

Pharma. Acquisita da Nestlé la società di medical food PamLab: il fatturato consolidato del gruppo supera il miliardo di euro

Alfasigma cresce negli Stati Uniti

Golinelli: se si presenterà l'occasione giusta faremo un'acquisizione in Germania



EMILIA ROMAGNA

Ilaria Vesentini
BOLOGNA

«È stata un'opportunità e l'abbiamo colta al volo, chiudendo l'operazione nel giro di poche settimane e battendo sul tempo di diversi concorrenti». Così Stefano Golinelli, presidente di Alfasigma, commenta l'acquisizione dal gruppo Nestlé dell'americana PamLab. È il primo M&A del nuovo big farmaceutico nato nel maggio 2015 dalla fusione tra la bolognese Alfa Wassermann e la romana Sigma-Tau, oggi uno dei primi cinque player italiani nel pharma, 3mila dipendenti e 940 milioni di fatturato.

Alfasigma ha rilevato da Nestlé Health Science (società di terapie nutrizionali creata nel 2011 dal colosso svizzero) il 100% di PamLab, realtà basata a Covington, in Louisiana, leader nel medical food (produce e vende integratori da assumere sotto prescrizione me-

dica per la terapia di malattie neurologiche e metaboliche) che impiega 300 dipendenti e 180 informatori del farmaco, con un giro d'affari stimabile in ben oltre 100 milioni di dollari.

Sui dettagli del deal c'è un accordo di non divulgazione, «ma posso dire che la nuova Alfasigma Usa quest'anno chiuderà il bilancio con 200 milioni di dollari di fatturato», anticipa al Sole 24 Ore il presidente. Nel perimetro della neonata Alfasigma Usa sono state consolidate anche le attività americane di Sigma-Tau Health Science (attiva nei probiotici su ricetta, una quarantina di addetti) e il business legato alla licenza della rifaximina, prodotto di punta del gruppo, antibiotico commercializzato oltreoceano con il marchio Xifaxan dalla multinazionale Valeant.

Che gli Stati Uniti sarebbero stati il primo traguardo del piano di sviluppo internazionale era stato preannunciato da Alfasigma già un anno e mezzo fa al debutto, con l'obiettivo di centrare, nel giro di un paio d'anni, il traguardo del miliardo di euro di fatturato e di pa-

reggiare la quota di mercato Italia (che oggi vale il 60%) ed estero. «Con questa acquisizione – precisa Golinelli – ci avviciniamo al 50% e supereremo già quest'anno il miliardo di euro di ricavi consolidati: prevediamo una crescita del 14-15% per il 2017 a fronte di un fatturato preliminare 2016, nel bilancio ancora da approvare, attorno ai 940 milioni, in crescita del 4,5%».

IN ITALIA

Continua l'integrazione tra le ex Alfa Wassermann e Sigma-Tau: previsti investimenti nei siti di Pescara e Pomezia

Il merger farà da traino in America a tutto il business dei farmaci sotto prescrizione medica e da banco Alfasigma, terzo player in Italia nell'automedicazione, segmento ad alto potenziale e strettamente sinergico al medical food.

La prossima meta oltreconfine dove puntare bandiera potrebbe

essere la Germania, unico grande Paese comunitario dove Alfasigma ancora non è presente: «Se ci saranno occasioni siamo pronti a investire», assicura Golinelli, la cui famiglia controlla il 75% del gruppo, quartier generale a Bologna e sedi in 18 Paesi.

In patria le energie sono invece concentrate nel cantiere per «riorganizzare gli assetti e la governance e passare da holding a un'unica società operativa», sottolinea l'ad Giampaolo Girotti, che sta guidando il lavoro di saldatura tra realtà Alfa Wassermann e Sigma-Tau: in Spagna e Francia sono appena state inaugurate le nuove società integrate, «entro fine anno contiamo di completare l'integrazione anche in Italia – conclude il presidente – dove rafforzaremo gli investimenti in due poli produttivi di Alanno (Pescara) e Pomezia (Roma) e quelli in R&S». Ricerca che assorberà l'8% il 10% dei ricavi e che ha da poco portato a registrare in 10 Paesi europei il nuovo farmaco per esami endoscopici Clensia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Agroalimentare



