

Pharmitalia, innovazione nel farmaceutico

Dalla nuova compagnia italiana la proposta per le aziende del settore: "Contract Sales Organization"

Tra le novità la condivisione del rischio imprenditoriale

L'obiettivo è ambizioso: diventare il punto di riferimento per le aziende farmaceutiche che operano nel mercato italiano e che intendono rafforzare e migliorare la propria efficacia. Ovvero, diventare un'organizzazione in grado di supportare il settore commerciale delle aziende farmaceutiche, avvalendosi di soluzioni all'avanguardia per la gestione dei processi e delle tecnologie. È con questo spirito e cercando di perseguire questo fine che nasce PHARMITALIA, nuova azienda con sede legale a Roma e sede operativa a Milano, che punta a "rivoluzionare" il contesto farmaceutico. Non un salto nel vuoto, piuttosto la volontà di dare un nuovo contributo al sistema e al mondo farmaceutico, adeguando il modo di lavorare italiano agli standard dei mercati più evoluti. «Mettendo a frutto il patrimonio di competenze, provate nel tempo, nella gestione delle Sales Force - spiega Mario Ceriati, Presidente e Amministratore Delegato di PHARMITALIA - intendiamo diventare la Contract Sales Organization di riferimento per le aziende farmaceutiche che operano nel mercato italiano, mettendo a disposizione un'organizzazione mirata all'eccellenza nelle competenze, nei processi e nella tecnologia».

LA RIVOLUZIONE

Un modello di business per il mercato farmaceutico italiano che segue un filone già sperimentato e considerato vincente nei mercati internazionali più evoluti: quello di offrire servizi diversificati e



Mario Ceriati
Presidente Pharmitalia

personalizzati alle aziende che vogliono migliorare, rilanciare alcuni settori o l'intera attività o promuovere nuove iniziative. La logica d'intervento è, come precisa l'Amministratore Delegato, «la vera novità»: le aziende che hanno necessità di valorizzare o migliorare la resa di un prodotto farmaceutico, nelle sue varie fasi di ciclo di vita, si affidano a PHARMITALIA che provvede a elaborare un piano di sviluppo mirato. «In questo contesto PHARMITALIA vuole proporre al mercato un approccio flessibile, personalizzato e modulato alle specifiche esigenze del cliente, che tenga conto della fase del ciclo di vita del prodotto, del target specialistico di riferimento, della copertura geografica». Un motivo per bussare alla porta di PHARMITALIA? «I clienti si rivolgono a noi per supportare il lancio di un prodotto attraverso l'inserimento di professionisti per un periodo limitato di tempo, utile a

ottenere il posizionamento desiderato, per estendere la copertura e la frequenza delle visite a target attualmente non valorizzati, per rivalizzare i prodotti non più promossi attivamente, per coprire e sviluppare aree geografiche con performance non soddisfacenti, per ottenere sinergie da portafogli prodotto non distribuiti in modo omogeneo sui target o non distrarre la propria forza vendite dai referenti tradizionali o strategici».

CONDIVISIONE DEL RISCHIO

In questo processo la nuova compagnia farmaceutica milanese partecipa al rischio con l'azienda che ha commissionato il lavoro: un modello di co-gestione che offre maggiori garanzie di successo al committente. «L'elemento rivoluzionario consiste proprio in questo aspetto - spiega l'Amministratore Delegato - la nostra azienda condivide rischi e benefici con il committente». Ossia? «Nei progetti d'intervento che

PHARMITALIA sperimenta e propone, lo schema remunerativo è basato prevalentemente su una componente variabile legata al raggiungimento degli obiettivi. È chiaro che se non viene raggiunto lo standard previsto dal programma, il premio per l'intervento non deve essere riconosciuto. Il sistema di reward deriva, quindi, dal raggiungimento dei risultati e non soltanto dal numero di call garantite. I nostri interlocutori ci riferiscono che questo modello è assolutamente innovativo in Italia».

