

MARKET ACCESS dei MEDICAL DEVICE

*Nuovi strumenti e canali per sviluppare il dialogo e l'integrazione tra industria,
key opinion leader e decisori del SSN*

**Farmacoeconomia, strategie di market access, politiche marketing e commerciali
per i produttori e i distributori di dispositivi medici e diagnostici in-vitro**

Milano, 14 e 15 giugno 2011

Moderatore:

Giorgio Lorenzo Colombo, Docente di Organizzazione Aziendale, Facoltà di Farmacia

Università degli Studi di Pavia

Scientific Director

S.A.V.E. Studi Analisi Valutazioni Economiche, Milano

Aggiornamento sulle tematiche regolatorie nell'ambito dei medical device e relativo impatto sull'industria

In attesa di conferma di partecipazione da parte di:

Claudio Giuricin, Membro

Commissione Unica dei Dispositivi Medici

Scenario di mercato ed evoluzione dei rapporti tra istituzioni sanitarie e aziende biomedicali

*Regioni, Agenzie Sanitarie, Livelli intermedi di governo, Aziende Sanitarie ed Ospedaliere
hanno acquisito un ruolo determinante nel governo della spesa sanitaria con particolare
riferimento a quella dei Dispositivi medici, determinando profonde modifiche nel contesto
competitivo delle aziende. In tale scenario di mercato verranno presentati:*

- Gli attori chiave nel cliente pubblico
- Evoluzione dei rapporti tra regioni e aziende biomedicali
- Le implicazioni sui processi organizzativi interni alle aziende
- La gestione strategica del cliente istituzionale
- Costruire una partnership con il cliente pubblico
- Come migliorare la gestione delle relazioni tra KAM-RAM e i nuovi interlocutori a livello istituzionale

Giorgio Lorenzo Colombo, Docente di Organizzazione Aziendale, Facoltà di Farmacia

Università degli Studi di Pavia

Scientific Director

S.A.V.E. Studi Analisi Valutazioni Economiche, Milano

È Scientific Director di S.A.V.E., società che sviluppa progetti di ricerca nel campo dell'economia sanitaria e della farmacoeconomia per aziende farmaceutiche, medicali e per strutture sanitarie. Dal 2000 è docente a contratto di Organizzazione dell'Azienda Farmacia presso la Facoltà di Farmacia dell'Università degli Studi di Pavia e docente di Farmacoeconomia presso l'Istituto Universitario di Studi Superiori sempre dell'Università degli Studi di Pavia, Corso ordinario presso la Classe accademica di Scienze Biomediche. È autore e co-autore di circa 120 pubblicazioni scientifiche e membro di comitati scientifici di riviste nazionali ed internazionali.

Il ruolo di Agenas nella valutazione delle tecnologie sanitarie emergenti

In attesa di conferma di partecipazione da parte di:

Marina Cerbo, Dirigente Sez. Innovazione Sperimentazione e Sviluppo

Agenas - Agenzia Nazionale per i Servizi Sanitari Regionali

L'introduzione nelle aziende sanitarie di tecnologie innovative: come la sanità valuta la fattibilità dei progetti in un'ottica di HTA

Mauro Crosato, Direttore Dipartimento Acquisti

A.O. di Padova

I dispositivi medici innovativi: aspetti normativi, politiche di vendita e di acquisto

In attesa di conferma di partecipazione da parte di:

Rosanna Tarricone, Director Economic Affairs

Eucomed

Direttore del Master of International Health Care Management, Economics and Policy

Università Bocconi

Definizione del prezzo dei dispositivi medici innovativi sulla base del rapporto costo-efficacia: metodologia e situazioni di applicabilità

In attesa di conferma di partecipazione da parte di:

Sara Simbula, Farmacista Ospedaliero

Azienda Ospedaliera Santa Maria Nuova

La centralizzazione degli acquisti: interazioni strategiche, partnership e progettualità tra aziende biomedicali e istituzioni sanitarie

Mario Scaletti, Dirigente Amministrativo

Area Vasta Emilia Nord

Un esempio virtuoso di contenimento della spesa che non ha previsto la centralizzazione degli acquisti

*In attesa di conferma di partecipazione da parte dell'***Università degli Studi di Milano**

Un esempio virtuoso di integrazione tra fornitori e ASL: il progetto della Regione Veneto

In attesa di conferma di partecipazione da parte di:

Mauro Bonin, Responsabile - Struttura Semplice Unità Sistemi di Management

Agenzia Regionale Socio Sanitaria del Veneto

Il Market Access nell'evoluzione del federalismo Sanitario: come rivedere il posizionamento della funzione tra Regioni "modello" e Regioni in piano di rientro

