

*HAVE
A Great* **SUMMIT**



PRIMA DEL PAZIENTE, PER IL PAZIENTE

di Cecilia Biondi

LA PRODUZIONE DI UN FARMACO PRESUPPONE UN COMPLESSO MECCANISMO DI SCAMBIO FRA LE RICHIESTE DELL'UTENZA SANITARIA E LA CAPACITÀ DELL'INDUSTRIA DI RISPONDERE EFFICACEMENTE. SU QUESTO LUNGO E ARTICOLATO PONTE FRA DOMANDA E OFFERTA SI COLLOCA LA PROPOSTA DI VEEVA, CHE SFRUTTA LE ARCHITETTURE SOFTWARE PIÙ AVANZATE PER ALIMENTARE AL MEGLIO QUESTO COLLEGAMENTO. DI GRANDE INTERESSE A TAL PROPOSITO L'ULTIMA EDIZIONE DEL VEEVA COMMERCIAL SUMMIT, CHE SI È SVOLTO A MADRID A FINE 2023 E CHE HA RACCOLTO CIRCA MILLECINQUECENTO DELEGATI, FRA PARTNER TECNICI E UTENTI FINALI, CHE UTILIZZANO QUOTIDIANAMENTE QUESTE SOLUZIONI O SONO INTERESSATI AD INTEGRARLE NEI LORO PROCESSI



Circolazione delle informazioni, collaborazione, chiarezza e capacità di sfruttare a fondo i dati le parole chiave emerse all'ultima edizione del Veeva Commercial Summit, a cui abbiamo partecipato a novembre 2023. È un mondo intero che affianca quello della ricerca e della produzione farmaceutica, da un lato, e quello di tutti coloro che vanno sotto la definizione di HCP, o healthcare professional: non solo e semplicemente i medici, ma tutto il personale sanitario che ha un ruolo nelle scelte e deve decidere – spesso in tempi molto brevi – se un farmaco è funzionale ad un determinato obiettivo, e soprattutto perché. Più solido e dettagliato risulta questo rapporto multidirezionale fra azienda farmaceutica e personale sanitario, migliori saranno i risultati di business per chi produce e i risultati di salute per chi accede a queste soluzioni, cioè i pazienti.

Questo legame fra il mondo commerciale e il mondo della ricerca, finalizzato a rendere più efficace la vendita e più concreta la ricerca, risulta di particolare valore di fronte alle attuali tendenze evolutive del mondo farmaceutico, che spaziano dalla crescita della medicina personalizzata alla diffusione di soluzioni di machine learning, che possono migliorare ulteriormente la raccolta e la disponibilità di informazioni significative.

Ce ne ha parlato durante la conferenza **Florian Schnappauf, VP Enterprise Commercial Strategy di Veeva**: *«Il nostro impegno è rivolto innanzitutto ai medici, con l'obiettivo di semplificare le interazioni nelle quali sono coinvolti affinché abbiano più tempo per fare il proprio lavoro. Intendiamo inoltre aiutare l'industria farmaceutica a diffondere le straordinarie innovazioni che coltivano nei propri reparti di ricerca e sviluppo, facendo sì che queste arrivino più direttamente ed efficacemente ai pazienti che ne hanno bisogno. Le due cose infatti sono solidamente intrecciate, perché migliorare la ricerca e sviluppo di un farmaco richiede la necessità di comprendere a fondo quali sono gli effettivi bisogni dei pazienti. Qui la tecnologia può svolgere un ruolo cruciale»*. Ecco che ai pilastri fondamentali di un'industria farmaceutica – la vendita, da una parte, e lo sviluppo, dall'altra - si aggiunge un terzo elemento di snodo, quello della disciplina medica e dell'interazione con i medici, funzionale ai primi due e sempre più integrato anche grazie al contributo della tecnologia.



