

QUARANTA MICHELE



QUARANTA MICHELE

**BARI 24 LUGLIO
1975**

Manager.



Figlio del prof. Antonio Quaranta ([vedi scheda](#)) e Marcella Morante. Frequenta il Liceo Classico Orazio Flacco conseguendo la licenza nel 1993.

Nel 1998 si Laurea con lode in Economia aziendale presso l'Università di Bari Aldo Moro.

Nel 2000 consegue un M.B.A. presso il Bentley College di Boston (USA).

Nel 2010 sposa Elisabetta Crippa e ha due figlie, Maria Vittoria e Benedetta. Vive a Milano.

È Managing Director di Neuberger Berman e Partner di NB Renaissance Partners (Fondo di investimento con sottoscrittori italiani ed esteri).

Ha iniziato l'attività professionale a Boston presso Trudeau&Trudeau Associates dove si occupava di operazioni di M&A. È stato Principal di Private Equity Group presso la divisione Corporate & Investment Banking di Intesa Sanpaolo.

È stato Vice President di M&A Advisory di Intesa Sanpaolo/Banca IMI, e membro del gruppo M&A Advisory responsabile di fornire consulenza ai clienti corporate e private equity italiani e internazionali.

E' stato Associate presso Intesa Sanpaolo/Banca Commerciale Italiana Equity Capital Markets, dove ha originato ed eseguito operazioni equity e equity-linked quali IPO, obbligazioni convertibili, aumenti di capitale e offerte pubbliche di acquisto..

È Consigliere di varie società tra le quali Comelz, Camoga, Engineering Ingegneria Informatica, Hydro Holding, Over IT e Termomeccanica.

<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/bari/1434895/bari-il-fenomeno-farmacie-nuove-idee-e-crisi-di-vocazione.html>

Bari, il fenomeno Farmacie: nuove idee e crisi di vocazione



Cesare Zampa



L'evoluzione prevede l'offerta di test, esami e servizi. L'iniziativa del brand Alma

Martedì 10 Ottobre 2023

BARI - Farmacisti stanchi della professione o prossimi alla pensione da un lato e, dall'altro, giovani per nulla propensi a percorrere le orme lavorative dei genitori, ammaliati da altri settori occupazionali. Ed ecco che la tradizionale continuità familiare è sempre più una chimera. Se, un tempo, il caduceo - il simbolo della professione, che rappresenta il bastone alato attorno al quale si attorcigliano due serpenti - passava di padre in figlio, oggi è abbastanza raro assistere alla continuità familiare nel settore del farmaco.

È soprattutto questa la ragione che ha indotto la Pharma Green Holding, società benefit di capitali nata nel 2021, a rilevare farmacie nelle regioni del Centro-Sud, unendole sotto un unico brand: quello di Alma Farmacie. Un'azione possibile grazie a una legge statale approvata a fine 2017, che ha consentito agli investitori interessati di «forgiare» catene di farmacie.

A cogliere questa occasione sono stati anche due manager originari del Mezzogiorno, residenti a Milano da oltre vent'anni. Michele Quaranta, 48 anni di Bari (Consigliere di amministrazione e responsabile M&A), e Pasquale De Felice, 41 anni di Napoli, (Amministratore delegato). Il loro

progetto, come dichiarato alla Gazzetta, mira alla creazione di una catena e allo sviluppo di «una nuova idea di “farmacia”», che, oltre a facilitare l'accesso a diversi servizi, diventi «partner di fiducia per la salute delle persone e un primo punto di presidio sanitario».

<https://pharma-green.it/alma-farmacie-sono-50-in-cinque-regioni-gli-esercizi-di-proprietà-intervista-a-michele-quaranta>

Alma Farmacie, sono 50 in cinque regioni gli esercizi di proprietà. Intervista a Michele Quaranta



Cinque numero “portafortuna” per Alma Farmacie, la catena di Pharma Green Holding, che chiude l'anno con 50 esercizi di proprietà in cinque regioni e si piazza così in quinta posizione tra le insegne del capitale. La buona sorte però c'entra poco, assicura a *Pharmacy Scanner* Michele Quaranta, Board member e head of M&A and business development: se il gruppo (nato soltanto tre anni fa, alla fine del 2021) si appresta a chiudere l'anno con un fatturato di circa 70 milioni di euro, oltre 300 dipendenti e una linea a marchio di oltre 50 referenze, è perché ha saputo

imboccare un percorso di crescita equilibrato e solido. Che gli permette guardare al futuro con grandi ambizioni.