- L'evoluzione del contesto di riferimento della funzione di Market Access:
 - la "rinascita" del livello centrale di governo del sistema: post devolution una nuova discontinuità?
 - il ruolo delle Regioni modello
 - rischi e opportunità nelle Regioni in piano di rientro
- Il posizionamento della funzione a fronte delle evoluzioni in corso:
 - posizionamento sul mercato: come interpretare l'impatto che l'evoluzione dello scenario ha avuto sul ruolo e sulle esigenze degli interlocutori istituzionali
 - posizionamento interno all'azienda: come massimizzare l'efficacia della funzione anche sfruttando le possibili sinergie con le altre funzioni
- Le prospettive della funzione in termini di progettualità e strumenti che possano supportarne l'attività e il dialogo con gli interlocutori rilevanti del sistema

Jean Marie Franzini, Healthcare & Public Sector

KPMG Advisory

E' referente in ambito farmaceutico del gruppo Public Sector & Life Sciences di Kpmg Advisory S.p.A. Nella sua esperienza in ambito farmaceutico ha seguito diverse Aziende nell'evoluzione della funzione di Market Access, dalla sua introduzione post devolution ai suoi sviluppi più recenti, legati alle discontinuità introdotte

nel sistema dai Piani di Rientro dal Deficit. Nell'ambito della consulenza alle Regioni nel percorso di risanamento e nella razionalizzazione della propria offerta di servizi e al Ministero della Salute nella concezione e sviluppo del Nuovo Sistema Informativo Sanitario, segue le tematiche attinenti il mondo pharma e medical device. Collabora con la redazione di AboutPharma.

Quali sono i profili di rischio legale che impattano le dinamiche del market access con particolare riferimento alla legge 231

Paolo Vinci, Avvocato

Studio Legale Vinci & Associati

Come impostare strategie vincenti di market access e corrette politiche di organizzazione / riorganizzazione aziendale

Luida Da Deppo, Global Market Access & Reimbursement Manager

Sorin Group

Quali sono le peculiarità dei processi decisionali pubblici che le aziende biomedicali devono considerare per impostare adeguate politiche di partnership con il cliente istituzionale e interagire con successo con gli stakeholder a livello regionale e locale

In attesa di conferma di partecipazione da parte di:

Alessandra Gelera, Health Economics Manager

Boston Scientific

Come le aziende biomedicali stanno riorganizzando le proprie strategie marketing/commerciali in considerazione dell'evoluzione delle modalità di market access

Cristina Giretti, Health Economics Manager

St. Jude Medical

Benchmarking con Europa/Mondo e realtà aziendali nazionali e multinazionali: cosa possiamo imparare e cosa possiamo insegnare in tema di market access

Mario Pisello, Market Development Manager Worldwide

Plan 1 Health

Le politiche di pricing nelle aziende biomedicali

In attesa di conferma di partecipazione da parte di:

Pascale Brasseur, Health Economics Manager

Medtronic

Intervento in fase di definizione a cura di **Bausch & Lomb**

CRM sui nuovi referenti istituzionali: quali gli strumenti per un'efficace attività con la PA sia a livello nazionale che regionale

Dario Di Criscio, Esperto di Politiche Commerciali per l'area Medical Device

Ex Direttore Commerciale

Bard

Gli strumenti decisionali a supporto della rete di vendita (customer database, software, la misurazione delle performance)

Intervento da assegnare

La gestione dei mancati o dei ritardati pagamenti: implicazioni legali e sul market assessment

*In attesa di conferma di partecipazione da parte di **3M***

WORKSHOP POST CONVEGNO

16 Giugno 2011

Strumenti e strategie per ottimizzare la gestione del cliente pubblico

A cura di:

Giorgio Lorenzo Colombo, Docente di Organizzazione Aziendale, Facoltà di Farmacia

Università degli Studi di Pavia

Scientific Director

S.A.V.E. Studi Analisi Valutazioni Economiche, Milano

Il Convegno si rivolge a:

Aziende Medical Device

- *Market Access Manager / Health Economics Manager*
- *Direttore Marketing & Vendite*
- *Direttore Commerciale*
- *KAM (Key Account Manager) / RAM (Regional Account Manager)*
- *Area Manager*
- *Public Affairs Manager*
- *Reimbursement Manager*
- *Regulatory Affairs Manager*
- *Responsabile Risorse Umane*
- *AD/DG*

ASL – Aziende Ospedaliere

- *Direttori Generali*
- *Direttori Sanitari*
- *Direttori Amministrativi*
- *Direttori Provveditorato / Economato*
- *Direttori di Area Vasta*
- *Direttore Dipartimento Farmaceutico*