

La storia di MaryRuth Ghiyam, la donna che ha creato un impero miliardario delle vitamine

2026-08-31 15:45:10 di Chloe Sorvino

URL:<https://forbes.it/2026/08/31/la-storia-di-maryruth-ghiyam-la-donna-che-ha-creato-un-impero-miliardario-delle-vitamine/>

Non capita tutti i giorni che una banca avvicini un imprenditore proponendosi di raccogliere oltre 400 milioni di dollari in debito per aiutarlo a rilevare quasi tutti gli investimenti esterni della sua attività. Ma è ciò che è successo nell'agosto del 2025, quando dieci banchieri di Capital One si sono seduti al tavolo con **MaryRuth Ghiyam**, fondatrice di **MaryRuth's**, un'azienda di integratori biologici con sede a Los Angeles.

"Hanno davvero fatto il tifo per me e si sono battuti fino in fondo", afferma la quarantunenne Ghiyam, co-ceo dell'azienda. L'altro co-ceo è **Jonathan Klein**, che ha assunto il titolo nell'aprile del 2025 dopo essere stato responsabile degli affari legali nei cinque anni precedenti.

I numeri di MaryRuth's

Ghiyam non era nuova a Capital One. Dopo aver fondato l'azienda nel 2014, ha coperto le prime spese accumulando migliaia di dollari di debiti sulla sua carta Spark di Capital One. Ghiyam racconta che l'azienda, che vende vitamine liquide, caramelle gommose e altri integratori in oltre 300 formati diversi, è in utile fin dal primo giorno. Oggi MaryRuth's è un'attività con **un fatturato stimato di 600 milioni di dollari** (negli ultimi 12 mesi) e **un margine operativo lordo di 125 milioni**. Anche al netto dei 420 milioni di dollari di debito che Capital One ha raccolto per l'azienda (erogandone essa stessa una fetta consistente), *Forbes* stima che **la società valga almeno 1,5 miliardi di dollari**. "La mia faccia è sul flacone. La maggior parte dei consumatori pensa che io sia un avatar o un personaggio dei cartoni animati, il che mi piace. Me ne servo quando raccogliamo fondi", dice Ghiyam. "Dico sempre: 'Il marchio non riguarda me'. Non sanno nemmeno che io esisto". L'operazione con Capital One, chiusa nell'ottobre del 2025 con scadenza del prestito fissata al 2030, ha aiutato l'ex consulente di salute olistica a mantenere una quota di proprietà di circa il 97% per sé e per la sua famiglia.

Il patrimonio di MaryRuth Ghiyam

Questa struttura societaria avrebbe reso Ghiyam una nuova miliardaria, con un patrimonio di 1,5 miliardi di dollari. Tuttavia, due anni fa, dopo la separazione dal marito David Ghiyam, ha firmato un accordo post-matrimoniale che attribuisce a lui la metà dei proventi di un'eventuale vendita di MaryRuth's, riconoscendo al contempo a lei la metà dei proventi nel caso in cui lui vendesse la sua attività di coaching spirituale basata sull'IA, chiamata David AI. Ghiyam, che ha avviato MaryRuth's prima di sposarsi, aveva concesso fin da subito una quota di partecipazione alla madre Colleen, la prima direttrice finanziaria dell'azienda, che possiede tuttora azioni comprese nella stima complessiva. *Forbes* calcola dunque che il patrimonio netto personale di Ghiyam si attesti intorno ai **750 milioni di dollari**. La forte redditività ha reso MaryRuth's un bersaglio di acquisizione negli anni e, molto prima della chiamata di Capital One, Ghiyam aveva rifiutato offerte a nove cifre da parte di conglomerati alimentari e istituzioni finanziarie del calibro di Blackstone. "Se hai il profitto", afferma, "hai il libero arbitrio".

La storia di MaryRuth Ghiyam

Le cose non sono sempre state facili per Ghiyam dal punto di vista finanziario. Quando ha fondato MaryRuth's, si è trovata a doversi fare carico di 700mila dollari di debiti personali di sua madre. Per nove anni non si è versata alcuno stipendio. "Non è facile. È stato un lungo viaggio". Ghiyam è cresciuta a Somerville, nel New Jersey. Suo padre era un avvocato proprietario di un'azienda di legname e falegnameria, ed è venuto a mancare quando lei aveva sette anni. La madre ha preso in mano l'azienda di famiglia e l'ha gestita fino al fallimento, sopraggiunto durante la crisi del mercato immobiliare alla fine degli anni 2000, accumulando nel frattempo ingenti debiti su carte di credito personali. Ghiyam ha lavorato per qualche anno come agente immobiliare per Douglas Elliman prima di aprire **uno studio privato di salute olistica** a New York, nel marzo 2013. Si è ritrovata a promuovere gli integratori in forma liquida perché l'assunzione di capsule a stomaco vuoto provoca spesso nausea. Poiché nei negozi o online non esistevano validi integratori liquidi, ha deciso di prodursi da sola. L'idea originale era quella di vendere grandi flaconi di multivitaminico liquido per la mattina e un altro per la sera: un unico formato da far assumere a tutta la famiglia. "Uno shottino al mattino, uno prima di andare a dormire", racconta Ghiyam. Il suo primo prodotto, un multivitaminico liquido al gusto di lampone lanciato su Amazon nell'autunno del 2014, "poteva diventare onnipresente — a livello globale, ovunque, sempre, proprio come la Coca-Cola", afferma Ghiyam. "Dovrebbe stare nel frigorifero di tutti, nello stesso modo in cui il bicarbonato Arm & Hammer ha una penetrazione nelle case del 95%".

