

Zambon verso il miliardo di ricavi

«Qui etica e profitti vanno insieme»

Il piano strategico: 150 milioni di investimenti nel 2026. Pronto il lancio di nuovi farmaci

Il ceo Magnago

«Crescere è disciplina, execution e assunzione di responsabilità in ogni scelta»

La presidente

Zambon: sostenibilità economica cruciale per portare avanti la visione del fondatore»

Farmaceutica

di Giuliana Ferraino

«Una società capitalistica libera può essere moralmente accettabile solo se la ricchezza privata diventa fraternità, opere di bene, benessere collettivo». Sono le parole del testamento morale di Gaetano Zambon, fondatore dell'azienda farmaceutica che l'11 novembre ha celebrato 120 anni di storia. Parole che Elena, presidente e terza generazione, cita sempre: «Questo sogno è stata la sfida continua a una definizione etica del nostro modo di lavorare. Puoi dedicarti con tale impegno solo se hai in mente che davanti a tutto c'è un paziente». E «se c'è sostenibilità economica, perché senza non staremmo in piedi», sottolinea.

Mercato in calo

Profitti ed etica: questo stile di fare impresa permette a Zambon di restare saldo nelle mani della famiglia, portando avanti la visione del fondatore, fondata su responsabilità e sostenibilità, insieme a internazionalizzazione e crescita. Il gruppo ha chiuso il 2024 con 885 milioni di fatturato e 192 milioni di Ebitda. «Quest'anno ci attestiamo sotto gli 850 milioni», anticipa Filippo Magnago, ceo dal 2024, dopo essere stato cfo del gruppo. «Pesa la stagionalità dell'influenza: se il picco arriva a dicembre aumenta il fatturato dell'anno in corso, se è a gennaio quello dell'anno successivo». Un dato curioso: da aprile, i mercati respiratori - tosse e sintomi correlati - sono in calo di oltre il 20%, perché ci si ammala di meno». È una buona notizia,

meno per l'azienda che produce il Fluimucil. In un mercato in flessione, Zambon ha «migliorato le quote di mercato», grazie alla nuova organizzazione focalizzata su due divisioni, le Core Therapies e le Innovative Therapies.

I mercati principali restano Spagna e Italia, ma la Russia vale 65-70 milioni. «I farmaci non sono soggetti a sanzioni, c'è un aspetto umanitario», precisa Magnago. Sottolineando la crescita in America Latina, Sud-Est asiatico, Africa e Medio Oriente. Il nuovo piano strategico al 2030, ancora da presentare, punta a ben «oltre un miliardo di ricavi». Tra i progetti: una nuova formulazione per il Parkinson in attesa di approvazione europea e due programmi nell'area respiratoria severa con potenziali di mercato da 350 a 700 milioni ciascuno.

«Se qualcuno mi chiedesse quali sono le caratteristiche di Zambon, direi: industria, innovazione e imprenditorialità», afferma la presidente. «Il Covid ci ha ricordato che sulla salute non si può dipendere dagli altri Paesi. Per noi, avere un'anima industriale forte significa garantire continuità di fornitura dei farmaci e autonomia nei momenti di crisi», continua. Nel 2026 l'azienda progetta 150 milioni di investimenti. Dopo aver speso 70 milioni in nuova capacità produttiva, con un centinaio di assunzioni a Vicenza, per prodotti sterili liofilizzati. «Il reparto è nato per essere una seconda fonte produttiva di un nostro farmaco innovativo in area respiratoria, oggi è già saturato da contratti con aziende internazionali. Produrre per terzi ha un vantaggio culturale: quando hai il cliente esterno,

sei più attento ai ritmi», riconosce Zambon.

L'AI? «La usiamo nell'analisi dei dati, nei modelli predittivi e nei processi digitali», spiega Magnago. «Abbiamo sviluppato internamente un algoritmo per prevedere l'andamento della stagione influenzale e un modello accurato di cash flow. La usiamo anche per formazione e design dei packaging. Ha senso solo se entra nei processi operativi e semplifica il lavoro». Con 1.800 dipendenti, il 90% laureati, la sfida è attrarre talenti. «Devi lasciare quello spazio in cui ognuno si senta parte essenziale», sostiene Elena Zambon. Magnago ha introdotto colazioni periodiche con il ceo: «Faccio in modo che tutte le persone facciano colazione una volta all'anno con me. Le mie parole chiave? Disciplina, execution e accountability. Prendersi la responsabilità perché ci credi. Quest'anno siamo riusciti, ad esempio, a lanciare l'e-commerce in Cina in 6 mesi».

Quarta generazione

La prossima generazione non è ancora in azienda: «Abbiamo regole chiare nella distinzione tra azionisti e management. Il consiglio vede una forte presenza di esterni, come famiglia siamo in minoranza. La quarta generazione sta facendo esperienza all'esterno, in settori diversi, con libertà di scelta: forzare qualcuno a fare un lavoro che non sente sarebbe il peggior fallimento. Però, seguono un percorso di aggiornamento continuo sull'andamento dell'azienda, vedono il piano strategico, incontrano il management. L'obiettivo è che diventino azionisti consapevoli», afferma la presidente, madre di quattro figli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Elena Zambon, presidente



Filippo Magnago, ceo di Zambon