«La medicina specializzata è in crescita e rende sempre più complesso il mondo healthcare» prosegue inoltre Florian, in merito alle tendenze in atto nell'industria farmaceutica, innanzitutto il processo di differenziazione dei farmaci. «Secondo i dati a nostra disposizione, circa la metà degli investimenti in R&D sono rivolti all'area della medicina specializzata; solo dieci anni fa questa percentuale era intorno al 20-30%. Come numero delle formulazioni, parliamo di circa ottomila asset clinici oggi disponibili in questa area, rispetto ai circa tremila di dieci anni fa. Non solo: sono allo studio numerose formulazioni, due terzi delle quali hanno il potenziale di diventare "first in class", quindi nuove in assoluto per la patologia trattata. In altre parole, non solo vi saranno tantissimi nuovi farmaci sul mercato nel prossimo futuro; non solo saranno molto più complessi di quelli attuali; ma molti di questi non avranno nemmeno un termine di paragone, perché saranno i primi in quella specifica area patologica. Il che è senz'altro un bene, perché vuol dire molte patologie oggi non curabili cominceranno ad essere trattate, con evidente vantaggio per i pazienti che ne sono affetti. Ma questo significa anche che l'industria, dato che i farmaci sono più specializzati, più focalizzati e più complessi, farà anche più fatica ad individuare le popolazioni di pazienti a cui si rivolgono, dato che queste diventano sempre più piccole. Dunque, anche il rapporto con gli HCP deve diventare più solido: questa massa di informazioni nuove, infatti, deve essere resa chiara e disponibile agli operatori sanitari, affinché questi siano sempre nelle condizioni di prendere le giuste decisioni per i loro pazienti. E questo anche in momenti concitati, in cui tali scelte risultano cruciali: il cosiddetto "momento della verità" del medico, che richiede decisioni tanto veloci quanto sicure. Questo è il compito che ci siamo prefissi con Veeva: agevolare il più possibile questo processo». Il medico insomma deve conoscere un farmaco a fondo e sapere, al momento giusto, a che cosa può servire e come si utilizza. Servono dunque informazioni di valore, chiaramente disponibili dal momento della scelta fino a quello della somministrazione.

Migliorare la ricerca e sviluppo di un farmaco richiede la necessità di comprendere a fondo quali sono gli effettivi bisogni dei pazienti

VEEVA E IL MERCATO ITALIANO

Come si profilano le opportunità di sviluppo del mercato italiano? «Il potenziale è molto alto» risponde

Francesca Maggi, Manager, European Solution Consulting, Commercial, di Veeva Systems. «Innanzitutto, in Italia vi sono numerose aziende farmaceutiche, che comprendono tra l'altro non solo le grandi multinazionali ma anche produttori più piccoli o anche tutta l'area dei terzisti, che svolgono un ruolo importante nel comparto produttivo. Con

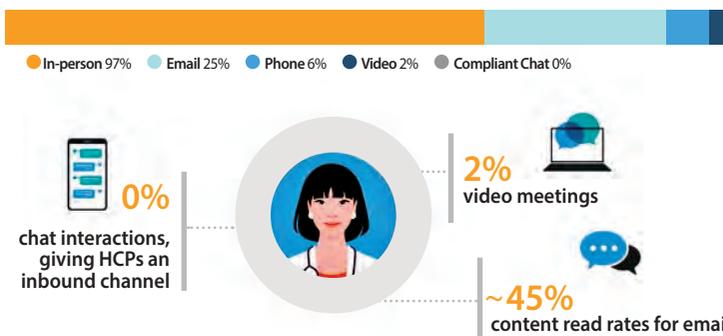


le soluzioni Veeva inoltre copriamo tutta la filiera, dalla R&D, quindi dalla fase di scoperta della molecola, fino alla parte commerciale, con software erogato interamente in modalità cloud: in questo modo l'accesso si commisura all'effettiva dimensione dell'azienda, senza alcun vincolo. Anzi, le innovazioni tecnologiche e le nuove release del software stesso non vengono riservate solo a determinati utenti, bensì vengono di fatto distribuite a tutte le aziende, in un contesto di totale scalabilità».