Latteria Soresina investe 21 milioni

Persalvaguardare la salute del consumatore, la cremonese Latteria Soresina punta sul "benessere degli animali" e sul miglioramento del "life style" delle mucche da latte. Così annuncia di avere investito 11 milioni di euro in innovazione e di averne stanziati ulteriori 10 per un nuovo burrificio all'avanguardia. Latteria Soresina ha chiuso il fatturato 2016 a circa 334 milioni di euro (+8% rispetto al 2015).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sanità. Acquisiti altri tre laboratori a Padova: l'obiettivo è la creazione di una rete assistenziale

Campagna in Italia dell'austriaca Lifebrain



VENETO

Barbara Ganz
PADOVA

Una nuova acquisizione a Nordest per Lifebrain, gruppo austriaco attivo nella medicina di laboratorio. La holding di investimento viennese, specializzata nella acquisizione di laboratori di diagnostica di medie dimensioni in tutta Europa, ha rilevato tre laboratori nella

provincia di Padova.

Un'operazione che «si colloca nell'ambito del progetto di Lifebrain di creare in Italia una vera e propria rete assistenziale territoriale, in grado di offrire un servizio di eccellenza ai piccoli, medi e grandi laboratori e, quindi, ai pazienti nelle principali regioni italiane», si legge nel comunicato che ufficializza l'accordo. Lifebrain è stata assistita sul piano legale da Dentons (e da Kon sul piano finanziario), mentre i venditori – il cui nome resta riservato – so-

no stati seguiti dallo studio Giovanni Barbiniconsedea Milano e Padova.

Solo nell'ultimo anno e sempre con l'assistenza di Dentons, Lifebrain ha concluso altre operazioni di acquisi-

LA STRATEGIA

L'operazione continua sulla linea delle acquisizioni di strutture sanitarie in tutta la Penisola

zione tra cui quelle dei laboratori Fleming Belluno (Veneto), Pignatelli e Giosino (Puglia), Montella (Campania), Adige (Trentino Alto Adige), Ircas, Res Medica e Pasteur (Lazio), Estense (Emilia-Romagna), Valdarno (Toscana) e Istituto Biotest (Liguria). Precedenti acquisizioni avevano riguardato, nel 2015, un centro diagnostico napoletano e prima ancora il gruppo Guidonia (Roma).

Le acquisizioni in campo sanitario di strutture private si

sono moltiplicate negli ultimi anni: anche per far fronte a questo fenomeno nell'ottobre 2015 proprio in Veneto è nata "Rete salute", la prima rete locale (terza esperienza a livello nazionale) di imprese comprendente strutture ambulatoriali. Inizialmente hanno aderito 22 strutture – con un fatturato aggregato di circa 20 milioni di euro, 500 tra dipendenti e collaboratori, circa 15 mila accessi e oltre 1.500.000 prestazioni erogate dall'inizio del 2015 – che sono diventate oggi 36, accreditate

te al Sistema sanitario regionale e certificate Iso 9001/2008, localizzate fra Padova, Vicenza, Verona e Treviso, ma con filiali anche a Gorizia e Trento.

«In una situazione di riorganizzazione complessiva della sanità regionale – avevano spiegato i promotori – la possibilità di accedere a servizi complementari e integrati con costi e tempi di attesa competitivi è la risposta ai crescenti bisogni nel settore salute». Ogni impresa appartenente alla rete si è impegnata a condividere standard strutturali, tecnologici, organizzativi, metodologici, produttivi, di controllo della qualità e delle procedure.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TURISMO

In breve

INVESTIMENTI 2017

La Sardegna stanziava 36 milioni

La Regione Sardegna, nell'ambito della legge di programmazione delle risorse 2017, ha destinato 36 milioni al comparto turistico. La manovra finanziaria dovrà ora avere il via libera del Consiglio regionale.

MILANO

Summit della Ue su cultura e turismo

La Regione Lombardia ospiterà a Milano il 2 febbraio il summit internazionale su «Industria culturale e turismo» organizzato dalla Commissione europea insieme con il ministero Beni culturali e turismo. Interverranno il commissario Ue al Mercato interno, Elzbieta Bienkowska, il ministro Dario Franceschini e il presidente della Giunta lombarda, Roberto Maroni.

