

|   |  |                       |
|---|--|-----------------------|
| Informazione<br>Regolamentata n.<br>20169-16-2024 | Data/Ora Inizio Diffusione<br>9 Luglio 2024 07:25:11 | Euronext Growth Milan |
|---|--|-----------------------|

Societa' : TALEA GROUP

Identificativo Informazione  
Regolamentata : 193219

Utenza - Referente : TALEAGROUPNSS01 - Cannarozzi

Tipologia : REGEM

Data/Ora Ricezione : 9 Luglio 2024 07:25:11

Data/Ora Inizio Diffusione : 9 Luglio 2024 07:25:11

Oggetto : TALEA GROUP: NASCE LA PRIVATE LABEL  
A MARCHIO AMICAFARMACIA

*Testo del comunicato*

Vedi allegato

# TALEA GROUP

DIGITAL PEOPLE ORIENTED

## Comunicato Stampa

### TALEA GROUP: NASCE LA PRIVATE LABEL A MARCHIO AMICAFARMACIA

*Gli integratori senza glutine, prodotti al 100% in Italia con alti standard di qualità sono disponibili sulla [piattaforma online](#)*

*"Un Mondo di Bene": Salute e Benessere uniti in un nuovo claim.*

*Un augurio di amicizia e cura ispirato ai valori del brand, reso unico dalla grafica dei nuovi packaging.*

Viareggio (LU), 9 luglio 2024 - **Talea Group S.p.A.** (di seguito "**Talea Group**" o la "**Società**") - società quotata sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana nata dal *rebranding* di Farmaè S.p.A. e *leader* nell'*e-retailing* di prodotti legati alla salute e benessere della persona e nei servizi *media* e di trasformazione digitale per le imprese - lancia la *private label* del proprio marchio Amicafarmacia.

La nuova linea di Amicafarmacia è composta da 24 integratori specifici per diversi tipi di esigenze, con particolare focus su bellezza, depurazione, equilibrio intestinale, difese immunitarie, energia e benessere di occhi, cuore, pressione, vie urinarie e prostata. La *private label* include anche i 6 prodotti di punta di Amicafarmacia, quindi gli integratori di ferro, vitamina C e magnesio e quelli specifici per digestione, capelli, pelle, unghie e cellulite. I prodotti sono disponibili esclusivamente sul sito di Amicafarmacia (<https://www.amicafarmacia.com/integratori-amicafarmacia>).

La presentazione della nuova linea in *private label* segue di poco il recente lancio di "Farmaè - E' fatta per te", la *private label* a marchio Farmaè di inizio maggio (cfr. comunicato stampa del 7 maggio 2024 - [Link](#)), coerentemente con la strategia messa in campo dalla Società per incrementare la propria crescita in termini di profitto, oltre che di visibilità sul mercato. La commercializzazione dei prodotti mediante *private label* offre, infatti, il duplice vantaggio dell'**unicità di prodotto** e della **maggiore marginalità** per via del risparmio sui costi, sia di logistica, rendendo i prodotti disponibili solo all'interno dei canali di vendita di competenza della società, sia di acquisto, grazie al controllo diretto sulla produzione. I vantaggi sono anche per il consumatore, per cui risulta più facile rintracciare il prodotto di cui ha bisogno, selezionando tra le proposte di un marchio di fiducia.

La nuova linea di Amicafarmacia si affianca sinergicamente agli **altri marchi in *private label* già di proprietà di Talea Group**, arrivando a contarne 5: Gooimp, Best Body, VitaminCompany, Farmaè e, appunto, Amicafarmacia, consentendo di sviluppare nuove logiche di prodotto sul mercato.

# TALEA GROUP

DIGITAL PEOPLE ORIENTED



La nuova linea di integratori di Amicafarmacia, con un *packaging* distintivo, è stata sviluppata per affrontare una varietà di esigenze legate alla salute e al benessere. Realizzati con cura e attenzione, tutti i prodotti sono senza glutine e la maggior parte naturalmente privi di lattosio, rendendoli adatti anche ai vegani. Questa gamma si distingue per l'eccellenza della produzione italiana e l'accurata selezione degli ingredienti. Dai supplementi vitaminici per l'energia alle soluzioni per i problemi intestinali, Amicafarmacia assicura sempre alta qualità ed esperienza, posizionandosi come il punto di riferimento per consigliare il prodotto giusto per ogni necessità. La gamma è stata ideata basandosi sui *feedback* raccolti negli anni dai farmacisti di Amicafarmacia, rispondendo così alle esigenze quotidiane dei consumatori.