Il no al primo milione

Ghiyam racconta che, nei primi tempi di MaryRuth's, è stata proprio la sua carta Capital One, con un limite di credito di 50mila dollari, a consentirle di gestire il flusso di cassa del brand, che a volte rischiava di andare in negativo. Questo perché, nonostante il marchio fosse redditizio, i produttori richiedono il pagamento in anticipo e i distributori su scala nazionale pretendono ordini la cui dimensione può variare da cinque a sette cifre, con rientri economici che avvengono solo dopo diversi mesi. Tre anni dopo la fondazione, Ghiyam ha estinto il debito della madre, si è trasferita da New York a Los Angeles e ha avuto il suo secondo figlio. È stato un periodo molto duro. Nel 2018, mentre reinvestiva nell'azienda tutto ciò che guadagnava e si definiva **"al verde"**, il suo produttore in Texas le ha offerto 1 milione di dollari per il 10% della società. La tentazione è stata forte, ma racconta di avere rifiutato dopo aver visto i dipendenti di quel produttore fumare sigarette: ha avvertito una palese incoerenza con i valori del suo brand, che a quel punto fatturava 11 milioni di dollari all'anno, con margini ebitda vicini al 20%. Ghiyam ha descritto i tre anni successivi, durante i quali ha avuto due gemelli, come "i più difficili". Entro il 2019, a sei anni dall'avvio, MaryRuth's generava 23 milioni di dollari di ricavi annui. Poi la pandemia ha spinto un numero record di persone sia ad acquistare integratori sia a fare acquisti online, facendo quasi triplicare le vendite fino a 84 milioni di dollari. Ciononostante, Ghiyam "continuava a non sentirsi al sicuro". Non aveva idea di come funzionassero le valutazioni aziendali. "Non ragionavamo in termini di multipli", ricorda.

Butterfly Effect

Nel 2021 le cose sono cambiate radicalmente. La società di private equity Tpg Capital, con sede a Fort Worth, si è avvicinata a Ghiyam, il cui fatturato era cresciuto di oltre il 60% arrivando a 135 milioni di dollari. Tpg le ha presentato un'offerta che valutava l'azienda 250 milioni di dollari, ovvero un multiplo di 1,85 volte le vendite. "Non avevamo nemmeno un consulente finanziario". Subito dopo ha ricevuto altre offerte e la valutazione è raddoppiata. Ricorda che la società di private equity Summit Partners, con sede a Boston, ha stimato il valore dell'azienda intorno ai 500 milioni di dollari, così come la Butterfly Equity di Los Angeles. Il gestore di asset alternativi Blackstone, con sede a New York, ha rilanciato con una valutazione di circa 525 milioni di dollari. Ghiyam ha rifiutato Blackstone perché la loro offerta prevedeva che lei dovesse "farsi da parte fin dal primo giorno". Era pronta a firmare con Summit e Butterfly per una quota del 20% ciascuna, ma poi Summit si è sfilata. Nell'agosto 2021, Ghiyam ha accettato l'accordo con Butterfly, che ha rilevato circa il 40%, valutando la società circa 400 milioni di dollari. Ghiyam racconta che gli investitori "esigevano l'eccellenza" e hanno aiutato l'azienda a più che raddoppiare le vendite annuali, superando i 270 milioni di dollari entro il 2023. "Sono esaminatori severi e non mi hanno mai detto davvero che stessi facendo un buon lavoro, ma questo mi ha spinto a impegnarmi a fondo".

