

Data Stampa L'IMPRESA Data Stampa 10742

Data Stampa 10742 Data Stampa 10742

**Theras, obiettivo
diversificare per
crescere**

Fabiana Storti a pag. 8

Obiettivo diversificare per crescere Ferrari (Theras): «In farmacia per ridurre la dipendenza dal Ssn»

L'azienda attiva nel biomedicale nata a Salsomaggiore, cresce tra distribuzione e produzione e accelera con l'acquisizione di Pic L'ingresso in farmacia apre nuovi mercati e ridisegna il modello

di **Fabiana Storti**

Nel cuore di uno dei distretti biomedicali più avanzati al mondo, tra l'Emilia e il Mirandolese, prende forma la traiettoria di crescita di **Theras**: una realtà giovane ma già protagonista in un settore dominato da colossi globali. In poco più di un decennio, l'azienda ha attraversato una fase di avvio complessa, ha costruito competenze produttive interne e ha avviato un percorso di managerializzazione che oggi la proietta verso nuovi mercati e nuove sfide. A raccontare questa evoluzione è **Federico Ferrari**, amministratore delegato.

Cosa fa Theras?

Theras opera nel comparto biomedicale. È un'azienda nata quindici anni fa a Salsomaggiore, all'interno di un distretto molto rilevante: l'area emiliana fino al Mirandolese rappresenta uno dei principali distretti biomedicali al mondo, secondo per dimensione dopo la Silicon Valley. L'azienda è giovane e la sua storia può essere divisa in tre fasi. La prima, dal 2011 al 2014, è stata una fase di sopravvivenza in un settore dominato da grandi player globali. La seconda fase, dal 2014-2015 fino alla pandemia, ha visto un ampliamento della catena del valore: da azienda orientata alla distribuzione, **Theras** ha iniziato a investire in sviluppo, progettazione e certificazione, assumendo il ruolo di produttore di dispositivi medici. La terza fase,

tra il 2019 e il periodo post Covid, è stata caratterizzata dalla managerializzazione e dalla riorganizzazione interna, necessarie per sostenere una crescita molto rapida. Questo ha portato alla definizione di una strategia industriale di lungo periodo.

Qual è il vostro modello produttivo? Siete produttori o distributori?

Theras ha un modello diversificato. Per alcuni prodotti opera come distributore, quindi immette sul mercato dispositivi sviluppati da altri, portando in Italia il meglio della tecnologia mondiale. Per altri prodotti, invece, è direttamente produttore. In ambito diabete, che rappresenta il core originario dell'azienda, i prodotti sono attualmente in distribuzione. Nel tempo sono state sviluppate nuove progettualità, tra cui una divisione legata alla gestione del peso, che rientra nell'ambito dei dispositivi medici.

Che tipo di dispositivi sviluppate per la gestione del peso?

Il dispositivo sviluppato non è un farmaco. Si tratta di un dispositivo ingeribile a base di materiali assorbenti che, una volta nello stomaco, inglobano acqua e aumentano di volume, andando così ad occupare spazio. Questo processo induce sazietà precoce e favorisce la perdita di peso, distinguendosi quindi dai farmaci utilizzati per dimagrire.

Quanto pesa la produzione

interna sul fatturato?

Attualmente la produzione interna rappresenta circa il 15-20% del fatturato. Rimane ancora una forte componente distributiva, ma questa proporzione è destinata a cambiare con la recente acquisizione di Pic Solution, presente nel canale farmacia con diverse linee di prodotti.

Le partnership con grandi player hanno inciso sulla vostra crescita?

Le partnership con player internazionali sono state e restano un elemento centrale del modello di business. Allo stesso tempo, l'azienda ha progressivamente lavorato per diversificare i propri canali e ridurre la dipendenza da singoli interlocutori, costruendo un posizionamento più diretto sul mercato e maggiore autonomia strategica.

Chi sono i vostri competitor?

Theras compete principalmente con player globali, spesso multinazionali con presenza anche in Italia. Esistono poche realtà italiane con dimensioni comparabili e questo rende



l'azienda un partner attrattivo per operatori internazionali che cercano una struttura locale per entrare nel mercato italiano.

Quanto è stato importante il servizio nello sviluppo dell'azienda?

Il servizio è una leva fondamentale. La tecnologia permette di entrare nel mercato, ma la permanenza dipende dalla qualità del servizio. Per questo Theras ha investito molto nel supporto sia ai pazienti sia ai professionisti sanitari. Un esempio è la piattaforma digitale sviluppata durante il Covid, che consente formazione e assistenza a distanza sull'utilizzo dei dispositivi. Questo strumento ha permesso di continuare a seguire i pazienti anche quando non era possibile accedere agli

ospedali.

Qual è stato il senso strategico dell'acquisizione recente?

