



Open innovation per la formulazione di nuovi prodotti nutraceutici e farmaceutici

## Geopharma cresce grazie a nuovi modelli digitali di lavoro

*Leonardo Lattaruli, CEO di Geopharma: "Poco prima della pandemia avevamo deciso di allargare la rete di informatori, il lockdown non ci ha fermato. Abbiamo innovato i processi aziendali grazie al digitale e alla collaborazione con la start up Butterfly".*

### L'azienda

Geopharma nasce nel 2001 a Mola di Bari dall'idea di un gruppo di imprenditori. Dagli anni dell'esordio Geopharma si pone come missione la cura e la prevenzione dei disturbi derivanti dalle patologie cronico-degenerative. Ha come scopo ultimo il benessere e la qualità di vita delle persone in ogni fase della loro esistenza.

Le due linee dell'azienda comprendono prodotti specialistici e per la cura personale, che rappresentano l'80% del suo fatturato. Il pubblico target dell'azienda è il personale medico che prescrive le cure. I dipendenti totali dell'azienda sono 85, di cui 60 sono informatori scientifici. L'azienda ha quindi lavorato su una forza vendita specializzata sull'informazione medico-scientifica e con una formazione altamente qualificata.

L'azienda produce un fatturato annuo di 6.700.000 euro.

### Nuovi modelli di lavoro

La pandemia ha messo alla prova l'approccio tradizionale al lavoro aziendale in quanto le visite in studio presso i medici erano fortemente limitate. I momenti in presenza erano importanti per gli informatori scientifici per la raccolta e la condivisione delle informazioni. Durante il periodo di lockdown questi incontri erano impossibilitati. Nello stesso periodo l'azienda aveva deciso di investire sul personale dedicato all'attività di informazione, aumentando il numero di informatori e stabilizzando i contratti.

La pandemia ha rischiato di trasformare questa crescita in un problema, ma grazie all'avvio di progetti interni di digitalizzazione, il periodo critico si è trasformato in una rinascita.

La collaborazione con la start up innovativa Butterfly è servita a riorganizzare ed efficientare il comparto di Ricerca & Sviluppo. Sono state, infatti, create delle sessioni decisionali virtuali collaborative con il coinvolgimento diretto della forza vendita e del marketing nell'analisi delle informazioni e nello sviluppo di nuovi prodotti.



## La piattaforma digitale per i processi decisionali

Butterfly ha proposto l'uso di una piattaforma avanzata basata su intelligenza artificiale che consente di tracciare, qualificare e accelerare i processi decisionali, facilitando le attività di valutazione di gruppo tra esperti, come i tavoli di discussione sulla ricerca di un nuovo prodotto in campo nutraceutico o farmaceutico. Normalmente questi tavoli si svolgono in presenza e difficilmente sono replicabili attraverso le call online. Questa piattaforma è in grado di fornire numerosi strumenti per creare processi decisionali più trasparenti, dettagliati e accurati. La piattaforma è stata dunque utilizzata dalle funzioni Ricerca & Sviluppo e Marketing Strategico dell'azienda per ottimizzare l'interazione tra le varie figure aziendali coinvolte. Lo sviluppo di un nuovo prodotto comprende, infatti, l'analisi dei trend di mercato e le indagini volte a intercettare le necessità dei medici nell'ambito di specifiche aree terapeutiche. Tutte le attività di ricerca e sviluppo del prodotto, la ricerca bibliografica, lo scale-up industriale, le fasi di prototipazione e la valutazione di tipo preclinico e clinico, passano attraverso numerosi tavoli decisionali tra le risorse aziendali ed esperti esterni. Oggi queste fasi del processo sono state ottimizzate con Butterfly Decisions che ha favorito l'interazione tra le funzioni aziendali e gli esperti i che a vario titolo hanno contribuito alle attività di ricerca. Gli algoritmi di Butterfly sono stati in grado di distillare le informazioni contenute nelle interazioni tra i panel di esperti facendo emergere intuizioni e soluzioni efficaci e inattese.

## Benefici

L'azienda con l'impiego della piattaforma Butterfly ha ridotto il tempo di sviluppo di un nuovo prodotto nutraceutico di circa il 25%-30% ed è stato possibile individuare nuovi prodotti. Tra le novità, è stato creato un prodotto fortemente innovativo nel campo del trattamento del dolore. È stato oggetto di un brevetto internazionale e il suo sviluppo è stato concepito analizzando nuovi campi di applicazione terapeutica per materie prime già note. Il lavoro di coordinamento delle diverse unità per ottenere questa formulazione innovativa lo ha reso un punto di riferimento nell'ambito degli integratori nutrizionali non solo per l'efficacia, ma anche come esempio di processo innovativo nello sviluppo.

La collaborazione con la start up, in ottica di open innovation, ha aiutato l'azienda a rendere efficienti molti processi interni.

La tecnologia della piattaforma all'inizio era in uno stadio prototipale, ma proprio grazie alla collaborazione totale tra azienda e start up c'è stata una crescita condivisa. Butterfly si è poi occupata di svolgere attività di formazione interna sui temi legati al digitale, al decision-making e all'intelligenza artificiale. La start up, dal canto suo, ha avuto l'opportunità di validare e migliorare l'uso della piattaforma e dei servizi offerti. Nel complesso un modello win-win che può essere replicato anche da altre aziende.