Andrea Bonomi,** ha annunciato che Procemsa ha sottoscritto un contratto per l'acquisizione di Aakamp, azienda tedesca che opera nello sviluppo e nella produzione di integratori in tutte le forme farmaceutiche, «per consolidare la propria leadership internazionale nel mercato della cosmetica e degli integratori alimentari», con un'operazione che dovrebbe concludersi entro la metà di aprile. Aakamp manterrà il suo attuale management, ma l'unione fra le due servirà a rendere l'offerta verso le aziende clienti completa, un «one stop shop», come ha spiegato Sertorio.

Sia Procemsa, con un fatturato superiore a 50 milioni di euro, che Aakamp, che ne fattura oltre 40, operano infatti per conto terzi. Procemsa serve principalmente multinazionali e aziende farmaceutiche a cui all'occorrenza può offrire il ciclo completo, dalla ricerca alla produzione finale dei prodotti. Aakamp ha clienti che operano nel direct to consumer e nell'online, un aspetto che mancava a Procemsa, a cui si aggiungono le capacità nelle soft gel, tecnologia non presente nell'azienda italiana. Si comprende così quale sia la realtà industriale di questo settore sempre più importante nella spesa dei consumatori: aziende come Procemsa realizzano la stragrande maggioranza dei prodotti del genere che si trovano nelle farmacie e negli altri punti vendita, marchiati con i grandi nomi che tutti conoscono.

«Questo progetto non ha inizio oggi ma fa parte di un piano strategico già in essere anche prima di sposarci con Investindustrial», dice Sertorio. «La volontà è quella di costruire un gruppo leader a livello europeo e nel medio termine anche oltre. Creare uno one stop shop: non volersi concentrare su un'unica forma farmaceutica, ma differenziare per poter dare un servizio sempre più completo ai nostri clienti».

Procemsa non si ferma agli integratori. Nel catalogo ci sono i cosiddetti medical device, tra i quali i prodotti contro le afte in bocca, per esempio, o quelli antireflusso. Un gradino sopra gli integratori ma non ancora medicinali, sebbene per le proprietà meccaniche siano in grado di aiutare contro determinati problemi. Poi c'è il terzo segmento, la cosmetica, nel quale si trova il mondo cosmeceutico (creme contro i dolori articolari, per esempio) e il beauty vero e proprio con le creme viso e corpo.

© Riproduzione riservata

Il range di acquirenti si è allargato a tutte le fasce di età

Telpress Servizi di Media Monitoring