



**Lo scenario farmaceutico 2012-2016**



**Progetto**

**Novembre 2011**

# Premessa

---

□ Di fronte ai rapidi mutamenti sociali, politici ed economici che interessano la nostra società



□ DOXA PHARMA e FONDAZIONE SMITH KLINE propongono per lo scenario farmaceutico 2012



□ una metodologia che parte dal modello proposto nell'ultimo anno



□ per seguire l'evoluzione del settore in modo sempre più costante e "on time", attraverso la continua collaborazione con le Case farmaceutiche



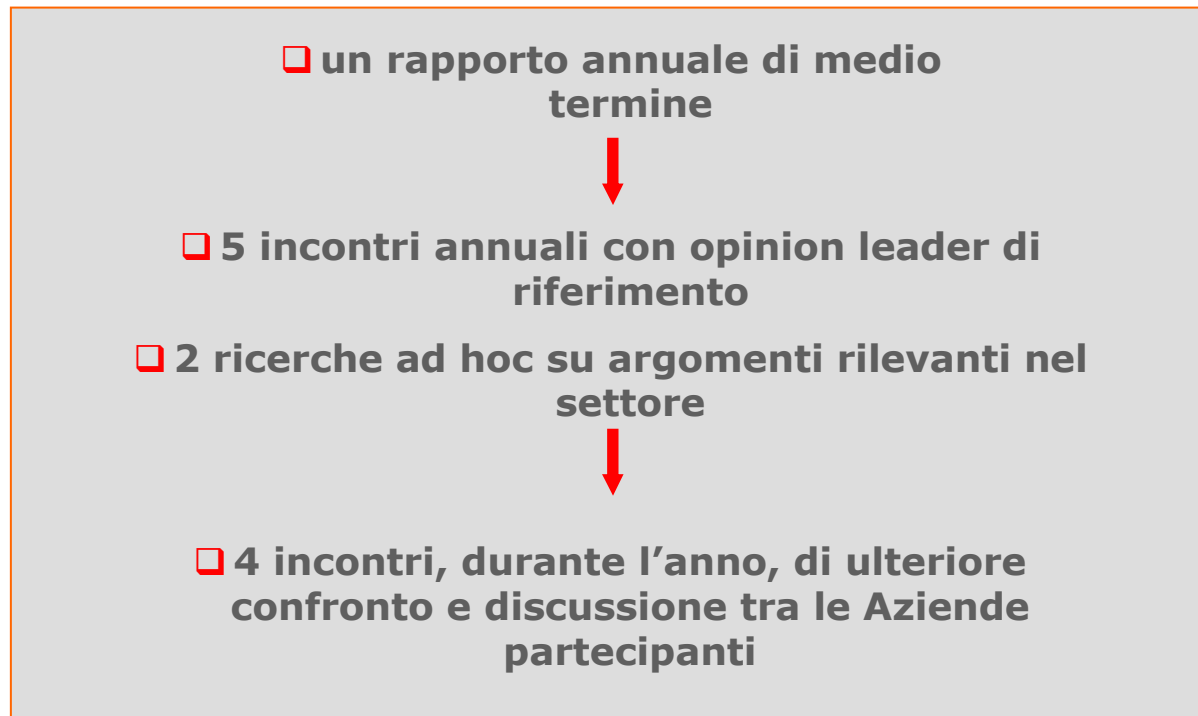
□ coinvolgendo le diverse funzioni aziendali nell'approfondimento di temi d'interesse

# Premessa

---

- ❑ Lo scenario 2012 amplierà il percorso di lavoro seguito negli ultimi anni

già integrato nel 2011  
con lo sviluppo importante  
di un numero più significativo  
di incontri con opinion leaders



## Premessa – L'ampliamento per il 2012

---

### ❑ L'ampliamento che abbiamo immaginato si sviluppa

1. in una maggiore continuità di relazione col gruppo di lavoro
2. nella raccolta di nuovi stimoli predittivi



### ❑ Di cosa stiamo parlando?

1. l'organizzazione di una conf. call mensile (il primo lunedì, da Febbraio a Novembre) tra tutte le aziende partecipanti al progetto

- i nuovi segnali deboli dello scenario
- le domande "ai colleghi" quick and dirty sul trend in atto

