



La sterilizzazione è sartoriale col macchinario tailor-made

La personalizzazione dei prodotti è sempre più spinta. Per questo Fedegari Group realizza circa duecento grandi macchine ogni anno, una diversa dall'altra, sulla base delle esigenze dei grandi produttori in tutto il mondo

di Riccardo Venturi

La capacità sartoriale, qualità distintiva dell'industria italiana, è sempre più richiesta perché cresce la personalizzazione dei prodotti e quindi la diversificazione delle linee produttive. È quel che sta accadendo anche nella farmaceutica, come dimostra il caso di Fedegari Group, player di riferimento mondiale nel campo della sterilizzazione e delle soluzioni per il controllo della contaminazione ambientale. «In tutto il mondo c'è una richiesta sempre più forte di personalizzazione del prodotto farmaceutico» dice il presidente Giuseppe Fedegari, «sia in termini di dimensioni variabili dei lotti da trattare, sia soprattutto di processo: processi diversi richiedono impianti diversi, e questo ha fatto sì che la nostra azienda sia diventata un sarto che realizza l'abito su misura in funzione delle preferenze del singolo cliente. Produciamo circa 200 macchine l'anno, tutte diverse una dall'altra».

Il gruppo Fedegari è presente in 100 paesi,

con sedi in Svizzera, Germania, Stati Uniti, Singapore e Cina, 500 persone e un fatturato di oltre 66 milioni di euro, il 90% del quale proveniente dall'estero. Un successo globale con una forte componente tecnologica, che nasce tutta all'interno dell'azienda: «Siamo gli unici nel settore che si costruiscono tutti i componenti delle macchine in casa» spiega il presidente, «in questo modo abbiamo il controllo completo della tecnologia e quindi riusciamo a incidere sulle prestazioni della macchina. Dovessimo

usare componenti che sono utilizzati anche da altri, avremmo un controllo più limitato». La scelta autarchica di Fedegari è la premessa necessaria per sfruttare appieno il moltiplicatore di Industria 4.0. «Una conoscenza più approfondita di processi e produzione ci permette di utilizzare le tecnologie 4.0 per gestire anche macchine diverse una dall'altra» sottolinea

FEDEGARI È PRESENTE IN 100 PAESI. HA SEDI IN SVIZZERA, GERMANIA, USA, SINGAPORE E CINA. CIRCA IL 90% DEL FATTURATO VIENE DALL'ESTERO

Giuseppe Fedegari, «abbiamo sviluppato un software di controllo con il quale, anche con l'utilizzo del cloud, raccogliamo una gran mole di informazioni sull'utilizzo delle macchine. Questo ci dà la possibilità di vedere in anticipo per esempio quando un componente richiede un intervento di manutenzione, e di capire come operano i clienti, aiutandoci a evolvere i prodotti e i processi».

Come ogni vero gruppo high-tech, Fedegari investe molte risorse nella ricerca. Fiore all'occhiello sono i due Technology Center nell'Headquarter di Albuzzano, dotato di laboratori R&D e un auditorium per la formazione, e in Pennsylvania, uno spazio di innovazione, formazione e ricerca che ha previsto un investimento di circa 2,5 milioni di euro tra struttura e macchinari installati. Numerose le partnership con le università, da quelle di Pavia e Milano alle Rowan e Lehigh in Pennsylvania e Temple e S.H.R.O. di Philadelphia. L'incontro virtuoso tra l'attitudine sartoriale di Fedegari Group e l'ottimizzazione dei processi abilitata dalla tecnologia ha prodotto frutti abbondanti: l'azienda è passata in 10 anni da 30 milioni di fatturato a oltre 66 milioni, e da 200 dipendenti a quasi 500, di cui 40 ingegneri impegnati nella progettazione e 10 nel dipartimento R&D.

Le caratteristiche che distinguono Fedegari fanno parte del suo Dna: il gruppo è nato ad Albuzzano di Pavia negli anni '50 per iniziativa di due "artigiani del metallo", i fratelli Giampiero e Fortunato Fedegari, produttori di manufatti in lamiera. Oggi è alla guida dell'azienda la seconda generazione della famiglia:

accanto al presidente Giuseppe c'è l'ad Paolo Fedegari. Pur trattandosi di un'industria, la componente creativa

propria dell'attitudine artigiana sembra avere un ruolo crescente: «In campo farmaceutico l'evoluzione è continua» rimarca Giuseppe Fedegari, «per esempio i wearable device, dispositivi che servono alla somministrazione continua di farmaci tramite micropompe, hanno richiesto lo sviluppo di soluzioni specifiche. Parliamo non solo di sterilizzazione ma da una