CONFINDUSTRIA

Convegno a Roma sull'ospitalità

Il 17 gennaio si svolgerà a Roma (ore 13 Nh Palazzo Cinquecento), il convegno organizzato da Tripadvisor e Confindustria alberghi sul tema «Nuove frontiere dell'ospitalità dal web al business».

PROMOZIONE

Assemblea dei Giovani Unesco

Al via da oggi al 15 gennaio l'Assemblea nazionale dei Giovani Unesco. Attesi 300 delegati.

Shopping. Turisti attratti nel centro storico dai nuovi negozi delle principali aziende del distretto tessile

Biella riparte con l'outlet diffuso

Bocchietto: dopo Piacenza, entro l'estate 25-30 nuove aperture

Carlo Andrea Finotto

Biella prova a rilanciarsi con un nuovo modello di sviluppo, che metta insieme rinascita del centro cittadino, attrazione turistica e valorizzazione del patrimonio storico-industriale del distretto, puntando sulla creazione di un outlet diffuso, convincendo le principali aziende del distretto tessile e quelle legate alle eccellenze agroalimentari della zona ad aprire punti vendita nei locali lasciati vuoti dalla pesante crisi degli ultimi anni.

«Non si tratta e non deve essere un'operazione commerciale che stravolga l'identità della città, ma il contrario» spiega Luisa Bocchietto, presidente dell'associazione ois Biella, iniziativa senza scopo di lucro nata un paio di anni fa su impulso di un gruppo di privati cittadini con cuore il futuro della città. Oltre a Bocchietto (architetto e prossima presidente della World design organization) ne fanno parte la vicepresidente Giovanna Calogero, il direttore dell'Ats Stefano Mosca, gli architetti Silvana Bellino e Remy Fernand Marciano, l'imprenditore

Roberto Bonati, la segretaria della Camera del lavoro Simonetta Vella. «L'idea – riprende Bocchietto – è di sfruttare in positivo la forte identità della città di Biella, che rappresenta ancora il tessile-abbigliamento di altissima qualità». Il problema è che questo "brand collettivo" non viene visualizzato all'esterno nel suo insieme, come un

+15%

Le presenze turistiche
Balzo in avanti nel 2015, ma il dato assoluto resta ultimo in Piemonte

sistema complessivo. Ci sono grandi brand conosciuti singolarmente nel mondo – da Zegna a Piacenza, da Vitale Barberis Canonico a Reda, solo per citarne alcuni – ma il turista-cliente fatica a figurarsi un sistema complessivo che resta unico. Così si crea un paradosso: secondo lo studio Piemonte Sviluppo Turis-

simo, della Regione, «la spesa pro-capite giornaliera dei turisti nella Biella degli outlet è di 250 euro, contro i 180 euro delle Langhe e i 100 euro medi a livello regionale». Un turismo – dice lo studio – di fascia alta con forte componente straniera. Ma, sottolinea Luisa Bocchietto, «La città non visualizza questo scontrino». Due anni di studi accurati da parte di ois Biella per arrivare a un progetto che è una sfida aperta: occupare gli spazi del centro storico (la centralissima via Italia e le vie adiacenti) con punti vendita che raccolgano il meglio della produzione tessile del distretto, e anche delle altre eccellenze, dall'agroalimentare alle bevande (nel Biellese hanno sede l'acqua Lauretana, la birra Menabrea, si produce il tipico liquore di ciliegie Ratatiff, per fermarsi a tre esempi). Senza però che questo pregiudichi le attività degli outlet e aziende già presenti sparse sul territorio. La fase operativa ha visto la creazione di una Srl benefit, In Biella Factory Store, che è una società senza vantaggi fiscali ma con particolari finalità di ricadute pub-

bliche. È stato dato incarico alla società austriaca Ros, che ha curato un progetto analogo in Germania, ridando vita a Bad Munster e ifel, città termale decaduta.

