

## Piccole &amp; Medie

39

## AZIENDE, STORIE, PERSONE



## Ruote condivise ancora più verdi

(ca.cl.) Lo sharing dei veicoli a zero emissioni cresce, passando dai circa 650 mezzi del 2015 ai più dei 2.200 circolanti in Italia nel 2017. In generale, il mercato europeo delle auto elettriche è salito del 38% nel 2017, mentre il rapporto «Mobilità sostenibile e veicoli elettrici» di Repower prevede che per la mobilità sostenibile saranno investiti circa 90 miliardi in ricerca e sviluppo nei prossimi due anni.



## Il lusso soffre la contraffazione

(ca.cl.) Vale 26,3 miliardi la perdita annuale di entrate per l'economia europea causata dalla contraffazione nel settore della moda e del lusso. Una cifra che corrisponde al 9,7% delle vendite totali del comparto e che incide sulla scomparsa di oltre 360mila posti di lavoro. Tra le tecnologie per contrastare il fenomeno, le etichette con numeri unici e il tag Rfid (radio-frequency identification) nelle suole delle scarpe.

35

## Miliardi per la cybersecurity

(ca.cl.) È il valore del mercato europeo, entro il 2020. Oggi il settore vale 22 miliardi. Secondo Plimsoll, 31 su 79 imprese italiane hanno aumentato del 10% gli investimenti in sicurezza, toccando il miliardo nel 2018.

## EXPORT IL MODELLO ENTEROGERMINA



## Tecnologia

Andrea Rangone,  
ceo di Digital360

## Accompagniamo pubblico e privato sul pianeta digitale

La missione è quella di accompagnare le imprese e le pubbliche amministrazioni nella comprensione della trasformazione digitale, favorendone l'incontro con i fornitori di soluzioni e servizi innovativi.

Lo strumento è una piattaforma multicanale, una «matchmaking platform» come la definisce il ceo Andrea Rangone, che offre contenuti, eventi, coaching, consulenza e servizi customizzati per collegare domanda e offerta di innovazione. Digital360, gruppo quotato in Borsa da giugno 2017 sull'Aim, negli ultimi mesi ha compiuto tre rilevanti acquisizioni che ne rafforzano il posizionamento in alcune aree strategiche del core business e pongono le basi per lo sviluppo futuro. Andrea Rangone, fondatore degli osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano, dal 2015 è alla guida di questa iniziativa imprenditoriale, partita da una semplice constatazione: «Qualsiasi impresa, privata o pubblica amministrazione, non ha futuro se non affronta in maniera seria il tema della trasformazione digitale e dell'innovazione imprenditoriale».

Il gruppo opera attraverso tre realtà integrate: Ict&Strategy, network di innovazione digitale; Partners4Innovation, che affianca le imprese per aiutarle a innovare; Fpa, che accompagna la pubblica amministrazione nel percorso di innovazione istituzionale. A queste aree si aggiungono le competenze frutto di tre recenti acquisizioni. I conti mostrano un'interessante redditività: «Il bilancio 2017 proforma, ottenuto includendo le tre società appena acquisite, riporta ricavi per 19,25 milioni e riporta inoltre un patrimonio netto di 8,91 milioni di euro». Per il futuro di Digital360, Rangone delinea i driver principali: «Sviluppo, innovazione tecnologiche e ulteriori acquisizioni strategiche nel settore».

Fabio Schiavo

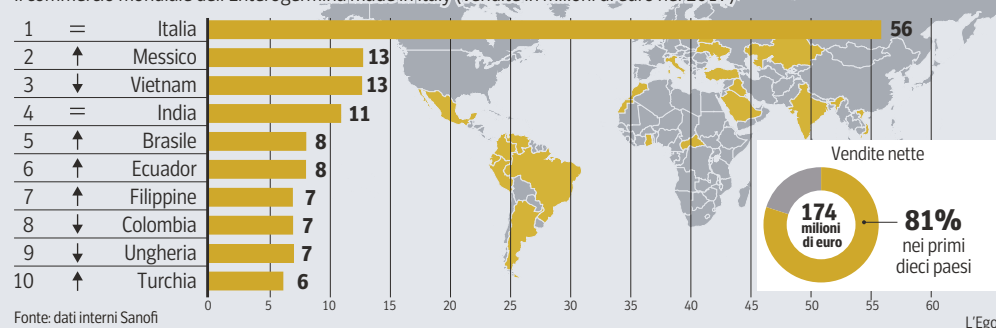
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alla scoperta delle imprese dei principi attivi farmaceutici: vendono l'85% della produzione all'estero  
La collaborazione con le multinazionali

di Isidoro Trovato

## Il caso

Il commercio mondiale dell'Enterogermina made in Italy (vendite in milioni di euro nel 2017)



Fonte: dati interni Sanofi

L'Ego

Il made in Italy sa «indorare la pillola» e la sa anche vendere. Il settore italiano dei principi attivi farmaceutici (API - Active Pharmaceutical Ingredients) con un giro d'affari di 3,6 miliardi di euro, rappresenta il 9% del mercato mondiale, che vale complessivamente 41 miliardi di euro. L'elevata qualità degli API italiani è riconosciuta all'estero, tanto che la quota di export raggiunge l'85%: Stati Uniti (40%), Europa (36%), Giappone (18%). «Investimenti continui in ricerca e tecnologia sono la nostra carta vincente nel mondo della chimica-farmaceutica — ha affermato il presidente Paolo Russolo in occasione della nomina alla guida di Aschimfarma, aderente a Federchimica/Confindustria —. L'attenzione del settore alla ricerca e sviluppo, unita all'alto livello di qualità di prodotto, di sicurezza e di rispetto dell'ambiente si sono dimostrati fattori vincenti sulla concorrenza asiatica e hanno indotto le imprese multinazionali farmaceutiche a ritornare a collaborare per progetti di sviluppo con le imprese italiane».

