

Riccardo Iacometti La Talea metterà radici forti



EXPORT
**GLI AFFARI ESTERI
SEMPRE PIÙ A RISCHIO
MA LA TOSCANA VA...**

di **Silvia Ognibene** IV-V



PELLETTERIA
**PREZZI TROPPO BASSI,
I TERZISTI DEL LUSO
BUSSANO ALLE GRIFFE**

VII



UMANO E DI VINO
**COL DI LAMO, DUE DONNE
E IL LORO BRUNELLO
DELLE «SEPARAZIONI»**

di **Emiliano Gucci** XV

L'Economia

Risparmio, Mercato, Imprese



LUNEDÌ
6.03.2023

www.corrierefiorentino.it

del **CORRIERE FIORENTINO**



**«COSÌ CRESCERÀ
LA NOSTRA
NUOVA TALEA»**

Iacometti, fondatore e Ad di Farmaè, spiega gli effetti del cambio di brand. E traccia gli obiettivi (globali) al 2025

di **Leonardo Testai** IX



40°
Anniversario
dal 1983
ci occupiamo della
vostra serenità

**MASTROBERTI
ASSICURAZIONI**

Proteggi la tua Famiglia

Metti al sicuro
la tua Casa

Ti aspettiamo in agenzia
per offrirti le nostre migliori
proposte assicurative per la tua
casa e la tua famiglia

Scopri la polizza assicurativa più adatta:
chiama ora il **0571.450544** o **331.2243707**

**MASTROBERTI
ASSICURAZIONI**
Via Antonio Gramsci, 554 - 56038 San Miniato (PI)
mastrobtiass@gmail.com

Riccardo Iacometti La Talea metterà radici forti

CORRIERE FIORENTINO

LUNEDÌ 6.03.2023

Mercati

IX

L'INTERVISTA

L'Economia

Il fondatore e amministratore delegato di Farmaè spiega il significato del rebranding dell'azienda viareggina e traccia gli obiettivi da qui al 2025, tra la conferma della leadership nella vendita online di prodotti per il benessere e grandi prospettive di internazionalizzazione attraverso partnership industriali strategiche. Più una novità: «Nascerà Talea Media, il nostro brand per la gestione di opportunità digitali per le imprese»

di **Leonardo Testai**

È la talea, un rametto in grado di mettere radici e produrre una nuova pianta, il concetto alla base del rebranding di Farmaè, l'azienda viareggina dell'e-commerce di prodotti per la cura e il benessere della persona. Dopo l'assemblea dei soci fissata per il 28 aprile, si chiamerà infatti Talea Spa. «Questo nome rappresenta perfettamente l'essenza e la filosofia del gruppo, che si impegna ogni giorno sul digitale a propagare, prosperare e far crescere le opportunità per clienti e partner, come una talea che diventa una pianta forte e sana», spiega Riccardo Iacometti, fondatore e Ad della società quotata all'Euronext Growth Milan di Borsa Italiana, che perseguendo una strategia di crescita per linee esterne è riuscita a consolidare il proprio business, migliorando sempre di più il risultato d'esercizio, dopo anni di investimenti.

Com'è stato il 2022 di Farmaè in termini di risultati economici?

«Abbiamo registrato un incremento dei ricavi consolidati del 41% a 116,1 milioni nel 2022, con una crescita nel solo quarto trimestre del 38% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Gli ordini sulle piattaforme sono cre-



ternazionalizzazione con multistore nei principali Paesi europei e tramite partnership industriali strategiche. L'intera strategia di Talea ha come driver il principio di sviluppo sostenibile. Evogliamo supportare l'evoluzione delle aziende nello scenario digitale attuale, non solo con l'offerta di piattaforme proprietarie per la vendita di prodotti, ma anche grazie a servizi di consulenza strategica per l'evoluzione digitale dei modelli di business. Per questo motivo nasce Talea Media, nuovo brand per la gestione di un ecosistema di opportunità digitali per le aziende».

Che servizi proporrà Talea Media?

«Dalla consulenza strategica, per comprendere le effettive esigenze dei consumatori finali ed elaborare soluzioni di ingaggio custom, alla data analysis, supportando le imprese nell'analisi del loro posizionamento e nell'elaborazione di nuovi modelli, fino alla costruzione di nuovi linguaggi digitali, sia dal punto di vista visivo che dei contenuti, e allo sviluppo di strategie di digital marketing mirate all'ingaggio e all'acquisizione di lead e clienti attraverso i canali digitali e l'uso dei media».

Queste le strategie, quali sono gli obiettivi in termini di numeri?



Il possibile obiettivo 2025 sono 1,7 milioni di clienti e 22 milioni di prodotti venduti. Entro quest'anno inaugureremo un nuovo hub in Piemonte

RICCARDO IACOMETTI

LA TALEA METTERÀ RADICI FORTI

sciuti del 40%, toccando i 2,384 milioni. I prodotti venduti hanno raggiunto quota 3,582 milioni, e abbiamo superato il milione di clienti».

Quanto ha beneficiato dell'acquisizione di AmicaFarmacia finalizzata nel settembre 2021?

«Abbiamo lavorato sin dal primo giorno fianco a fianco con i professionisti e il top management di AmicaFarmacia per rendere concrete le sinergie dell'operazione e possiamo dire senza alcun dubbio di esserci riusciti, dando vita al primo gruppo online in Italia nella distribuzione di farmaci da banco e prodotti per la salute e benessere. Ci siamo presentati al mercato con un'unica strategia, valorizzando i nuovi volumi e, al contempo, ottimizzando l'incidenza del costo delle vendite e le spese di distribuzione e vendita».

Quali sono gli indirizzi per la crescita futura di Talea?

«Continueremo a consolidare la nostra leadership di mercato nell'e-retailing di prodotti per la salute, il benessere e la bellezza, core business del gruppo, e intendiamo acquisire nuove realtà in mercati cross border, con l'obiettivo di ampliare l'offerta dei prodotti. Contiamo infine di avviare il processo di in-

«L'area consumers nel 2025 rappresenterà tra il 92 e il 94% del fatturato, con un possibile obiettivo di 1,7 milioni di clienti, 150 mila prodotti in vendita sulle piattaforme digitali e 22 milioni di prodotti venduti. L'area industriale, dedicata ai servizi media e di trasformazione digitale, al 2025 punta a rappresentare tra il 6-8% del fatturato totale del gruppo, con un target di 400 clienti industriali attivi, più del doppio rispetto ai 180 attuali».

Come si evolverà la gestione della supply chain?

«Entro il 2023 prevediamo di inaugurare il nuovo hub logistico automatizzato da 12 mila mq in Piemonte, in aggiunta all'attuale hub logistico in Toscana di 5 mila mq, e continueremo a investire in tecnologia per una maggiore automazione dei processi negli hub logistici. Inoltre, vogliamo offrire i nostri servizi a tutte quelle piccole e medie imprese italiane che si avvicinano al business online, valorizzando i nostri investimenti e il know-how nel settore. Al 2025 l'80% delle consegne punta ad avvenire entro le 24 ore; Talea Logistics, nuova anima logistica del gruppo, dovrebbe consentire lo stock di più di 100 mila prodotti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nata a Viareggio nel 2014 e quotata dal luglio 2019 sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana, Farmaè è leader in Italia nella vendita online di prodotti per la cura della persona e il benessere. Il gruppo controlla Farmaè, AmicaFarmacia, Farmaeurope, Beautyè, Sanort e la media company Valnan Srl