

Le Quattro "P" del Market Access

Venerdì 15 Novembre 2013

Target

Il seminario formativo si rivolge a professionisti e manager di società farmaceutiche, dei medical device e biomedicali operanti nelle funzioni direttamente coinvolte nei processi di accesso al mercato: Marketing, Medica, Market Access, Affari Istituzionali e Regionali, Sales, ISF.

Faculty

Paolo Mariani, Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie di Impresa - Università degli Studi Milano-Bicocca

Giampiero Data, Advisor Market Access - Strategic Management Partners

Lorenzo Maria Paoli, Director Divisione Pharma - Strategic Management Partners

Tonino Aceti, Coordinatore Nazionale, - Tribunale per i Diritti del Malato

Giuseppe Di Ponzio, - Casa di Cura San Pio X – Fondazione Opera San Camillo

09:00 Registrazione dei partecipanti e welcome Coffee

09:30 Il Market Access visto attraverso quattro dimensioni: il Prodotto, le relazioni con il medico Prescrittore, i rapporti con le istituzioni Payer, l'orientamento al Paziente

09:45 Il Prodotto

La centralità del prodotto e l'importanza dell'accesso al mercato

Il Market Access nelle diverse fasi del ciclo di vita del prodotto

Il nuovo ruolo della informazione medico scientifica

10:15 Il ruolo del Prescrittore tra vincoli normativi e orientamento alla patologia

Il medico prescrittore come gate keeper del sistema sanitario

Vincoli e limitazioni da parte delle istituzioni (Regione, ASL, Distretto Sanitario)

I nuovi bisogni del prescrittori

Il nuovo ruolo e le nuove strategie dell'ISF

10:45 Il punto di vista dei Payer tra vincoli economici, spending review, nuovi bisogni di salute della popolazione

Contenimento della spesa sanitaria e tagli alla farmaceutica: le misure restrittive degli ultimi cinque anni
Le esigenze dei Payer
Farmacoeconomia e HTA come strumenti per un dialogo efficace con i Payer
Modelli di partnership e collaborazione con le aziende healthcare

11:15 Coffee Break

11:30 L'evoluzione del ruolo del Paziente

Il paziente come soggetto attivo, informato e al centro di un nuovo concetto di sistema salute
Gli accessi all'informazione nell'era della multicanalità, di internet e dei social network
La web reputation nel comparto farmaceutico sanitario
Qualità della vita e nuova domanda di salute
Le associazioni dei pazienti: quali impatti sulle scelte dei payer e sul Market Access
Modelli collaborativi tra i diversi stakeholder e i progetti "patient centric"
Progetti di health e care management per aumentare la compliance del paziente e l'appropriatezza nell'erogazione delle prestazioni sanitarie

12:00 Modelli evolutivi per il pharma: come integrare il nuovo approccio al Market Access con l'Informazione Medico Scientifica?

Presidiare il territorio a livello locale vuol dire interagire con tutti gli stakeholder del sistema regionale del farmaco
La comprensione dei key driver e la capacità di influenzare gli stakeholder
Modelli di integrazione della front line
Un nuovo approccio al mercato che metta al centro della front line il sistema cliente

13:00 Q&A

13:30 Lunch

14:30 Workshop: simulazione del processo di inserimento di un nuovo farmaco in prontuario

16:00 Analisi e commento dei risultati

16:30 Chiusura dei lavori

Media Partner :

EDIZIONI
SECuP
roma

quotidianosanita.it
Quotidiano on line di informazione sanitaria