decina d'anni anche di macchine e processi complementari per il lavaggio e la decontaminazione chimica, in varie combinazioni». Fedegari cavalca la continua evoluzione sviluppando nuove soluzioni insieme ai suoi clienti. E che clienti: grandi gruppi come Glaxo Smith Kline, Sanofi, Pfizer, Novartis e Merck Sharp & Dohme, oltre a realtà presenti sul territorio italiano come BSP Pharmaceuticals, Patheon e Alfasigma. «Avere in casa diverse tecnologie ci permette di offrire sempre più un'offerta completa» mette in evidenza il presidente, «così da non reagire più in maniera simmetrica al cliente, bensì collaborare con lui, analizzando progetti per la produzione di nuovi farmaci, proponendo soluzioni magari non convenzionali rispetto a quelle immaginate da lui stesso, allo scopo di realizzare produzioni sempre più efficienti». Gli esempi concreti della proattività di Fedegari Group non mancano: «Qualche anno fa abbiamo cominciato a proporre macchine



GIUSEPPE FEDEGARI, PRESIDENTE DELL'OMNIMO GRUPPO

di lavaggio diverse da quelle già sul mercato» racconta Fedegari, «una combinazione di sterilizzatore e macchina da lavaggio che fa le due cose in un unico processo, e in alcuni casi permette di usare una macchina sola invece di due. Questo è possibile per esempio dove ci sono le linee di riempimento dei farmaci, le cui parti in contatto con il prodotto devono essere lavate, sterilizzate e riapplicate».

Fedegari Group non propone solo prodotti, ma anche e sempre di più servizi. Le case farmaceutiche lo sanno

NELLA FASE FINALE DI REALIZZAZIONE DELLE MACCHINE, CLIENTI DA TUTTO IL MONDO NE VERIFICANO LA QUALITÀ E NE APPRENDONO IL FUNZIONAMENTO

e apprezzano questa caratteristica distintiva, che include un'importante componente di formazione. Ogni macchina richiede un tempo di progettazione e realizzazione che va dai 6 ai 18 mesi, durante i quali i clienti prendono parte attiva al processo produttivo in una dinamica di dialogo continuo. Nella sede di Albuzzano i macchinari, nella fase finale, vengono sottoposti a un processo di validazione, il factory acceptance test, durante il quale clienti da tutto il mondo vengono ospitati negli stabilimenti Fedegari per verificare la qualità dei macchinari prodotti e il corretto funzionamento. «Quando le macchine o i processi sono così complessi e unici non c'è esperienza pregressa da parte del cliente» evidenzia il presidente, «serve superare la diffidenza verso le novità e quindi devi accompagnare per mano il cliente nell'aprendere come utilizzare al meglio la macchi-



SIAMO COME SARTI CHE REALIZZANO GLI ABITI UNO PER UNO, IN BASE ALLE DIVERSE ESIGENZE DEI CLIENTI

na». Negli ultimi anni i servizi di formazione hanno coinvolto oltre 400 persone tra clienti e ispettori delle autorità di controllo farmaceutiche provenienti da paesi di tutto il mondo tra cui USA, India, Germania e Israele. Da qualche anno l'azienda ha implementato delle sessioni di formazione per gli ispettori del settore farmaceutico, stringendo collaborazioni con enti governativi, istituzioni ed enti di certificazioni

come U.S. FDA (Food and Drug Administration), AIFA (Agenzia Italiana del Farmaco) e TUV (Ente di certifi-

cazione, ispezione, testing e formazione), che riconoscono all'azienda standard qualitativi tra i più alti al mondo.

L'approccio sartoriale di Fedegari pone il gruppo italiano nella migliore posizione per affrontare le sfide della medicina del futuro, e in parte già del presente, che è stata definita delle 4P: personalizzata, preventiva, predittiva e partecipativa. «Personalizzare farmaci e terapie quasi per singolo paziente offre opportunità estremamente interessanti» afferma il presidente, «porterà all'abbandono delle soluzioni standard sia in termini di macchine che di processi, e alla realizzazione di macchine sempre più efficienti per lotti sempre più piccoli, in linea con la nostra politica e con il valore intrinseco delle pmi italiane, molto più flessibili e veloci nel progettare qualcosa di nuovo rispetto a quelle più grandi e strutturate».