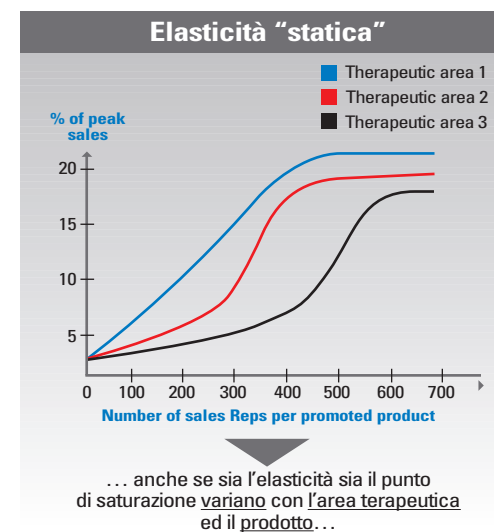
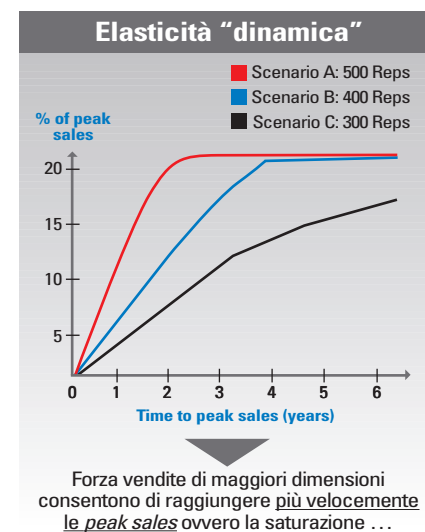
RISULTATI E CERTEZZE

Quanto alla possibilità di raggiungere i risultati l'Amministratore Delegato di PHARMITALIA non ha dubbi: «Il mio Team ha maturato un'esperienza comprovata da track record di successi unici nel mercato nazionale, realizzati grazie a impegno nella pianificazione, organizzazione e verifica delle attività e coordina professionisti con competenze manageriali e tecnico-scientifiche di

primissimo piano. Le risorse umane sono chiave per garantire e assicurare standard elevati, raggiungibili attraverso un'attenzione estrema ai programmi di recruiting e sviluppo». L'azienda è in grado di fornire anche altri servizi e prevede programmi per lo sviluppo delle risorse, analisi di mercato, business intelligence, sistemi per il tracking delle vendite, consulenza nel settore sales e marketing. L'attività di PHARMITALIA non si ferma comunque qui. Nel frattempo, e viaggiando su un binario parallelo, la nuova azienda farmaceutica italiana sta sviluppando il proprio portafoglio prodotti privilegiando le aree terapeutiche del sistema nervoso centrale, antinfettivo, ematologico e respiratorio, un'attività che è destinata a crescere e a svilupparsi.

LA SFIDA DELL'AZIENDA

Il prossimo futuro vedrà le aziende farmaceutiche ricorrere sempre più frequentemente all'utilizzo delle Contract Sales Organization, così come da oltre quindici anni accade negli USA e da più di cinque anni in Europa, sia per effetto di una migliore Qualità dell'offerta in termini di professionalità e flessibilità, sia per l'abbattimento degli ultimi ostacoli legislativi, per effetto delle recenti normative, dal Codice Unico alle Linee-guida di Regolamento regionali per l'informazione scientifica. «La sfida di PHARMITALIA - conclude l'Amministratore Delegato - è quella di giocare un ruolo da protagonista in questo nuovo scenario».



Fonti: Adattato da E. Kucheret al, Scrip Magazine April 2004

Highlights

Il mercato delle **Contract Sales Organization** (CSO) in Italia è ancora poco sviluppato, con circa il 2-3% di incidenza sul totale degli Informatori Scientifici del Farmaco. Tuttavia, per i cambiamenti normativi in atto, le prospettive di crescita sono elevate: si stima infatti un mercato di circa **5.000 ISF a contratto**, con una **incidenza del 20%** nel prossimo triennio. I benefici per le Aziende Farmaceutiche nell'utilizzare una CSO sono molteplici: maggiore **flessibilità e rapidità di recruiting** di forza vendita **altamente professionalizzata**, aumento della **Qualità** del servizio grazie ad un'**organizzazione focalizzata** su interventi specifici, possibilità per le aziende farmaceutiche di accedere a standard di **performance differenziati**, costi fissi sostituiti da **costi variabili** ed eliminazione dei costi di **overhead**, **riduzione** delle attività di **gestione del personale**.

Pharmitalia offre servizi di Contract Sales force per aziende farmaceutiche, mettendo a disposizione del cliente un'**organizzazione** in grado di svolgere attività di **Sales & Marketing**, focalizzate su Qualità delle **risorse, flessibilità e velocità di intervento**.

Pharmitalia è inoltre in grado di offrire **servizi a valore aggiunto**, con l'obiettivo di aumentare il livello di sofisticazione e di personalizzazione del servizio.

In aggiunta ai servizi di CSO, **Pharmitalia** sta sviluppando anche l'area del "**Licensing in product**", ovvero dell'acquisizione di licenze di commercializzazione di prodotti tipicamente non promozionati dalle aziende titolari.


Pharmitalia

Pharmitalia srl
Via Santa Rita da Cascia, 33
20143 Milano
tel. 02 45499202
fax 02 45499203
info@pharmitalia.com

www.pharmitalia.com