2. la raccolta ogni 2 mesi, tramite questionario aperto

- indoor (in azienda)
  - outdoor (la rete)
- le 5 parole chiave/i valori di cosa si parla, cosa restituiscono gli stakeholders

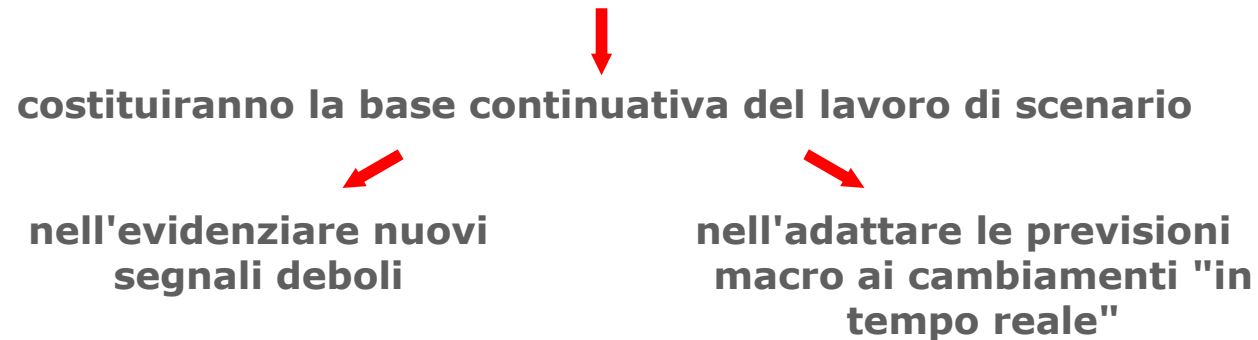
# Premessa

---

**3. tre volte all'anno → questionario online in collaborazione con la FIMMG**

- "le 5 parole chiave del medico"
- "di cosa parla il paziente negli ambulatori"

□ **La somma delle informazioni raccolte con le attività di cui al punto 1,2 e 3**





---

## Il programma base dello scenario

## A- Lo scenario di medio termine

### ➤ Un rapporto annuale (in presentazione nel mese di marzo/aprile)

dove trovare

1. L'evoluzione nel medio termine (3-5 anni) del farmaco nella "filiera della salute" in Italia
2. I fattori chiave di successo per l'azienda
3. I segnali deboli per il settore farmaceutico nel medio termine
4. Gli argomenti da approfondire con le successive ricerche ad hoc (key factors con probabile impatto sul business)

realizzato attraverso

❑ Interviste ad hoc con opinion leader (top level) a livello nazionale e internazionale

❑ integrate con la banca dati interna

## B- Due ricerche ad hoc

### ➤ Due approfondimenti annuali di ricerca

- ❑ Per approfondire i nuovi segnali, emersi dal rapporto dello scenario farmaceutico o dalle discussioni fra le Aziende, e anticipare le conseguenze per le strategie d'impresa



- ❑ Nel 2010 abbiamo lavorato su questi due aspetti, fotografando il punto di vista dei target che di volta in volta sono stati oggetto d'analisi
  - il medico di base e l'evoluzione della professione nel nuovo modello di sanità territorio-centrica
  - il paziente e l'incontro con la nuova sanità locale

**Uno strumento di implementazione della strategia d'impresa, costruita con il contributo dello scenario di medio termine**

### 3- Gli incontri con le Aziende

#### ➤ **Momenti di ulteriore confronto e discussione tra le Aziende**



- ❑ **per riflettere insieme sui principali argomenti di interesse o su temi specifici scelti**



- ❑ **per approfondire le diverse problematiche permettendo alle Aziende di fare il punto della situazione con cadenza quasi mensile**



- ❑ **Coinvolgendo non solo i rappresentanti delle Aziende che in questi anni hanno partecipato agli incontri, ma le diverse funzioni aziendali con cui, di volta in volta, verranno affrontati argomenti d'interesse (Responsabili dell'area Marketing, Responsabili delle Vendite, ecc.)**

### 3- Gli incontri con le Aziende

- **Le Aziende partecipanti saranno poi direttamente coinvolte nella realizzazione delle previsioni del mercato farmaceutico**



- ❑ **attraverso la compilazione (a maggio e a novembre) di un modello che Doxa Pharma fornirà a tutti i partecipanti\***