Una vendita fallita

Ad appena due anni dall'accordo, Butterfly Equity — che ha investito anche nella catena di ristoranti Qdoba, nel produttore di carote baby Bolthouse Fresh Foods e nei vini Duckhorn — ha comunicato a Ghiyam la "necessità di vendere" per "restituire i capitali agli investitori", secondo quanto riferito dalla fondatrice (versione che Butterfly smentisce). Butterfly sostiene che la società voleva uscire poiché l'azienda stava andando bene e aveva ricevuto interesse da potenziali acquirenti, spingendoli a esplorare una possibile transazione. Il tempo della sua permanenza nel capitale della società è comunque breve, anche per gli standard del private equity, dove solitamente si punta a uscire nell'arco di tre-cinque anni. La settimana precedente alla messa in vendita dell'azienda, Ghiyam e suo marito si sono separati. Poi, all'avvio del processo di vendita, la valutazione è raddoppiata ancora una volta, con offerte che hanno toccato gli 800 e i 900 milioni di dollari. Inizialmente, Ghiyam e il consiglio di amministrazione avevano deciso di vendere ad Advent International (società di Boston), ma il fondo di buyout da 94 miliardi di dollari di asset gestiti non ha mai presentato un'offerta finale (Advent ha rifiutato di commentare). Ghiyam ricorda: "Non credevano potessimo raggiungere i numeri che avevamo preventivato, ma in realtà li abbiamo polverizzati". L'azienda stimava di raggiungere 89 milioni di dollari di ebitda nel 2025, quando in realtà ha superato per la prima volta i 100 milioni proprio in quell'anno. "A volte **il rifiuto è una protezione**", dice Ghiyam. "Siamo un'azienda altamente redditizia, eppure abbiamo vissuto un processo di vendita fallito". Butterfly ha continuato a spingere per la cessione. Alla fine hanno stretto un accordo in cui King Street (con sede a New York) ha ottenuto poco meno del 3% di proprietà e Butterfly ha reinvestito 50 milioni di dollari in King Street. Ghiyam ha anche riacquisito ulteriori quote, arrivando a detenere il 97% della proprietà.

La strategia dei 'green shoots'

Tuttavia, le montagne russe finanziarie non erano ancora finite. Presto Ghiyam è stata contattata da Paul Baisley di Capital One, managing director a capo delle operazioni nel settore food & beverage per la banca commerciale. MaryRuth's si è ritrovata con 420 milioni di dollari di debito a bilancio, ma, data l'elevata redditività, ripagarlo non era un problema insormontabile. Baisley, la cui divisione gestisce operazioni per un totale di 7 miliardi di dollari di debito distribuiti su 140 mutuatari, afferma che MaryRuth's lo ha impressionato come una delle poche aziende private nel settore dei beni di consumo confezionati che sta "andando decisamente meglio" rispetto a realtà più grandi e quotate in borsa. "Ciò che ho amato di MaryRuth e del suo approccio è **la grande attenzione ai dati**. Parla spesso di intercettare i *green shoots*, le nuove tendenze di crescita, guardando dove vogliono andare i clienti", spiega Baisley. "Se le persone virano sulla creatina, lei è in grado di virare sulla creatina. Se si concentrano sulle caramelle gommose, lei si adegua. E se si tratta di vitamine liquide, fa lo stesso. È straordinaria nell'individuare questi primi segnali di crescita". Il concetto di "individuare i *green shoots*" è diventato una prassi che Baisley applica regolarmente con il suo team e con altri fondatori. "Siamo stati con lei fin dall'inizio", dice Baisley, "e crediamo che abbia davanti a sé ancora molta strada e che questo sia solo l'inizio".

La concorrenza

Ghiyam potrebbe persino diventare la protagonista di uno spot pubblicitario per Capital One. Tuttavia, tutto questo potrebbe non bastare, e Ghiyam potrebbe prepararsi a cedere del tutto il controllo di MaryRuth's. "È davvero spaventoso. Oggi ci sono persone in grado di ricreare la mia azienda in due anni con appena dieci dipendenti", dichiara Ghiyam, riferendosi chiaramente alla recente [acquisizione](#) di **Grüns**, che ha venduto una quota dell'80% a Unilever per circa 900 milioni di dollari (pari a circa quattro volte il fatturato) in un'importante operazione annunciata ad aprile. Grüns è stata fondata nel 2023 da Chad Janis, all'epoca trentunenne, che ha lasciato la società di private equity in cui lavorava — la Summit Partners — per conseguire un mba a Stanford, dove ha creato il marchio di integratori gommosi. Oggi Grüns genera un fatturato annuo pari a circa la metà di quello di MaryRuth's. *Forbes* stima che Janis abbia incassato circa 300 milioni di dollari al netto delle tasse con l'operazione (che si è chiusa a giugno e che valuta l'azienda oltre 1 miliardo di dollari) e che possieda la maggior parte del restante 20% che Unilever deve ancora acquisire. (Unilever ha evidenziato in un recente documento finanziario di aver contratto debito per coprire il futuro

acquisto della quota rimanente). Ghiyam sostiene che Janis abbia fondato l'azienda dopo aver fatto parte del team di Summit che ha condotto la due diligence su MaryRuth's nel 2021. Janis ha rifiutato di commentare. Questa esperienza ha segnato profondamente Ghiyam, che racconta come un tempo desiderasse possedere la società e mantenerla privata a lungo termine. Inoltre, ora che sta affrontando il divorzio, sta valutando l'ipotesi di avviare un nuovo roadshow per MaryRuth's. "Potrei dover vendere questa azienda", conclude, "pur continuando a lavorarci all'interno".