## Il modello

La capacità tutta italiana di creare eccellenze in campo farmaceutico è confermata dall'interesse che esprimono

anche multinazionali del farmaco nei confronti del made in Italy. Un caso eloquente è quello di Sanofi e dello stabilimento italiano di Origgio (alle porte di Milano). In Italia, Sanofi è una delle principali realtà industriali del settore farmaceutico con una presenza radicata su tutto il territorio nazionale, un fatturato di 1,5 miliardi di euro nel 2017 e oltre 2.500 dipendenti, di cui 1000 impiegati nei siti produttivi.

A fare da punta di diamante è «enterogermina», un prodotto tutto italiano, lanciato nel 1958 e passato nel 1999 da prodotto etico a farmaco da banco senza obbligo di prescrizione medica.

## Multinazionali

Da anni enterogermina è diventato anche prodotto da export «Con una produzione di 350 milioni di flaconi prodotti ogni anno, il sito di Origgio è il principale fornitore di Enterogermina per i mercati di tutto il mondo — commenta Roberto Di Domenico, direttore dello stabilimento Sanofi di Origgio —. Negli ultimi anni lo stabilimento ha beneficiato di importanti investimenti che l'hanno reso protagonista nella competizione globale, nello sviluppo di nuove formulazioni di prodotti e nel supporto alla ricerca scientifica, oltre ad aver contribuito in maniera decisiva allo sviluppo dell'economia del territorio».

Grazie ai key Brand globali che produce e alla sua eccellenza in termini di qualità, sicurezza e produttività, lo Stabilimento di Origgio è uno dei siti più rilevanti nell'ambito della Consumer Healthcare Sanofi. «Una posizione che verrà ulteriormente consolidata nel corso del prossimo triennio — afferma Fabio Mazzotta, direttore business Unit Consumer Healthcare — Verrà attuato un consistente piano di investimenti che permetterà di raddoppiare la produzione

di farmaci in forme liquide per uso orale. L'Italia rappresenta infatti uno dei Paesi più rilevanti per il network industriale Sanofi nel mondo e per i suoi prodotti, destinati al mercato globale. Come nel caso di Enterogermina, commercializzato in oltre 50 paesi, il cui export si stima continuerà ad intensificarsi nei prossimi anni, arrivando a rappresentare i 3/4 del totale della domanda mondiale nel corso del prossimo triennio. Quello latinoamericano è già il secondo mercato dopo l'Italia, nel prossimo futuro puntiamo sulla Russia e poi toccherà alla Cina».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Packaging

Marco Stevanato, vice presidente  
dell'azienda di famiglia

## Che business nelle scatolette delle medicine

«La nostra strategia non si limita ad accrescere l'export, ma punta a farci diventare «domestici» nei Paesi in cui vediamo maggiore sviluppo e opportunità di mercato». La pensa così Marco Stevanato, vicepresidente dell'omonimo gruppo padovano, che dal 1949 è attivo nel packaging per il settore farmaceutico: dai contenitori di vetro ai dispositivi in plastica, fino ai macchinari per la loro produzione e l'impacchettamento. L'ultima mossa del gruppo? L'apertura di un polo produttivo in Brasile che ha richiesto un investimento da 30 milioni di euro.

E che si aggiunge agli altri 13 siti specializzati dall'Italia al Messico, fino alla Cina. Il tutto, accompagnato da un aumento dei posti di lavoro: più di 200 assunzioni dal 2015 al 2017. «Perseguiamo — dice Stevanato — una politica di espansione nei paesi esteri, sia attraverso un percorso di acquisizioni, sia attraverso la costruzione di nuovi impianti».

Due pilastri strategici della filosofia di Stevanato ai quali si aggiunge l'impegno in ricerca e sviluppo. «Ogni anno — dice il vicepresidente — investiamo circa il 4% del fatturato (478 milioni nel 2017 - dati di preconsuntivo - in crescita del 5,5% sul 2016) in progetti mirati ad ottimizzare le prestazioni del vetro nell'interazione con i farmaci. L'innovazione, del resto, è una componente fondamentale della nostra crescita. L'Internet delle cose, lo studio dei farmaci personalizzati, l'utilizzo di dispositivi di somministrazione del farmaco wearable (indossabile e a rilascio graduale) sono solo alcuni dei trend sui quali stiamo lavorando».

Non mancano i propositi per il futuro, tra cui l'ampliamento dello stabilimento di Piombino Deve in cui saranno installate tecnologie d'avanguardia per la produzione di dispositivi per la somministrazione dei farmaci. «Un progetto che ci vedrà impegnati per i prossimi 3 anni».

Carlotta Clerici

© RIPRODUZIONE RISERVATA