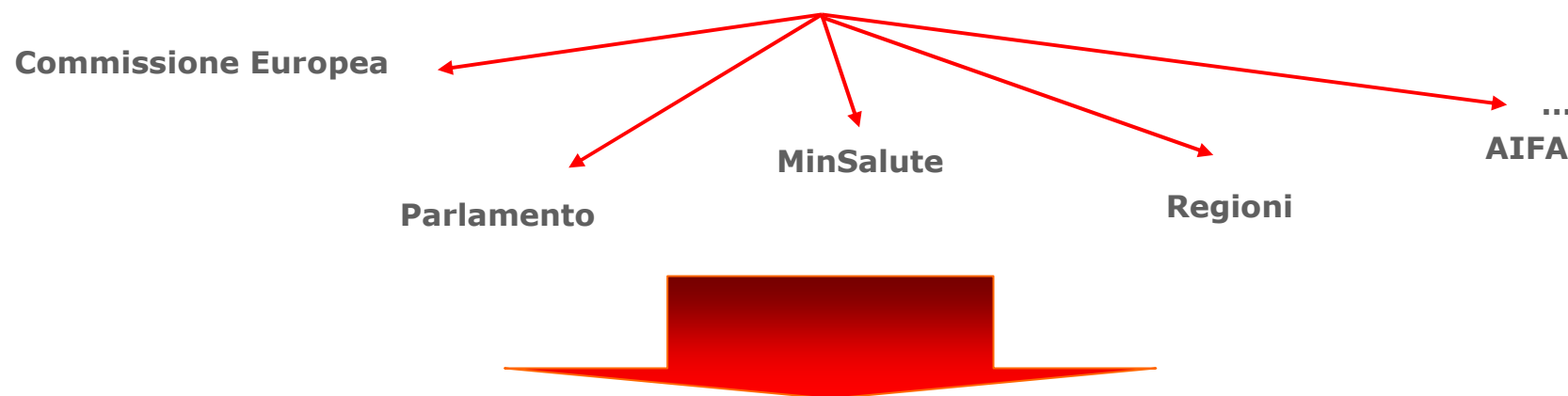
- ❑ **Per fornire delle previsioni di medio termine che implementino i dati della banca dati Doxa Pharma, tenendo conto delle previsioni fatte dalle singole Aziende**

**\* per integrare le previsioni Doxa Pharma con quelle delle singole Aziende, è importante poter ricevere il modello almeno una settimana prima della data fissata per l'incontro**

## 4- Cinque incontri annuali con opinion leaders

Saranno ospiti di alcune riunioni dello scenario

➤ **opinion leader di primo livello del mondo sanitario/farmaceutico a livello nazionale e internazionale**



