

PlantaDoce.

Empresa

Reig Jofre lanza de la mano de Forté Pharma su ecommerce en China

La farmacéutica española confía en fortalecer su posicionamiento en el país asiático y que su ecommerce a escala global supere el 20% de sus ventas en tres años. Reig Jofre apuesta por el principal mercado mundial en el negocio de expansión de complementos alimenticios.

PlantaDoce
7 sep 2022 - 10:38



Reig Jofre sube su apuesta por China. La farmacéutica española lanza de la mano de su marca de complementos alimenticios, Forté Pharma, su **ecommerce en China**, a través de la plataforma *business to consumer* Tmall, según ha informado el grupo este miércoles mediante un comunicado.

China es el primer mercado mundial en el negocio en expansión de los complementos alimenticios. El mercado chino representa aproximadamente el doble del europeo, con un crecimiento esperado en torno al 14% anual hasta 2023.

La farmacéutica española realiza una apuesta firme por el desarrollo de nuevos

PlantaDoce.

canales online en la estrategia de crecimiento de Forté Pharma, que espera fortalecer su posicionamiento en China y que su ecommerce a escala global supere el 20% de sus ventas en tres años. El negocio online se desarrollará en paralelo al negocio offline, sin penalizar la venta tradicional en farmacia, según informa Reig Jofre en su nota.

Reig Jofre alcanzó un beneficio de 3,6 millones de euros durante el primer semestre de 2022, un 1,4% más que en el mismo periodo de 2021

Forté Pharma se engloba dentro de la unidad de negocio de *consumer healthcare* de Reig Jofre y concentra el grueso de sus ventas en energía (24% de las ventas), estrés y sueño (13%), control de peso (22%) y belleza (9%) a cierre de junio 2022. La marca realiza la comercialización de sus productos mayoritariamente en Europa, a través de redes de venta propia, siendo **Francia su principal mercado**, con el 59% de las ventas seguido de España y Benelux, con el 24% y 11%, respectivamente.

Reig Jofre cuenta con filiales en ocho países (España, Francia, Portugal, Bélgica, Suecia, Reino Unido, Polonia y Singapur) y 155 socios comerciales en más de setenta estados. La compañía alcanzó un beneficio de 3,6 millones de euros durante el primer semestre de 2022, **lo que supuso un incremento del 1,4% si se compara con el mismo período del año pasado.**

Entre enero y junio, **la compañía facturó 132 millones de euros**, un 14% más que en el mismo periodo de 2021, y registró un beneficio bruto de explotación (ebitda) de 14,2 millones de euros, un 6% más que en el primer semestre de 2021.