A fine novembre un primo successo: «Abbiamo inaugurato il negozio di Piacenza, in via Italia – ricorda Bocchietto – L'impatto è stato positivo, senza ripercussioni sull'outlet di Pollone, dove c'è la sede dell'azienda nata nel 1739».

L'apertura è un segnale forte della voglia di fare sistema: Carlo Piacenza, infatti, è anche il nuovo presidente dell'Unione industriale biellese, che da subito ha appoggiato l'iniziativa e che porta avanti il progetto "Biella in transizione".

La fase due, come sempre è la più delicata: «Occorre far incontrare i proprietari degli spazi disponibili e le aziende disposte a occuparli. Non è semplice, ma abbiamo già una serie di precontratti siglati» afferma la presidente di ois Biella: «Se tutto andrà bene contiamo di aprire altri 25-30 punti vendita entro l'estate». Una primissima critica in grado di muovere i flussi spe-

ciati e virtuosi, passando dalla cultura della fabbrica (che ha caratterizzato il Biellese per secoli) alla fabbrica della cultura. Il progetto si prefigge di far vivere ai turisti «l'epopea del Biellese, proponendo visite nella storia e nella conoscenza industriale del territorio» dice Bocchietto. Non solo shopping, dunque, anche se questo avrà un ruolo importante. Il traguardo è a una sessantina di factory store, gli spazi vuoti censiti sono 150, pari a circa 7.500 metri quadri commerciali disponibili. Frutto di uno svuotamento progressivo, dovuto alla crisi, alla nascita di grandi centri commerciali alle porte della città, al trasloco in periferia dell'ospedale.

E i turisti? Nel 2015 il Biellese ha registrato 254.170 presenze, il 15% in più rispetto al 2014 (il 28% stranieri). La crescita è la più elevata del Piemonte, ma il dato assoluto è l'ultimo: 55 mila presenze in meno di Valsesia-Vercelli e 70 mila in meno di Asti. Il peso del Biellese sulla regione si aggira sull'1,5%.

@andrea fin8
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Industria e cultura a braccetto. Sopra, l'inaugurazione del negozio Piacenza in centro a Biella (in primo piano a destra, Carlo Piacenza, presidente degli industriali biellesi), prima apertura del progetto di rivitalizzazione della città. A sinistra, il borgo medioevale del Piazza con la funicolare

Il borgo medioevale. Progetto storico-culturale per rilanciare il quartiere - Da maggio al via i lavori per rendere gratuita la funicolare

Il Piazza scopre la realtà aumentata

BIELLA

È l'altro centro storico di Biella. Un borgo medioevale arroccato su una collina che domina la città, protetto da palazzi nobili per origine e bellezza, con al centro piazza Cisterina circondata dai portici.

Il Piazza – questo il nome del borgo – è un piccolo gioiello al quale si accede (oltre che con l'auto) attraverso una delle poche funicolari rimaste in Italia e una serie di suggestive "co-ste": strade acciottolate che

salgono dalla città bassa. In Francia, probabilmente, un luogo simile sarebbe costellato da ristoranti, negozi e attività artigianali. A Biella non è esattamente così, a parte alcune attività che rappresentano irriducibili ed eroiche eccezioni.

Ora, però, qualcosa potrebbe cambiare. Il 2017 dovrebbe infatti portare con sé alcune novità. La prima riguarda l'ammodernamento della funicolare che, come spiega Stefano La Malfa, assessore al Commer-

cio e alle attività produttive, «passerà dal sistema di trazione a cavo con le cabine che si fanno reciprocamente da contrappeso (un sistema molto costoso anche nella manutenzione), al meccanismo ad ascensore inclinato: lo stesso di Parigi a Montmartre». Si passerà, spiega La Malfa, da un costo di gestione di circa 270 mila euro l'anno a 60-80 mila euro e questo consentirà anche di rendere gratuito l'accesso al Piazza». I lavori prenderanno il via in

zio maggio e dureranno circa sei mesi.

Il comune è al lavoro anche sul bando regionale destinato ai capoluoghi di provincia, per valorizzare il patrimonio storico-culturale in chiave turistica e agganciare i crescenti flussi che riguardano Torino.