Tornando al punto di vista della produzione farmaceutica e gestione della supply chain, la miglior circolazione dei dati abilitata dai software Veeva ha un impatto anche sulle aree operative, ad esempio in termini di miglior previsione della domanda o efficienza del percorso produttivo in generale? «Partiamo dai dati, che per noi sono un pillar fondamentale. Veeva, infatti, dispone di una commercial cloud,

Italy Engagement Model

Current Engagement Model



Source: Veeva Pulse dat Ortoher 2022-Sentemher 2023

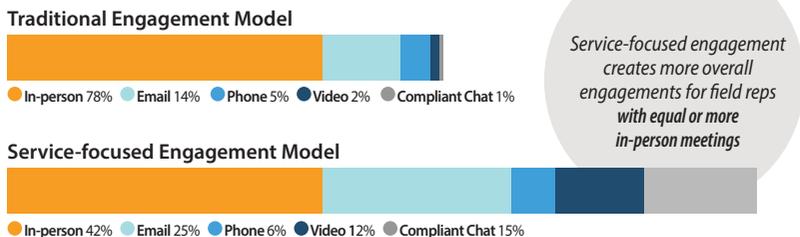
che riguarda la parte commerciale, di una development cloud per la parte R&D, e di una data cloud, che comprende le varie soluzioni di raccolta e gestione dei dati e di fatto permette ai nostri clienti di utilizzare varie tipologie di dati a seconda delle necessità» ci spiega Francesca Maggi.

«Parliamo oggi di una quantità di dati enorme, che possono essere analizzati, interpretati e messi a frutto dalle singole aziende, elaborando poi delle strategie differenzianti. Questa è una sfida importante che attende le aziende oggi, anche alla luce delle nuove soluzioni di intelligenza artificiale. Le aziende farmaceutiche hanno a disposizione una risorsa importante e possono decidere come utilizzarla al meglio, elaborando strategie ad hoc che possono riguardare qualsiasi area operativa, dagli acquisti alla vendita. Le potenzialità di quest'area sono molto interessanti: a tal proposito abbiamo anche un dipartimento di business consulting, pensato per supportare i clienti nel far emergere o gestire al meglio i loro progetti, e anche questo senza fare differenza fra realtà più grandi o più piccole».

Fra le novità presentate anche le ultime evidenze del Veeva Pulse Field Trends Report, il più grande benchmark di settore nel suo genere sull'engagement degli HCP

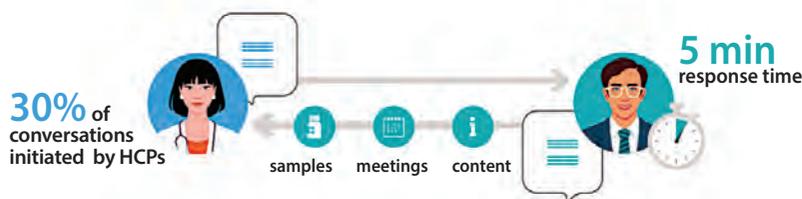
Con Francesca Maggi affrontiamo anche il tema della diversity&inclusion, chiedendo qual è l'approccio che Veeva rivolge all'area farmaceutica in quanto tale, in termini di sviluppo di una medicina personalizzata anche in base ai diversi cluster di appartenenza. «Le soluzioni, i dati e i servizi di Veeva permettono la digitalizzazione e la decentralizzazione dei trial clinici, migliorandone la velocità e la qualità dei dati, nonché l'accesso ai pazienti. Questo riveste un ruolo fondamentale nelle dinamiche che influenzano la ricerca e lo sviluppo dei nuovi farmaci» conclude. «Va anche ricordato che Veeva è una Public Benefit Corporation dal 2021 e questo impatta ogni nostra azione o interesse. Oltre che ai profitti, come una qualunque azienda quotata, dobbiamo dare attenzione a tutti gli stakeholder, e dunque ai pazienti prima di tutti. Da qui l'impegno a contribuire anche alle fasi di ricerca, sperimentazione e trial clinici nel modo più ampio e inclusivo possibile, in modo che ogni singolo paziente si trovi rappresentato al meglio. Anche questo aspetto per noi risulta prioritario e compreso nello statuto di società Benefit».