per una discussione aperta sui maggiori argomenti *sotto la lente*

Una discussione integrativa tra le aziende e gli interlocutori istituzionali



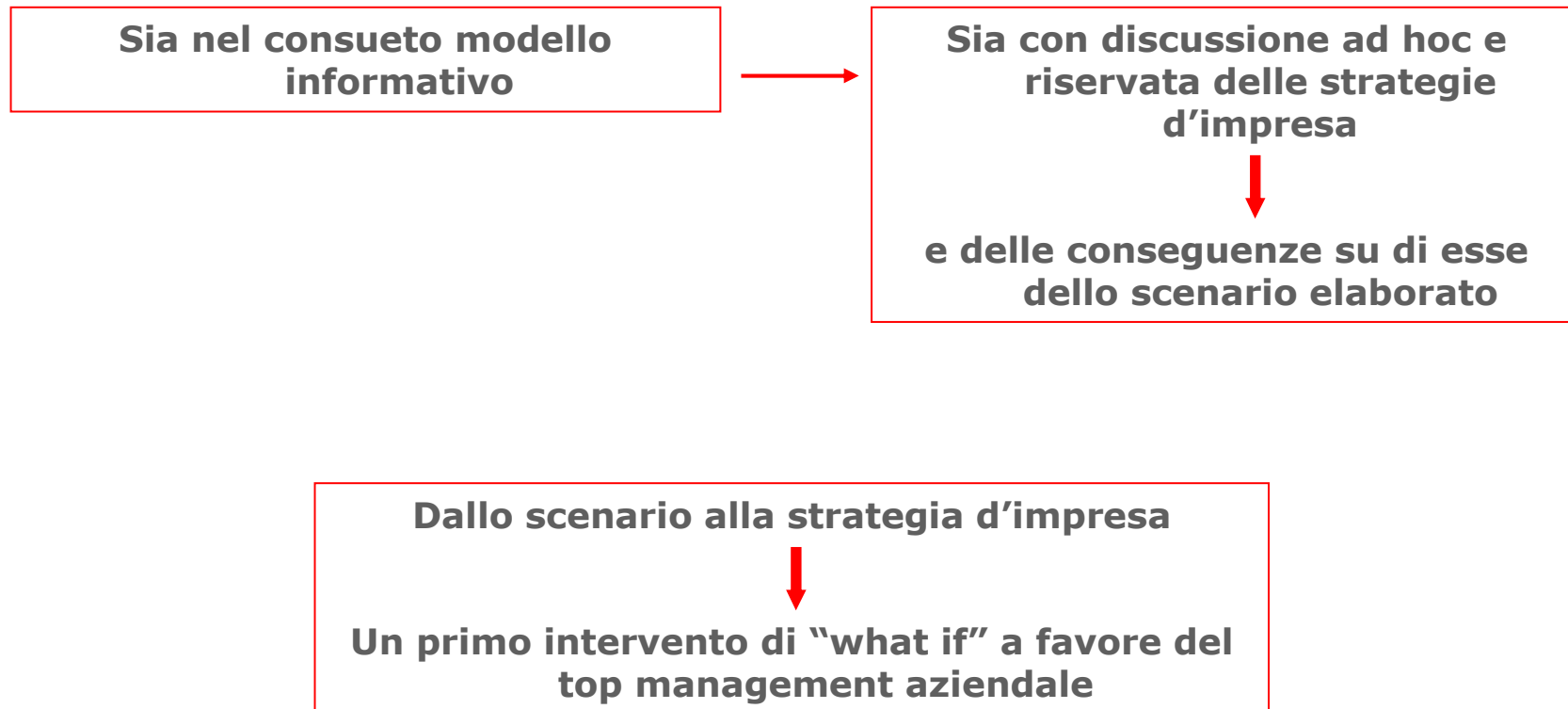
Un contributo anche formativo per il management delle aziende partecipanti al progetto di scenario



**UNA VALIDAZIONE  
CONTINUATIVA  
DELLO SCENARIO**

## 5 - Una presentazione dello scenario in azienda (optional)

- **Lo scenario potrà essere presentato in azienda**





## Tempistica

# Tempi

---

❑ **Il progetto di scenario sarà avviato nel Gennaio 2012 dopo la raccolta delle adesioni**

❑ **Il timing proposto per il lavoro di base:**

- |                    |   |  |
|--------------------|---|--|
| ❑ <b>Gennaio</b>   | → incontro con le aziende (consuntivo 2011)   | } le issues<br>il clima<br>il 2012             |
| ❑ <b>Febbraio</b>  | → incontro con 1° opinion leader  |  |
| ❑ <b>Marzo</b>     | → incontro di discussione con coinvolgimento delle Direzioni Marketing                                      | } l'hospital<br>il market access<br>la primary |
| ❑ <b>Aprile</b>    | → scenario di medio termine   |  |
| ❑ <b>Maggio</b>    | → incontro con 2° opinion leader  |  |
| ❑ <b>Giugno</b>    | → prima ricerca ad hoc e incontro con le aziende di discussione e presentazione delle previsioni di mercato |  |
| ❑ <b>Luglio</b>    | → incontro con 3° opinion leader e discussione con coinvolgimento delle direzioni vendite                   |  |
| ❑ <b>Settembre</b> | → incontro con 4° opinion leader  |  |
| ❑ <b>Ottobre</b>   | → seconda ricerca ad hoc  |  |
| ❑ <b>Novembre</b>  | → incontro con 5° opinion leader  |  |
| ❑ <b>Dicembre</b>  | → incontro con le aziende di discussione e presentazione delle previsioni di mercato                        |  |

❑ **A questo si aggiungerà il nuovo flusso di raccolta di informazioni di supporto - come descritto ai punti 1, 2 e 3 in premessa -**



Via Panizza, 7 - Milano

GRAZIE !



**Fondazione Smith Kline**

Via Terenzio, 35 - Roma