

L'unione fa la forza: nasce Alfasigma

La globalizzazione impone dimensioni adeguate, per poter far fronte alla competizione. Nasce così Alfasigma, una nuova realtà tutta italiana, che si colloca tra i leader dell'industria farmaceutica

In tempi di rapidi cambiamenti e di competizione globale, una dimensione adeguata è indispensabile per affrontare le sfide del mercato farmaceutico e per poter investire le risorse necessarie in ricerca, sviluppo, innovazione. Proprio per questo due storiche realtà italiane, Alfa Wassermann e Sigma-Tau, hanno deciso di mettere in comune il loro patrimonio di uomini, prodotti e competenze, ponendo così le basi per un'ulteriore crescita. Alfasigma -questo il nome del nuovo Gruppo- è tra i primi cinque operatori del settore farmaceutico in Italia, sia per i prodotti da prescrizione, sia per quelli di automedicazione, e ha una presenza radicata a livello internazionale. È un gruppo solido, al passo con i tempi, con tanta storia alle spalle e tanto futuro davanti.

Per saperne di più abbiamo incontrato un manager ben noto ai farmacisti, Stefano Brovelli, direttore del Corporate consumer care di Alfasigma.

■ Quando sono nate le due aziende?

Alfa Wassermann viene fondata a Bologna dal Cavaliere del lavoro Marino Golinelli il 24 gennaio del 1948 e, grazie a una strategia vincente basata su ricerca tecnologica e innovazione, si propone in breve come una

delle aziende di maggior successo nel mercato. Nel 1957, invece, Emilio e Claudio Cavazza fondano Sigma-Tau IFR SpA, destinata a diventare in poco tempo leader dell'industria farmaceutica italiana.

■ Qual è l'attuale dimensione del Gruppo in termini di fatturato e dipendenti?

Il fatturato supera un miliardo di euro, di cui circa il 40% nei mercati esteri, con una forte presenza in Europa e negli Stati Uniti. L'azienda ha 15 consociate estere ed è presente in oltre 60 Paesi. In Italia, Alfasigma opera con le proprie sedi di Bologna, Milano e Pomezia. Inoltre, ha siti produttivi ad Alanno (Pescara), Sermoneta (Latina) e Pomezia (Roma).

■ Quali sono le principali aree terapeutiche?

Il gruppo è presente in diverse aree terapeutiche: gastroenterologia, medicina vascolare, ortopedia, infettivologia, broncopneumologia e via dicendo. Il suo listino è composto da prodotti da prescrizione, prodotti di automedicazione, nutraceutici e medical device.

■ Per quanto riguarda i prodotti Otc e i prodotti dell'area cura e benessere, cioè quelli che costi-



Stefano Brovelli, direttore Corporate consumer care di Alfasigma

tuiscono il comparto più di competenza del farmacista, qual è la vostra posizione di mercato?

Siamo una delle aziende leader, con una presenza che ci colloca tra le prime 5 industrie del mercato. Nello specifico, siamo presenti con posizione di rilievo nell'area gastrointestinale, nel mercato della gola, nell'analgesia, nel mercato dei multivitaminici e tonici e nel segmento della cura della persona, dove siamo leader nell'oral care.