Traditional Engagement vs Service-Focused Engagement



Source: Analysis of Veeva Engage Connect interactions, U.S. Veeva Pulse data, January 2023-September 2023.

Compliant Chat Drives More Real-Time Interactions



Source: Analysis of Veeva Engage Connect interactions, U.S. Veeva Pulse data, January 2023-September 2023.

COMMERCIAL SUMMIT: NOVITÀ APPLICATIVE E DEMO DI PRODOTTO

In presenza dei top manager dell'industria farmaceutica in Europa, Veeva ha presentato a Madrid alcune delle novità più significative della sua offerta, sia dal punto di vista dei progetti che delle prospettive di sviluppo. Ad esempio, Bayer è una delle prime venti aziende biofarmaceutiche che è passata, a livello globale, dal precedente sistema CRM Veeva (basato su Salesforce) a Vault CRM, la nuova generazione di CRM Veeva per l'healthcare, standardizzando al contempo i dati dei clienti globali con Veeva OpenData. «La partnership con Veeva ci fornisce le basi tecnologiche e di dati a lungo termine per ottenere la velocità e l'agilità necessarie per affrontare le complessità della medicina moderna», afferma Patrick Moeller, global head of commercial IT and digital pharma di Bayer. Anche GSK compierà lo stesso passaggio, come illustrato da Kieron Scrutton,



Senior Vice President Commercial and Digital Technology di GSK, secondo il quale «i dati e la tecnologia sono fondamentali per raggiungere l'obiettivo di GSK di avere un impatto positivo su 2,5 miliardi di persone entro la fine del 2030, quindi la migrazione a Vault CRM è un chiaro passo in avanti verso un engagement altamente personalizzato degli operatori sanitari».

Fra le novità presentate anche le ultime evidenze del Veeva Pulse Field Trends Report, il più grande benchmark di settore nel suo genere sull'engagement degli HCP. Per comprendere e quantificare il coinvolgimento dei professionisti sanitari con l'industria farmaceutica, infatti, Veeva conduce un'analisi su oltre 600 milioni di interazioni e attività con gli HCP ogni anno, da parte di oltre l'80%



dei team commerciali biofarmaceutici, a livello globale. L'ultima edizione ha dato dei risultati interessanti legati all'engagement digitale dei medici.

Secondo questi dati, infatti, l'accesso ad una chat conforme amplia il mix di canali di engagement, con il risultato che i punti di contatto digitali con gli operatori sanitari vengono più che raddoppiati e gli incontri di persona vengono mantenuti o aumentati.

Infatti, gli operatori sanitari avviano il 30% delle conversazioni con i team sul campo quando utilizzano una chat conforme. «I touchpoint digitali in tempo reale tra un incontro e l'altro stanno creando una relazione più efficace tra gli operatori sanitari e i team sul campo», conclude **Aaron Bean**, vice presidente di Veeva commercial business consulting per l'Europa. «Canali come la chat conformi consentono agli operatori sanitari di rivolgersi ai team sul campo quando ne hanno bisogno, creando relazioni significative che portano a percorsi di cura più efficienti».



Il mezzo digitale di fatto contribuisce a consolidare il rapporto fra medico e industria farmaceutica: grazie ad un canale che risulta nel contempo più diretto e più strutturato, la figura del produttore diventa più autorevole e dunque più meritevole di fiducia da parte del professionista sanitario.