

VENDITE ONLINE

L'emergenza virus spinge il business di Farmaè

L'azienda web di Viareggio ha puntato su logistica e prezzi scontati

Silvia Pieraccini

Nel luglio scorso si è quotata sul mercato Aim di Borsa italiana, dedicato alle piccole e medie imprese, con l'obiettivo di raccogliere risorse per costruire un nuovo magazzino automatizzato da 5mila metri quadrati, investimento da oltre 5 milioni, strategico per spingere il business dell'ecommerce in cui è attiva. Oggi Farmaè, azienda di Viareggio (Lucca) che vende online parafarmaci e prodotti cosmetici e possiede anche otto farmacie "reali", fondata sei anni fa da Riccardo Iacometti, benedice il timing di quell'operazione: «Se non avessimo costruito il magazzino automatizzato entrato in funzione nell'ottobre scorso a Migliarino, all'uscita autostradale di Pisa nord, non potremmo far fronte alla crescita che stiamo avendo», dice il fondatore e socio di maggioranza (77%), 56 anni, viareggino, per 26 anni manager della multinazionale di distribuzione del farmaco Alliance Boots.

Iacometti ha fiutato il business dei parafarmaci online vedendo lo sviluppo dell'ecommerce nel Regno Unito. Poi ha cominciato a studiare il mercato italiano dei prodotti per la salute e il benessere con l'aiuto di Alberto Maglione, titolare di una web agency, verificando che molti degli operatori online erano farmacie che consideravano l'attività come accessoriosa e la gestivano in modo poco

professionale. E ha deciso di fondare l'azienda web puntando su logistica e prezzi scontati. Consegne in 24-48 ore, spese di consegna azzerate per ordini sopra 19,90 euro, sconti medi del 30% per i 37mila prodotti in catalogo, dai parafarmaci ai cosmetici, prodotti erboristici, omeopatici, per l'infanzia. La categoria di prodotto più venduta l'anno scorso è quella degli integratori, che ha assorbito addirittura il 41% del fatturato.

Nel 2019 i clienti di Farmaè sono stati 329mila, con 4,2 milioni di prodotti venduti e un fatturato che ha raggiunto i 37,5 milioni (+51%), per il 95% dal canale online. Il margine operativo lordo (ebitda) è stato di 1 milione (+56%), con un risultato in perdita per 64mila euro. L'emergenza coronavirus ha contribuito a spingere il business dell'azienda viareggina, facendo impennare il numero di nuovi clienti web. Tanto che, secondo Iacometti, ci sono i presupposti per superare le previsioni di crescita, che già stimavano +50% del fatturato nel 2020. Anche perché Farmaè sta sviluppando una estensione del business nei prodotti beauty. Nel dicembre scorso l'azienda ha lanciato la piattaforma per vendite online 'Beautyè' e ha aperto un negozio fisico di 270 metri quadrati sulla Passeggiata di Viareggio che racchiude parrucchiere, profumeria, centro benessere e spazio per acquisti reali e online sia di beauty che di parafarmaci e erboristeria, integrando dunque più canali e più prodotti. «Con Farmaè abbiamo un grosso database di clienti - spiega Iacometti - e ora puntiamo a valorizzarlo sulla nuova piattaforma beauty. Il negozio di Viareg-

gio va nella direzione di sviluppo omnichannel e il concept sarà replicato». La logistica del beauty fa capo sempre al magazzino automatizzato di Migliarino Pisano, dove finora si lavorava su due turni, 16 ore al giorno, per smaltire circa settemila ordini al giorno. «Ma entro fine aprile partirà anche il terzo turno, quello di notte», annuncia Iacometti che oggi conta 58 dipendenti. L'obiettivo è diventare il punto di riferimento italiano nei parafarmaci. «Il mercato italiano online è ancora immaturo e ha ampi margini di crescita. Oggi vale circa 300 milioni e conta più di 900 operatori ma i primi cinque coprono il 50% del mercato: noi siamo leader», afferma l'imprenditore che nei prossimi due anni si concentrerà sull'Italia (dove l'azienda oggi realizza il 99% dei ricavi), con l'idea di entrare poi in alcuni Paesi europei attraverso l'acquisto di un operatore esistente che assicuri la logistica. Nella strategia di penetrazione di Farmaè un posto fondamentale spetta al web marketing (l'investimento annuale in marketing e comunicazione vale il 5-6% del fatturato) e alle partnership strette con le industrie produttrici per progetti di co-marketing: «L'anno scorso abbiamo realizzato 1,2 milioni di ricavi dalle iniziative di co-marketing con le multinazionali del settore, attratte dai milioni di visitatori che transitano sul nostro sito - conclude Iacometti -. La nostra forza è nei numeri. Un esempio? Nel 2019 abbiamo venduto 130mila solari, contro i 900-1.200 pezzi che in una stagione riesce a vendere una farmacia di dimensioni medie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





Quotata. La società **Farmaè** nel luglio scorso si è quotata sul mercato Aim di Borsa italiana



Il fondatore

Riccardo Iacometti:

«Ci sono i presupposti per superare le previsioni di crescita che già stimavano un +50% per il fatturato 2020».