Talea Group ha scelto di elaborare per Amicafarmacia un *design* che rifletta i valori del suo *brand*, rivolgendosi affettuosamente ai giovani per essere loro vicino. I puntini delle lettere "i" del logo Amicafarmacia diventano i protagonisti, rappresentando il centro della problematica che si dissolve grazie ai prodotti della nuova linea.

**Riccardo Iacometti, Founder e Amministratore Delegato di Talea Group, ha dichiarato:** *"Secondo recenti stime, come quelle dell'Unione Italiana Food, complessivamente, il mercato degli integratori in Europa vale oltre 13 miliardi di euro e quello italiano svetta, con circa un quarto delle vendite. Anche prendendo come riferimento solamente l'e-commerce, il nostro Paese presenta numeri interessanti, con oltre 236 milioni di euro di giro d'affari. Non solo, gli addetti ai lavori e anche noi, pensiamo sia un segmento destinato a crescere, visto che gli integratori continuano a essere i prodotti di punta nelle farmacie, ricoprendo, da soli, la metà del settore dell'automedicazione. Lato nostro, riteniamo strategico il lancio di una private label di un brand noto come Amicafarmacia che ci consentirà una maggiore fidelizzazione della clientela, con l'effetto di dare sempre più valore al consumatore. Siamo convinti che sia la strategia più efficace per incrementare i volumi e i margini, considerando che la vendita di prodotti in private label permette di ridurre i costi rispetto all'acquisto da marchi terzi. Gli integratori di Amicafarmacia vantano standard qualitativi particolarmente elevati e una notevole diversificazione con una gamma di 24 prodotti per rispondere alle più varie esigenze del consumatore".*

\*\*\*

Il presente comunicato è disponibile nella sezione Investor Relations del sito internet della Società [www.taleagroupspa.com](http://www.taleagroupspa.com), sezione Investor/Comunicati Stampa, e su [www.emarketstorage.it](http://www.emarketstorage.it).

\*\*\*

Talea Group S.p.A, società quotata sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana nata dal rebranding di Farmaè S.p.A., è tra i principali gruppi digitali in Europa nel macrosettore multicanale della Salute, Benessere e Bellezza e nei servizi media e di trasformazione digitale per le imprese. Talea Group S.p.A. opera con un modello di business fondato su due aree di generazione di ricavi: l'Area Consumers e l'Area Industrial. L'Area Consumers è dedicata principalmente all'e-retailing e ad oggi opera su quattro industry attraverso diversi brand commerciali. Settore Salute e Benessere: Farmaè, Amicafarmacia, Farmaeurope, Docpeter, Superfarma, Farmahome, Dokidaki, VitaminCenter e BestBody; settore Bellezza: Beautyè; settore Ortopedia: Sanort; settore Arredo Design: Mood Concept Store. Inoltre nel segmento Salute, Benessere e Bellezza opera attraverso i Private Label Farmaè, Amicafarmacia, Gooimp, VitaminCompany

# TALEA GROUP

DIGITAL PEOPLE ORIENTED

e Best Body e L'Area Industrial è dedicata ai servizi media e di trasformazione digitale e ad oggi opera con Talea Media, la concessionaria pubblicitaria online del Gruppo, Valnan, l'agenzia di Comunicazione e Marketing online, e le attività di Trade Marketing.

Per ulteriori informazioni:

**Euronext Growth Advisor**

Integrae SIM S.p.A.  
Piazza Castello, 24, 20121 Milano  
Tel. +39 02 96846864

**Specialist**

MIT SIM S.p.A.  
+39 02 30561 276  
[trading-desk@mitsim.it](mailto:trading-desk@mitsim.it)

**Investor Relation**

Talea Group  
Investor Relations Officer  
Alberto Maglione  
+39 0584 1660552  
[ir@taleagroupspa.com](mailto:ir@taleagroupspa.com)

**Media Relation**

CDR Communication  
Angelo Brunello - 329 2117752 - [angelo.brunello@cdr-communication.it](mailto:angelo.brunello@cdr-communication.it)  
Maddalena Prestipino - 348 5187454 - [maddalena.prestipino@cdr-communication.it](mailto:maddalena.prestipino@cdr-communication.it)

**Investor Relation Advisor**

CDR Communication  
Vincenza Colucci  
Tel. +39 335 6909547  
[vincenza.colucci@cdr-communication.it](mailto:vincenza.colucci@cdr-communication.it)

Fine Comunicato n.20169-16-2024

Numero di Pagine: 5