

# MARKET ACCESS NELL'AZIENDA FARMACEUTICA

## Contesto:

Possiamo definire il Market Access come l'insieme delle leve che favoriscono l'accesso, l'adozione e il riconoscimento del valore del farmaco da parte del mercato, spostando il focus dal prescrittore ad una pluralità di stakeholders. Queste leve riguardano i contenuti clinici e biomedici (evidence based healthcare, epidemiologia), i contenuti economici (farmaco-economia e valutazione sanitaria, HTA, HE&OR, P&R), quelli normativi (SSN, SSRegionali, ASL, distretti territoriali, etc) nonché quelli di lobbying e commerciali (figure sul territorio di Ram/Kam o loro varie declinazioni organizzative). Il Market Access è di recente apparizione sulla scena del mercato healthcare e non riguarda solo i prodotti specialistici a prescrizione, ma anche Primary Care e Generici hanno temi rilevanti, basti pensare all'accesso all'innovazione, alla protezione dei brevetti ed alle limitazioni prescrittive in medicina generale che spesso impediscono ai farmaci di avere posto nella terapia per la quale sono stati sviluppati. Dunque il Market Access è strumentale sia nel caso dei modelli di business specialistici che in modelli a prevalente orientamento retail. Si può affermare, in generale, che le figure professionali all'interno del Market Access sono molto ricercate, in particolare le professionalità su Health Economics, Outcome Research, Pricing & Reimbursement.

## Obiettivi:

- Fornire strumenti concreti per l'attuazione del Market Access nell'Industria Farmaceutica

## Destinatari:

- Aziende sanitarie pubbliche e private
- Imprese biomedicali e farmaceutiche
- Società di consulenza
- Agenzie di promozione
- Agenzie Visual Merchandising
- Agenzie di pubblicità
- Media specializzati
- Aziende cosmetiche
- Aziende erboristiche
- Laboratori/officine farmaceutiche

## Durata:

12 ore

## Programma:

- Come è cambiato il SSN
- Il Market Access nell'Industria Farmaceutica
- Il controllo degli stakeholders è indispensabile per l'Industria Farmaceutica
- Le tre aree del Market Access: Strategico-Progettuale, Economico-Sanitaria, di Prezzi e Responsabilità e Comunicazionale e Relazionale
- Le figure professionali chiave del Market Access