L'acquisizione ha aperto due direttrici fondamentali. Da un lato, ha consentito l'ingresso nel canale farmacia, permettendo di uscire dalla dipendenza dal Servizio sanitario nazionale come unico cliente. Dall'altro, ha accelerato il processo di internazionalizzazione, grazie alla presenza dell'azienda acquisita in circa sessanta Paesi.

Entrare nel canale farmacia non rischia di ridurre la marginalità?

Il rischio esiste, perché il canale farmacia ha marginalità inferiori rispetto a quello ospedaliero. Tuttavia, la scel-

ta è stata fatta con una logica strategica: diversificare il modello di business e ridurre la dipendenza da un unico cliente. Gli indicatori economici sono importanti, ma non rappresentano l'obiettivo finale; contano soprattutto la sostenibilità e la coerenza del progetto industriale.

Esiste una competenza specifica italiana nel biomedicale?

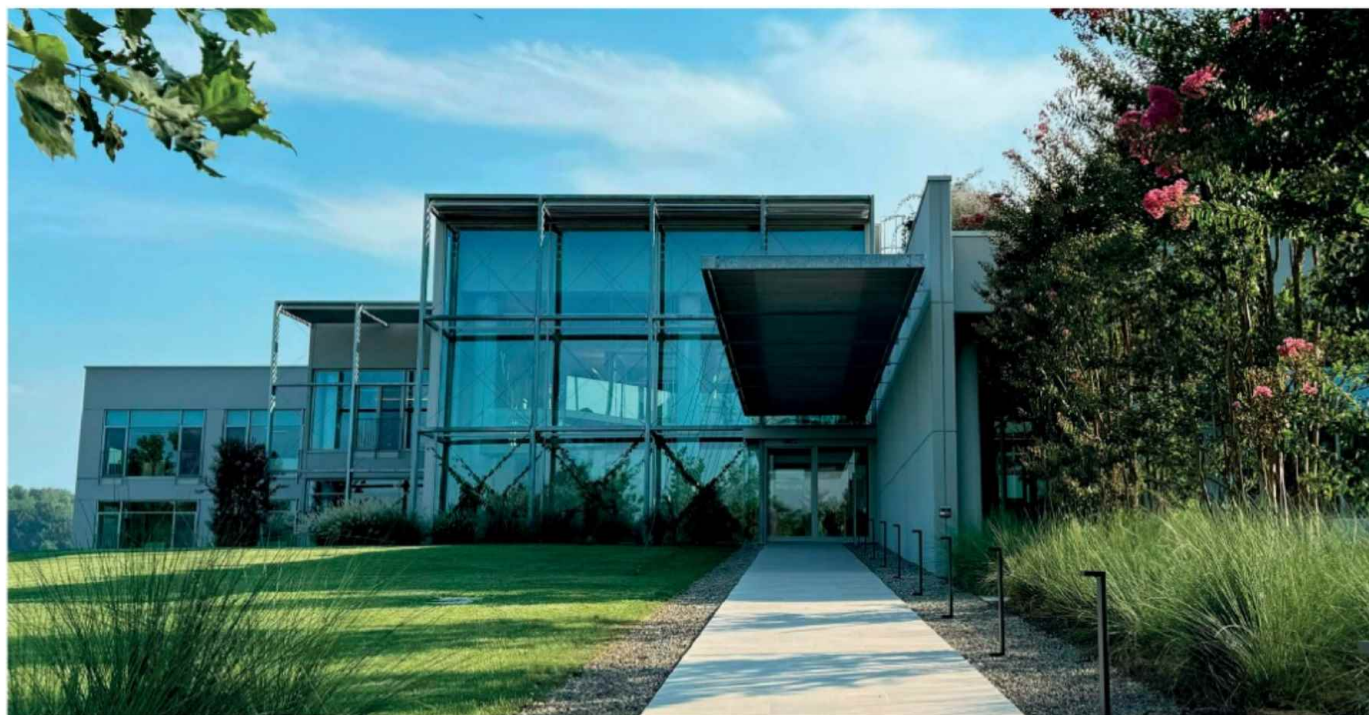
Sì, esiste una competenza specifica, legata sia al know-how sia ai processi produttivi. Il distretto emiliano è un punto di riferimento globale e offre un ecosistema favorevole allo sviluppo. Inoltre, i processi produttivi italiani garantiscono standard qualitativi elevati, particolarmente rilevanti nel settore dei dispositivi medici.

L'AZIENDA

Theras nasce nel 2011 a Salsomaggiore Terme, nel cuore del distretto biomedicale emiliano, tra i principali al mondo. Dopo una prima fase di avvio in un mercato dominato da multinazionali, l'azienda evolve da realtà distributiva a produttore di dispositivi medici, investendo in sviluppo e certificazione. Negli ultimi anni ha avviato un percorso di managerializzazione e crescita, culminato con l'acquisizione di Pic Solution e l'apertura al canale farmacia.



— La sede di [Theras](#)



— Lo stabilimento (Courtesy [Theras](#))