

# SE AMAZON, MICROSOFT & C. OCCUPANO L'HEALTHCARE

Secondo il report “Driving the future of health” i “Tech giants” saranno i probabili protagonisti del cambiamento della nuova sanità, grazie alle competenze ed esperienze maturate nell’innovazione digitale, nell’utilizzo e analisi dei dati e nella customer experience

▶ **Andrea Fortuna**  
Healthcare, Pharmaceuticals & Life Sciences Partner, PwC

**E**ntrò il 2030 l’assistenza sanitaria sarà incentrata sul paziente, che richiederà e riceverà soluzioni personalizzate perfettamente integrate nella vita di tutti i giorni.

Ci sarà meno enfasi, e meno spesa, sul trattamento e sulla cura e più sulla prevenzione, sulla diagnostica e sulle soluzioni digitali, come mobile app, sensori e dispositivi intelligenti di monitoraggio, oltre che su strumenti di analisi real time dei dati sanitari basati su big-data, sistemi di intelligenza artificiale e algoritmi predittivi.

Tutto questo determinerà trasformazioni significative nei sistemi sanitari, che saranno organizzati e regolati in modo nuovo (si pensi ad esempio, solo per citarne alcuni, a questioni di attualità anche per il nostro Ssn come l’utilizzo dei dati sanitari individuali conformemente alle regole sulla protezione dei dati secondo Gdpr, privacy e sicurezza, l’interconnessione e l’interoperabilità dei dati, la revisione dei sistemi tariffari per il modificarsi delle modalità di erogazione delle prestazioni abilitate dalle nuove tecnologie, etc.) e nei quali cambieranno i ruoli di tutti i soggetti coinvolti, dai regolatori fino ai medici, agli operatori sanitari e alle aziende che operano nel settore.

La spesa sanitaria a livello globale dovrebbe aumentare, seppur lentamente, del

10% entro il 2030 (da 10,6 trilioni a 11,6 trilioni di dollari), con la quota della spesa farmaceutica sul totale che è prevista stabile mediamente al 17%. Viceversa la spesa media per paziente dovrebbe diminuire fino al 28% per effetto del numero di persone che avranno accesso all’assistenza sanitaria (dagli attuali 4,5 miliardi ai 6,8 miliardi nel 2030 secondo le stime Oecd) che aumenterà più che proporzionalmente rispetto alla spesa complessiva. Ciò costituirà una sfida significativa anche per le aziende biofarmaceutiche e potrebbe creare un futuro segnato da margini operativi netti inferiori mediamente di 7-8 punti entro il 2030.

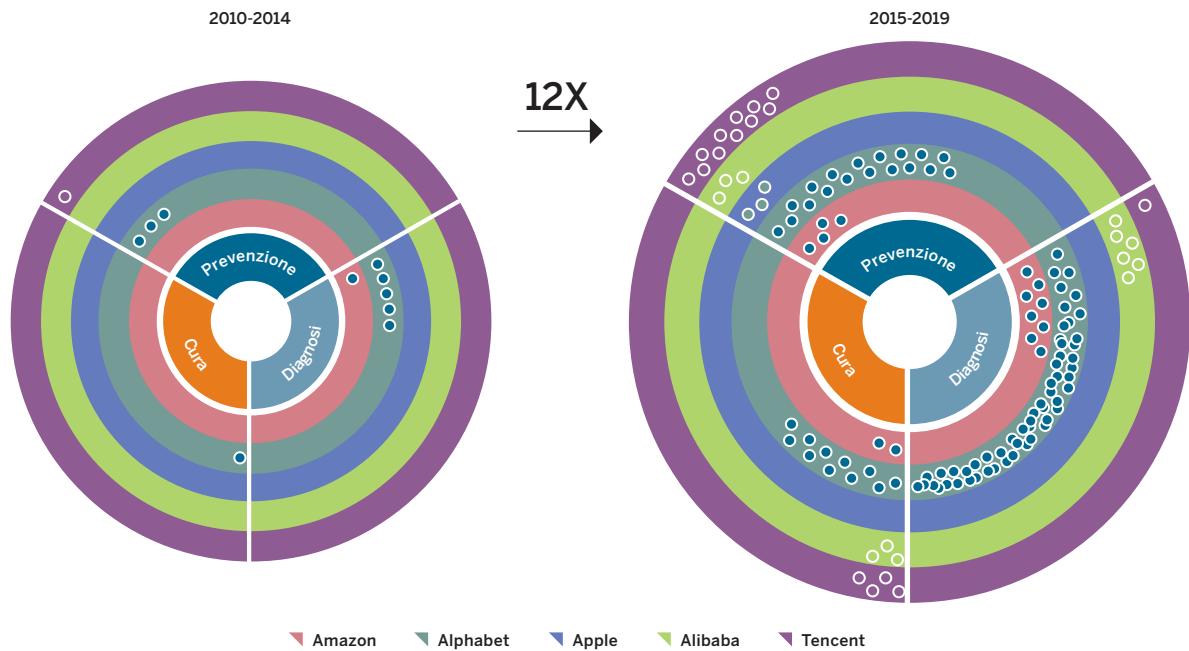
È quanto emerge dal report “Driving the future of health” realizzato da Strategy&, azienda di consulenza strategica di PwC, anche sulla base delle opinioni di oltre 120 C-level delle più grandi aziende del settore biofarmaceutico del mondo. Il mix della spesa cambierà con una riduzione prevista della quota assorbita dalla componente ‘trattamento e cura’ (dall’attuale 70% al 54% nel 2030) a favore di alcuni segmenti quali prevenzione, diagnostica e soluzioni di digital health, la cui spesa dovrebbe triplicare secondo le nostre analisi passando da meno di 1 trilione di dollari a circa 2,7 nel 2030. Questo avrà un impatto positivo sulla qualità delle cure al paziente (in particolare in oncologia, ematologia, cardiovascolare e sistema nervoso

