

SaronnoNews

Made in Italy della salute orale: Curasept di Saronno sceglie la spagnola Normon per crescere nel mondo

Michele Mancino · Friday, October 24th, 2025

Quando **Curasept** annunciò, poche settimane fa, la partnership con **Laboratorios Normon**, uno dei principali player farmaceutici iberici, non si è trattato solo di un accordo commerciale. È stata la conferma di una strategia di crescita e di un modo di intendere il business fondato sulla ricerca, la qualità e i valori condivisi.

A raccontarlo è **Giulia Giovannardi**, chief development officer di curasept spa, protagonista di questa nuova fase di internazionalizzazione.

L'alleanza, che debutta con il lancio in Spagna della linea Curasept Afterapid, rebrandizzata per il mercato iberico come Bucomed PRO by Curasept Afterapid+, nasce da un lungo percorso di scouting.

«Ho studiato in Spagna, a Madrid, e quell'esperienza mi ha aperto gli occhi su un mercato vivace e vicino alla nostra cultura d'impresa – racconta Giovannardi -. Quando, anni dopo, ho iniziato a occuparmi della divisione estera, **la Spagna è stata una scelta naturale**: è uno dei Paesi europei più importanti per la salute orale, insieme a **Francia, Germania e Regno Unito**». *(nella foto, i protagonisti dell'accordo, da sinistra Giulia e Stefano Giovannardi con i vertici di Laboratories Normon)*

LA RICERCA DEL PARTNER GIUSTO

La ricerca del partner giusto è durata mesi. «Abbiamo valutato diverse aziende con l'aiuto di un consulente esperto del mercato spagnolo, finché non abbiamo individuato Normon. Ci siamo riconosciuti subito nei valori, nella filosofia aziendale e nell'approccio al mercato: due realtà solide, con storie parallele e la stessa attenzione all'eccellenza scientifica».

Il legame si è rafforzato con le visite reciproche tra **Saronno e Madrid**, fino alla firma di un accordo strategico di **co-branding che unisce il know-how tecnologico italiano** alla forza distributiva spagnola. «È un vero matrimonio industriale, in cui restiamo due aziende distinte ma unite da obiettivi comuni».

LA STRATEGIA DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'intesa con Normon, attiva da **85 anni e presente in 90 mercati**, coprirà **Spagna e Portogallo**, «un'area omogenea e competitiva, ma ricca di opportunità». Per Curasept rappresenta anche un passo concreto nella sua **strategia di internazionalizzazione**, che oggi conta 45 Paesi e mira a raggiungerne 60 entro il 2032. «Pensiamo globale ma agiamo locale» spiega Giovannardi.

«Manteniamo l'identità del brand, ma **adattiamo prodotti e comunicazione alle specificità di**

ciascun mercato. In Germania, per esempio, abbiamo sviluppato un prodotto dedicato; in Spagna, invece, un packaging e un posizionamento mirati».

È LA RICERCA IL VERO MOTORE

La crescita internazionale è sostenuta da un forte investimento in ricerca e sviluppo, **oltre il 10% del fatturato**: una percentuale ben superiore alla media del settore.

«**Per noi la ricerca è il motore di tutto.** È anche uno degli elementi che ha convinto Normon a sceglierci: sapere che ogni anno reinvestiamo una parte importante dei ricavi nella scienza è garanzia di solidità e innovazione».

Un impegno che si riflette anche nei numeri: **dal 2023 al 2025 il fatturato è salito da 42 a 50 milioni di euro**, nonostante un contesto economico incerto. «Il merito è del team e della costanza con cui abbiamo costruito la nostra presenza, in Italia e all'estero».

La squadra guidata da Giovannardi è passata da una sola persona nel 2017 a sette oggi, con profili internazionali. «Abbiamo un project manager malese e un consulente finanziario inglese. È la prova che un'azienda italiana può essere attrattiva anche per i talenti stranieri. La diversity è un valore che arricchisce e ci prepara alle nuove sfide, come l'espansione verso il Sud-Est asiatico».

ORA L'ARABIA SAUDITA

Tra i mercati più complessi da affrontare, cita l'**Arabia Saudita**: «Il percorso regolatorio è stato lungo, ma da maggio 2026 saremo operativi. È un mercato enorme, tre volte quello di Dubai, e per noi rappresenta un grande traguardo».

La crescita, assicura, non spaventa. «Siamo un'azienda ben patrimonializzata e lavoriamo con una **pianificazione rigorosa**. Ogni nuova apertura è programmata nei minimi dettagli: per noi la sostenibilità della crescita è fondamentale».

DAL SOGNO ALLA PROMESSA

Giulia Giovannardi rappresenta la seconda generazione della famiglia fondatrice e vede **nell'equilibrato passaggio generazionale** una delle chiavi del successo. «Il nostro è stato un **processo graduale**, condiviso anche con le altre famiglie socie. La formazione e l'esperienza diretta sono state decisive. Dal 2013 a oggi ho visto Curasept raddoppiare il volume d'affari e rafforzare la sua presenza nel mondo».

L'obiettivo, conclude, «è **arrivare ai 100 milioni di fatturato** e diventare un brand top of mind nella salute orale a livello globale. Quando qualcuno penserà a un prodotto per la salute orale, vorremmo che pensasse a Curasept. È un sogno, ma anche una promessa».

Curasept spa, la media impresa di Saronno che sfida i colossi puntando su innovazione e capitale umano

This entry was posted on Friday, October 24th, 2025 at 7:37 am and is filed under [Varesotto](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.