«Stiamo aspettando le ultime indicazioni della Regione per presentare il nostro progetto. L'idea è di creare percorsi che leghino tessuto storico e arte moderna, passando dal

Piazza, al centro storico, coinvolgendo la Fondazione Pistoletto e la Fondazione Sella – dove si fabbricavano tessuti oggi si lavora su arte contemporanea, idee, innovazione e applicazioni – e gli artisti Omar Ronchi e Craking Art, solo per citare alcuni dei soggetti. Le risorse messe a disposizione dalla Regione ammontano mediamente a circa 5 milioni di euro per capoluogo.

Le visite al Piazza saranno arricchite da pannelli multimediali con l'utilizzo della realtà aumentata.

C. A. F.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Brevetti. Sentenza della Cassazione

Industriale Chimica batte Bayer sui composti

Laura Cavestri
MILANO

I composti chimici – quelli che servono a preparare, ad esempio, i farmaci – sono brevettabili? E quali caratteristiche devono avere per meritarsi il "patent"? Il tema è da sempre controverso.

Pochi giorni fa lo ha ripreso la Cassazione che, con la sentenza 24658/2016, ha dato, sul punto, ragione alla Industriale Chimica srl contro Bayer per un brevetto europeo riguardante di drospirenone.

Oltre 10 anni fa, la Industriale Chimica di Varese aveva fatto ricorso al Tribunale di Torino per vedere annullata la "frazione italiana" di un brevetto europeo di Bayer che riguardava la produzione di "drospirenone" tramite un processo a due stadi. Il brevetto prevedeva una tutela sia delle specifiche Bayer per ottenere il drospirenone, sia una tutela sulla sostanza intermedia per produrlo, cioè l'Idrox. Il ricorso della società di Varese era, appunto, contro questo secondo aspetto.

La Corte di Cassazione ha ulteriormente riconfermato l'orientamento espresso dal Tribunale di Torino, e quindi respinto la richiesta di brevettabilità della "frazione italiana" del brevetto di Bayer.

La Corte ha affermato che «L'intermedio, pertanto, quando è descritto e rivendicato come prodotto, resta parte integrante di un'invenzione di procedimento e come tale è tutelabile sempre e soltanto in quanto articolazione del procedimento brevettato», e che la Corte d'Appello avrebbe correttamente ritenuto che «i caratteri di originalità, altezza inventiva e utilità industriale di Idrox coincidessero con quelli del procedimento oggetto di brevetto, per l'appunto incentrato sulla produzione di drospirenone attraverso Idrox: diverso sa-

rebbe stato in altri termini il discorso se l'Idrox avesse potuto essere impiegato non solo nel processo di produzione del drospirenone, ma anche di altri prodotti finali». Per la legge, un intermedio chimico è brevettabile se è nuovo, altamente innovativo e ha un'utilità industriale.

L'Idrox, per i giudici, non è separatamente brevettabile perché non ci si fa nient'altro che non il drospirenone. O come dice la Cassazione in quanto «non risulta [...] avere di per sé una funzione autonoma e un'utilità concettualmente separabile dal procedimento di sintesi che conduce alla produzione di drospirenone».

In questo quadro, i prodotti in-

PARERE CONTROVERSO

L'elemento intermedio, depositato in Europa dal colosso tedesco, non è soggetto alla tutela per altre lavorazioni

termi che servono ad elaborare un solo prodotto finito sono "tutelabili" solo nel quadro del processo di produzione complessivo che conduce al prodotto finale. Un'interpretazione che, comunque, sembra introdurre una discriminazione tra gli intermedi chimici, mentre, anche all'estero, la dottrina prevalentemente sostiene la loro brevettabilità in sé.

Nonostante l'Idrox non possa essere oggetto di autonoma brevettabilità, la Cassazione ha infine sanzionato, però, anche l'Industriale Chimica per contraffazione intermedio: in ogni caso tutelato nel perimetro di quel brevetto europeo complessivo del prodotto finito che è stato pienamente riconosciuto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La spesa dei turisti e il numero dei negozi

IL POTENZIALE
La spesa pro-capite giornaliera dei turisti.
Dati in euro

