

# Made in Toscana Imprese

Il Gruppo pisano ha acquisito in Germania Altamedics GmbH, società specializzata nella distribuzione di prodotti ospedalieri

di **Gabriele Masiero**

## Abiogen Pharma compie 25 anni e si regala la filiale tedesca

**IL GRUPPO ABIOGEN PHARMA** celebra i suoi 25 anni di attività con l'apertura della prima filiale all'estero dell'industria farmaceutica pisana: da qualche settimana, infatti, ha completato l'acquisizione di Altamedics GmbH, società tedesca nata nel 2009 a Colonia, attiva come distributore farmaceutico su diversi mercati internazionali, grazie a siti di produzione conto terzi e al suo centro logistico di Neunkirchen. Altamedics GmbH cura in particolare la distribuzione di prodotti ospedalieri. Abiogen è una delle prime 30 aziende farmaceutiche in Italia, con un fatturato che ha superato i 195 milioni di euro nel 2021.

**Crescere all'estero**, restando italiani e un'impresa familiare. Per i suoi primi 25 anni di attività Abiogen Pharma ridisegna il suo futuro varcando i confini nazionali con la sua prima filiale all'estero (in Germania). L'azienda toscana, che produce farmaci propri, per aziende terze e commercializza farmaci propri e in licenza, ha dedicato l'attività di ricerca e sviluppo alle aree del metabolismo osseo, del trattamento del dolore e delle malattie respiratorie, metaboliche e dermatologiche, maturando negli anni una vocazione internazionale che oggi trova riscontro anche nei numeri. I ricavi derivanti dalle attività estere, infatti, sono cresciuti del 49% nel 2021, consolidando i successi dei due anni precedenti, ma il percorso di internazionalizzazione parte nel 2015 e nei cinque anni seguenti, ricorda Prisca Di Martino, direttrice della divisione internazionale di Abiogen, «con un solo prodotto siamo passati da zero a 20 milioni di fatturato, rendendoci conto dell'enorme potenziale di crescita che ci ha quindi spinto a creare una divisione internazionale, che lo scorso anno ha registrato un fatturato di 24 milioni di euro; continueremo su questa strada anche per il futuro sia in maniera diretta che tramite licensing out perché ad oggi l'85% del fatturato estero dipende da un solo prodotto, quindi il potenziale è significativo e cercheremo di sfruttarlo al meglio».

**Dallo stabilimento pisano** (440 dipendenti) escono 75 milioni di pezzi in un anno, con l'obiettivo di produrre e commercializzare farmaci di eccellenza, accessibili a tutti. «Abbiamo deciso da tempo di andare verso un processo di internazionalizza-

### IL BUSINESS

#### Leader nella ricerca sul metabolismo osseo

Abiogen Pharma produce farmaci propri e per aziende terze e commercializza farmaci

propri e in licenza. Ha dedicato l'attività di ricerca e sviluppo in particolare alle aree del metabolismo osseo, del trattamento del dolore e delle malattie respiratorie, metaboliche e dermatologiche. L'azienda pisana festeggia

quest'anno i 25 anni di attività. Le sue radici risalgono però al 1917, quando Alfredo Gentili, bisnonno dell'attuale presidente e ad Massimo Di Martino, fondò l'Istituto Galenico, divenuto poi Istituto Gentili.



### INNOVARE E CRESCERE ALL'ESTERO

Nella foto sopra, Massimo Di Martino, presidente e amministratore delegato di Abiogen Pharma, con la figlia Prisca, a capo della business unit aziendale dedicata allo sviluppo internazionale. Parola d'ordine del Gruppo farmaceutico pisano: crescere all'estero, ma senza perdere di vista il carattere di impresa italiana e familiare

zione - spiega Massimo Di Martino, presidente e amministratore delegato di Abiogen Pharma - perché dipendere solo dal mercato italiano, che presenta diverse criticità, tra le quali il profilo regolatorio, con una spesa farmaceutica generalmente sotto finanziata ed una continua revisione del prontuario, rischia di non garantirci quelle basi di sviluppo che abbiamo invece pianificato da anni. Ci siamo orientati all'estero anche per diversificare i flussi dei ricavi». Il team della International Business Unit dedicata all'estero è già passato da due a sei persone - aggiunge Prisca Di Martino che guida lo sviluppo internazionale di Abiogen - e guardiamo in generale a Centro e Sud America, all'Asia ma soprattutto all'Europa. In Germania abbiamo colto una buona opportunità rilevando un'azienda con dimensioni contenute che si presta ad essere integrata nel nostro gruppo. L'operazione vale tra i 7 e gli 8 milioni di euro.

**Altamedics, al momento**, realizza tre milioni di fatturato con sei dipendenti e il nostro obiettivo è far crescere l'azienda tedesca, senza snaturarla, alimentando il suo profilo di qualità. Lo sviluppo internazionale dell'azienda pisana, tuttavia, è appena iniziato e il business plan prevede che già nei prossimi 12 mesi e poi nel 2024 la presenza diretta si espanda ad altri paesi (Francia e Spagna), sfruttando non solo i prodotti di proprietà attualmente disponibili, ma anche altri in fase di sviluppo, sempre dedicati all'area scheletrica. «L'obiettivo - conferma la direttrice della Business Unit - è dare vita a legal entity nuove ma non si esclude

### IL PRESIDENTE MASSIMO DI MARTINO

**«La nuova divisione internazionale punta a quadruplicare il fatturato nei prossimi quattro anni, aprendo sedi anche in Spagna e Francia e allargando il portafoglio prodotti»**

l'ipotesi di acquisire aziende già presenti. L'orizzonte è quello di puntare ad incrementare il fatturato e allo stesso tempo a portare l'incidenza dei ricavi internazionali al 30% del totale».

**Nel 2021 la divisione** internazionale di Abiogen ha registrato un fatturato di 24 milioni di euro, ma ora deve fare i conti con i nuovi scenari determinati prima dagli effetti della pandemia e poi dalle incertezze del conflitto russo-ucraino. «Abbiamo definito precise tempistiche - sottolinea Prisca Di Martino - entro le quali ottenere i risultati che ci siamo prefissati». «Siamo convinti delle nostre scelte - aggiunge l'ad di Abiogen - perché pensiamo di poter cambiare alla stessa velocità dei mercati. La nuova divisione internazionale punta a quadruplicare il fatturato nei prossimi quattro anni, passando dai contratti di licensing out all'apertura di filiali anche in Spagna e Francia, allargando anche il portafoglio prodotti».

**Del resto, osserva** Massimo Di Martino, «la situazione pandemica ha creato un problema serio sui protocolli clinici e ha riguardato tutti i progetti di sviluppo clinico sia in Italia che a livello internazionale. Difficoltà continuano a esserci perché se ci sono da fare test preclinici, i kit relativi ai parametri misurati possono ritardare anche di sei mesi rispetto alle tempistiche previste. Nonostante queste difficoltà restiamo convinti del nostro piano strategico che prevede di presentare in Italia e all'estero sia nuovi farmaci che nuovi medical device, ma possono anche esserci altri asset sui quali puntare, derivanti dalle acquisizioni, come, ad esempio, l'antibiotico di Altamedics, che si inserisce perfettamente nel segmento di mercato che occupiamo da anni, quello dell'area muscolo-scheletrica».

