

## Dalla genomica al petrolchimico

**C**reata nel 1999 come spin-off di HP, Agilent Technologies è una società diversificata sotto l'aspetto tecnologico, leader nei settori delle telecomunicazioni, dell'elettronica, delle bioscienze e dell'analisi chimica. Con circa 19 mila dipendenti in più di 110 Paesi, Agilent ha fatturato 5 miliardi di dollari nell'anno fiscale 2006. La divisione bioscienze e analisi chimica realizza, produce e commercializza strumenti per l'analisi utilizzati dal mercato farmaceutico, delle bioscienze, della chimica, della petrolchimica, della sicurezza alimentare e del controllo ambientale in tutto il mondo. È tra i principali fornitori di soluzioni tecniche basate su microarray, microfluidica, informatica, cromatografia liquida, gascromatografia, spettrometria di massa per società farmaceutiche, biotecnologiche e chimiche, per gli enti governativi e le istituzioni accademiche. Nel settore delle bioscienze Agilent offre solu-

zioni per genomica, proteomica e bioinformatica. *Chimica News* ha incontrato Danilo Cazzola, vice presidente Emea di vendite, marketing e supporto della divisione, che ci ha raccontato il recente riposizionamento dell'azienda su mercati che nell'anno fiscale 2006 hanno generato un fatturato di 1,6 miliardi di dollari. La divisione bioscienze e analisi chimica conta in tutto il mondo 3.700 dipendenti, 5 centri di produzione internazionali e servizi di vendita e supporto globale, per 21 mila clienti in più di 70 Paesi.

*Come si configura l'offerta di prodotti e strumenti Agilent?*

Agilent è leader indiscusso nella cromatografia e nella spettrometria di massa, continuando a guadagnare quote di mercato nella spettroscopia organica, sia gassosa, sia liquida. Recentemente abbiamo introdotto una serie di nuovi prodotti appunto nel campo della spettrometria di

**La Divisione Bioscienze e Analisi Chimica di Agilent è tra i primi fornitori a livello mondiale di strumenti, attrezzature, software e servizi per i mercati farmaceutico, delle bioscienze, della chimica, della petrolchimica, della sicurezza alimentare e del controllo ambientale. Abbiamo incontrato il Vice Presidente Emea di vendite, marketing e supporto della divisione per conoscere meglio l'azienda e il suo posizionamento sul mercato italiano.**

**Danilo Cazzola è dal gennaio 2004 vice presidente Emea (Europe, Middle East, Africa) di vendite, marketing e supporto della divisione bioscienze e analisi chimica di Agilent Technologies. Prima di questo incarico, ha ricoperto ruoli di rilievo in Hewlett-Packard, in qualità di vice presidente del marketing Europa per l'imaging e il printing e di general manager per l'Italia della divisione consumer business. Danilo Cazzola, che ha una laurea in chimica organica, è stato anche worldwide channels manager per la divisione analitica di HP, ruolo nel quale ha dato vita a numerosi programmi tuttora attivi.**



*Danilo Cazzola.*

massa, ampliando la nostra piattaforma LC/MS dal singolo quadrupolo al triplo quadrupolo e al Q-ToF. Il 2006 è stato un anno molto importante per Agilent Technologies, con la più importante introduzione di nuovi prodotti dell'ultimo decennio. La linea per cromatografia liquida è stata interamente rinnovata, con l'introduzione della nuova Serie 1200, evoluzione della precedente Serie 1100, leader indiscusso nel mercato. Il nuovo strumento è stato migliorato in termini di risoluzione e rapidità di analisi. La versione Rapid Resolution abbinata alla

nuova tecnologia delle colonne Zorbax consente infatti di raggiungere dei tempi di separazione 20 volte più rapidi e una risoluzione maggiore del 60%.

*Qual'è l'offerta Agilent dal punto di vista del software?*

L'acquisizione circa un anno fa di Ssi ci permette oggi di offrire una soluzione completa per gestire i nostri strumenti e quelli di terze parti, nonché di integrare il tutto attraverso Agilent OL (Open Lab), una piattaforma di sistema aperto per acquisire i dati strumentali, integrarli in database e workflow automatizzati all'interno del laboratorio, gestire sequenze e così via.

*Che tipo di servizi e soluzioni offre Agilent?*

I servizi sono quelli di manutenzione e riparazione dei nostri strumenti, le soluzioni dipendono dai vari settori. Ne abbiamo alcune dedicate al Sample Enrichment, per analizzare acque di superficie in maniera automatizzata, utilizzando nostri componenti e quelli di terze parti; altre riguardano l'intera

Gestione delle Risorse del Laboratorio, ambito nel quale i clienti hanno bisogno di una sempre maggiore produttività e di ridurre il numero di fornitori con cui interfacciarsi. Da un paio d'anni siamo riusciti a creare una soluzione per la gestione dei nostri strumenti e di quelli della concorrenza, per un vastissimo numero di prodotti. Altre ancora riguardano la fornitura di tutto quello che serve oltre allo strumento vero e proprio: abbiamo un ricco portafoglio di colonne e di accessori, per soddisfare tutte le richieste di un laboratorio.