centrale, aree terapeutiche nelle quali digitalizzazione e medicina preventiva e personalizzata ci si aspetta portino maggior valore, in termini di migliore rapporto tra outcome e costi per il sistema), ma evidentemente inevitabili impatti anche sui modelli di business delle aziende del settore.

Il report evidenzia però che saranno i giganti della tecnologia (Amazon, Apple, Google, Microsoft, Alibaba, etc.) – non le aziende del biopharma, a detta dei vertici delle stesse aziende farmaceutiche – i probabili protagonisti e i maggiori catalizzatori del cambiamento in questa nuova era della sanità, proprio grazie alle vaste competenze ed esperienze maturate nell’innovazione digitale, nell’utilizzo e analisi dei dati e nella customer experience.

In effetti, i “Tech giants” stanno da tempo cogliendo le opportunità: sono già entrati nei mercati della prevenzione e della diagnostica con propri prodotti, hanno registrato un numero crescente di brevetti nel settore sanitario negli ultimi anni (oltre 3.500 negli ultimi 5 anni, più del doppio di quelli registrati nei 5 anni precedenti) e allo stesso tempo sono entrati in alcuni segmenti di mercato tradizionali delle aziende biopharma tramite acquisizioni e partnership (il numero di investimenti è cresciuto di 12 volte negli ultimi 5 anni rispetto ai 5 anni precedenti, concentrati soprattutto

## Come i giganti del tech investono nell'healthcare



Nota: Gli investimenti derivano da acquisizioni ventures e partnership – Fonte: Dealogic data (2019), Strategy& analysis

nell'area della diagnostica e della prevenzione, come illustrato nella figura).

A questa situazione si aggiunge, secondo i risultati di una survey pubblicata nel recente report “New Health Economy” realizzato dal Health research institute (Hri) di PwC, la disponibilità della maggioranza delle persone a ricevere servizi sanitari da società tecnologiche come Google o Microsoft o a utilizzare soluzioni di digital health prodotti dai Tech giants, meglio se approvati dalle agenzie nazionali.

Accanto a queste minacce lo scenario presenta però anche opportunità significative per le aziende del biopharma se saranno pronte a spostarsi strategicamente anche nei nuovi segmenti a più alto potenziale, come abbiamo visto, della diagnostica, prevenzione, medicina personalizzata e digital health.

In effetti molte aziende farmaceutiche si stanno già muovendo per entrare in questi segmenti attraverso operazioni di M&A o partnership (ne sono esempi l'acquisizione di Foundation Medicine da parte di Roche nel campo della genomica per il trattamento

personalizzato dei tumori o la JV di Merck con Palantir Technologies per applicazione di sistemi di data e analytics nel mondo della ricerca oncologica), verso quella che viene ormai definito il settore del “healthtech”.

La buona notizia che emerge dal report “Driving the future of health” di Strategy&/PwC è che il 96% delle aziende biofarmaceutiche coinvolte nell'analisi sono consapevoli che questo cambiamento è già alle porte e il 75% percepisce il futuro dell'assistenza sanitaria come un'opportunità se le aziende del settore saranno disposte a cambiare pelle.

L'85% afferma peraltro di avere alcuni o tutti gli elementi chiave del futuro della sanità nella loro agenda strategica (a cominciare dalle funzioni maggiormente coinvolte quali R&D, area medica e market access, patient e customer services e marketing), anche se solo il 25% sta adottando un approccio olistico per affrontare la sfida.

D'altra parte l'unica altra opzione, comunque non semplice, è lavorare ulteriormente sull'efficienza o conquistare quote di mercato nei segmenti tradizionali.

Nel contesto di profondo cambiamento che abbiamo descritto stare fermi infatti non è un'opzione.

Pur arrivando da un contesto in cui gli attuali modelli di business delle aziende farmaceutiche hanno consentito decenni di performance di successo i vertici dei grandi player sono consapevoli che dovranno fondamentalmente re-immaginare lo scenario della sanità del futuro. La consapevolezza è un primo passo, ma il tempo stringe per le aziende biofarmaceutiche nel definire un approccio strategico integrato in grado di cogliere le nuove opportunità di business mentre si affrontano contemporaneamente le sfide imposte dal cambiamento del settore. Il futuro dell'healthcare sta arrivando e non è una questione di se, ma quando, il settore sarà trasformato rispetto a come lo conosciamo oggi.►

### Parole chiave

Sanità digitale

### Aziende/Istituzioni

PwC, Strategy&, Amazon, Apple, Google, Microsoft, Alibaba, Foundation Medicine, Roche, JV, Merck, Palantir Technologies