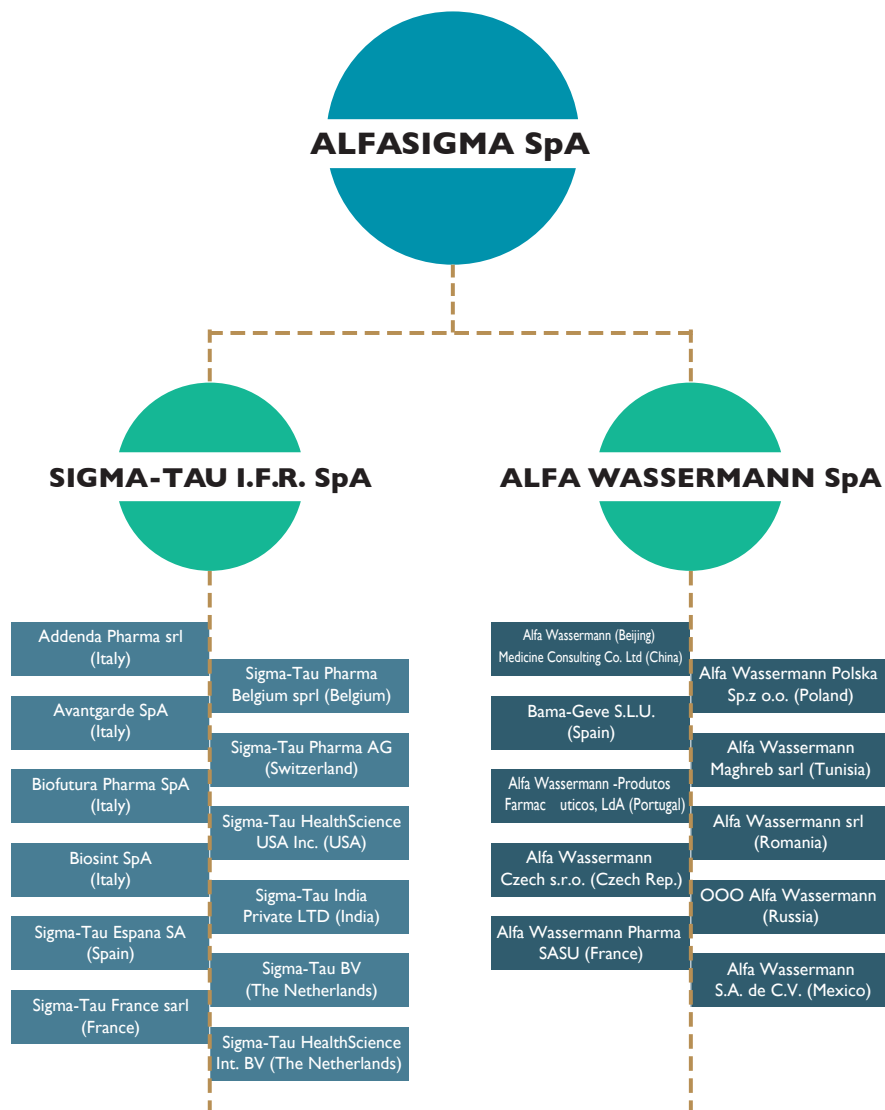
■ Quale ruolo ha il farmacista nella vostra strategia?

La nostra è un'azienda italiana che ha un Dna farmaceutico e una storia lunga e di successo. Da sempre medico e farmacista sono stati i nostri partner di elezione. Per noi, poi, il farmacista ha un ruolo fondamentale per lo sviluppo

del cosiddetto comparto commerciale, dove il suo consiglio è prezioso e indispensabile. Abbiamo prodotti con un'alta qualità e immagine costruita negli anni in farmacia e, di conseguenza, pensiamo che chi sta al banco abbia un ruolo sempre più importante e delicato. I clienti cercano soluzioni ai loro problemi e sono molto più informati e, quindi, ricercano nel farmacista un supporto alle loro decisioni d'acquisto. La preparazione del personale che sta al banco della farmacia, infatti, è un requisito fondamentale per lo sviluppo di una cultura responsabile orientata all'autocura. Sempre più nelle farmacie si stanno sviluppando figure professionali anche nell'ambito del non farmaco, come per esempio nelle aree della cura e del benessere delle persone, dei prodotti naturali e della prevenzione. La nostra azienda per l'ampiezza del suo portafoglio che va dall'automedicazione, al nutraceutico fino al personal care, è in grado di coprire gran parte dell'offerta di prodotti in farmacia, con componenti di servizio e di innovazione continua.

■ Cosa si aspetta dal farmacista?

Viviamo un momento in cui nascono nuove aziende e aumentano le offerte di prodotti, generando una difficoltà per il farmacista nella scelta dei partner giusti. Eppure saper scegliere le aziende con cui sviluppare progettualità condivise sarà un fattore decisivo per la crescita della farmacia. Alfasigma, facendo leva sulla sua storia di successo italiano fatto di serietà e prodotti in grado di coprire diversi comparti merceologici, si propone alla farmacia come un partner preferenziale. Il nostro impegno sarà volto a contribuire alla crescita del punto vendita in termini di assortimenti di qualità, iniziative di trade marketing e qualificazione del personale addetto alla vendita. Ci



aspettiamo una collaborazione che porti al successo comune, nel rispetto delle competenze reciproche, con un accento forte all'innovazione e alla vicinanza ai clienti/pazienti.

■ A breve quali saranno i vostri primi passi verso la farmacia?

Innanzitutto, il 1° agosto è la data in cui avrà luogo la fusione delle tre società, Alfa Wassermann, Sigma-Tau e Biofutura, in una unica realtà aziendale Alfasigma. Da quella data cominceremo a lavorare per un progetto

unico, da portare in farmacia a partire dal 2018. Sarà un progetto importante e ambizioso, fatto non soltanto di prodotti, ma anche di servizi e iniziative, che concretamente svilupperemo con tutti i farmacisti che credono nel futuro di questa nuova realtà italiana. La nostra organizzazione sul territorio porterà ai nostri clienti, a partire da gennaio dell'anno prossimo, le nostre proposte per sviluppare una collaborazione solida e durevole. Vogliamo lavorare insieme, per un presente e un futuro di grande successo. ■