*Sul fatturato di Agilent incidono di più gli strumenti tradizionali o le nuove applicazioni?*

Il business più importante è sui mercati più maturi, come l'analisi chimica (gas cromatografia, gas massa, liquido-massa), mentre genomica, proteomica e metabolomica crescono più rapidamente, ma non hanno ancora la maturità del mercato farmaceutico tradizionale.

*In Italia, quali sono i principali settori applicativi?*

Il mercato farmaceutico italiano da qualche anno non accelera, così come in molti altri Paesi dell'Europa occidentale, fatta eccezione per l'Irlanda. I microarray, invece, e in particolare le applicazioni Cgh (Comparative Genomic Hybridization), stanno dando ottimi risultati: pur partendo da numeri più piccoli, si registrano crescite importanti. La spettrometria di massa continua a essere un mercato florido in Italia e con i nuovi prodotti introdotti nel 2006 Agilent è un player molto importante. I clienti ci hanno seguito, anche in funzione della reputazione e dell'affidabilità dell'azienda, che riesce a offrire prodotti con un ottimo rapporto qualità-prezzo.

*Quali sono i clienti tipici in Italia? Come si pone Agilent nei loro confronti?*

In Italia, rispetto ad altri Paesi con una più spiccata vocazione farmaceutica – come per esempio l'Inghilterra o la Germania – la parte privata è meno importante, mentre è preponderante e variegata la parte pubblica. I nostri clienti vanno dalle università ai laboratori di controllo qualità nel settore alimentare. È un mercato molto



Sistemi per cromatografia liquida Serie 1200.



Piattaforma  
LC/MS Serie  
6000.

frammentato in quelle che noi chiamiamo piccole e medie imprese e distribuito in tutto il Paese.

Dal punto di vista geografico registriamo una forte crescita al sud, in centri di ricerca privati e pubblici. Agilent verifica e misura la soddisfazione dei clienti in modo continuo e costante, sia direttamente sia attraverso indagini realizzate in modo anonimo e i risultati sono decisamente lusinghieri.

*In quali settori si focalizza la ricerca Agilent?*

Agilent investe moltissimo in R&S, intorno al 10% del fatturato, continuando a reinvestire sulle piattaforme esistenti: abbiamo iniziato con i nuovi sistemi di gas massa nel 2005, abbiamo continuato con la nuova linea per cromatografia liquida e liquido-massa nel 2006 e continueremo a rinnovare il parco strumenti anche nel futuro, non solo perché ce lo chiedono i clienti, ma perché vogliamo continuare ad avere un portafoglio prodotti innovativo e ampio. Siamo tra le poche aziende che spaziano dalla genomica, con i microarray, fino alla gas cromatografia tradizionale: i nostri clienti vanno dai genetisti al settore petrolchimico, è uno spettro piuttosto ampio. Il collante di tutto è la nostra volontà di essere

vicino ai clienti e di supportarli nelle loro necessità, non solo per quanto riguarda gli strumenti, ma anche per il loro impiego ottimale.

Da questo punto di vista, anche il nostro portafoglio di materiali di consumo è cresciuto nel tempo: una volta consegnato un gascromatografo, la soluzione arriva dalla colonna, da come si prepara il campione e da come vengono trattati i dati.

*Iniziative in cantiere per il futuro?*

Continueremo a rinnovare i nostri prodotti anche nel 2007, espandendo l'offerta nella parte software, nelle soluzioni per genomica, proteomica e medicina predittiva (che sta diventando un settore trainante e nel quale è fondamentale la gestione e interpretazione dei dati) e continuando a spingere sui servizi, per dare ai clienti quello che noi chiamiamo "Intelligent Service": informazioni fornite in maniera remota e tempestiva sullo stato dello strumento, sfruttando le possibilità offerte da Internet. Questo ci consentirà di avere un approccio innovativo e di essere ancora più vicini ai nostri clienti.

*Quali sono state le vostre performance sul mercato nel 2006?*

In Europa Agilent è cresciuta del 14%

nell'ultimo anno fiscale, una cifra molto vicina a quella che abbiamo registrato in Asia. La Germania, in particolare, è cresciuta intorno al 20% e l'Europa dell'est continua a darci grandi soddisfazioni: anno dopo anno si conferma un territorio in cui esistono ampi spazi di crescita.

*Altri ambiti in cui Agilent potrebbe investire in futuro?*

Il panel di possibili acquisizioni è molto ricco. Non posso dire quali sono le aziende di nostro interesse, ma in un mercato molto frammentato come quello della bioanalitica ci sono tantissime opportunità, non solo per acquisizioni di consolidamento, ma anche per arricchire il portafoglio prodotti o tecnologico. Abbiamo un core molto solido e liquidità finanziaria. Sicuramente Agilent continuerà a investire molto sui canali di distribuzione, sulla formazione del personale e dei partner (distributori e agenti) e sul marketing. Tutto questo per sviluppare due effetti benefici: essere più vicini ai clienti e in maniera puntuale, per continuare a incontrare la loro preferenza.

www.readerservice.it n° 105