Quaranta, cominciamo con una fotografia del momento: qual è la distribuzione geografica della vostra rete e quali le attività strategiche?

Le regioni in cui siamo presenti Toscana (18 farmacie), Puglia (17), Emilia-Romagna (9), Lazio (4) e Marche (2). Oltre alle acquisizioni, che ovviamente continuano, stiamo lavorando su progetti chiave per la crescita che comprendono la cura del personale, attraverso la formazione, il welfare aziendale e un sistema di premialità e opportunità di carriera; l'espansione della private label, che supererà le cento referenze entro il 2025 con nuovi formati e categorie; l'ampliamento dei servizi, tra i quali spicca il nostro progetto Longevity Pharmacy per la prevenzione; il rebranding delle farmacie, per allargare a tutto il network il nostro modello di Farmacia dei Servizi; il miglioramento dei programmi di loyalty, con l'espansione di direct marketing e crm per continuare a migliorare l'esperienza dei nostri clienti.

Qual è la vostra strategia di funding?

Nel 2024 abbiamo promosso un nuovo aumento di capitale per sostenere la crescita del network nel 2025 e 2026. L'operazione è stata supportata sia dai soci che fin dall'inizio hanno creduto nel progetto, sia dai nuovi che si sono uniti quest'anno. Il feedback da parte degli investitori è stato positivo, a conferma della realizzazione del piano industriale iniziale e delle iniziative che, come management team, stiamo implementando, a partire dal lancio dei nostri prodotti a marchio Alma Farmacie avvenuto a fine 2023.

Uno dei problemi più consistenti che una catena di farmacie deve affrontare è senz'altro l'integrazione nella rete dei nuovi esercizi. Voi come procedete?

Abbiamo sviluppato un processo di on-boarding strutturato. Ogni azione è valutata in modo pragmatico e personalizzata, per generare risultati immediati. Dalla raccolta dei documenti all'introduzione del nuovo gestionale, dalla gestione della carta fedeltà e della private label ai

materiali di comunicazione e al potenziamento del category, il nostro obiettivo è integrare ogni farmacia nel network ancora prima della data ufficiale di acquisizione. I vari gruppi della holding (Marketing, Finance, Hr, Commerciale e tutti gli altri) sono fortemente coinvolti e svolgono un importante lavoro di coordinamento per mantenere alto il servizio fin dal primo giorno di ingresso.

Quali sono i piani di crescita per i prossimi due anni?

Per il biennio a venire abbiamo piani ambiziosi e pensiamo di aumentare il network fino a 70-80 farmacie, sempre nelle regioni in cui stiamo operando. Riteniamo che il consolidamento di mercato sia ancora nelle fasi iniziali (meno del 10% delle farmacie esistenti in Italia appartengono a una catena del capitale) e che ci siano evidenti opportunità di crescita e valutazioni di acquisto interessanti. Inoltre, nel 2025 effettueremo in Toscana il trasferimento di due farmacie in location più strategiche, dove ogni spazio sarà progettato per guidare il cliente in un percorso chiaro e intuitivo: spazi più comodi, ampi e moderni, con l'aggiunta di nuovi brand e servizi.

Guardando al futuro, quale pensate possa essere il ruolo del vostro gruppo nell'evoluzione del mercato farmaceutico

Puntiamo a rafforzare ulteriormente il ruolo delle nostre farmacie come hub della salute, offrendo sempre più opportunità di prevenzione accessibili a tutti. Abbiamo appena introdotto il nostro primo codice etico, che ci guiderà nel migliorare costantemente gli impegni nei confronti di clienti, partner e dipendenti. Riteniamo di avere un incarico di responsabilità per contribuire proattivamente all'evoluzione del settore: la nomina di Pasquale De Felice, amministratore delegato di Pharma Green Holding, come rappresentante effettivo nell'assemblea delle società di capitale di Federfarma ci consente di partecipare attivamente alle politiche e alle decisioni strategiche per il settore, a livello nazionale ed europeo.