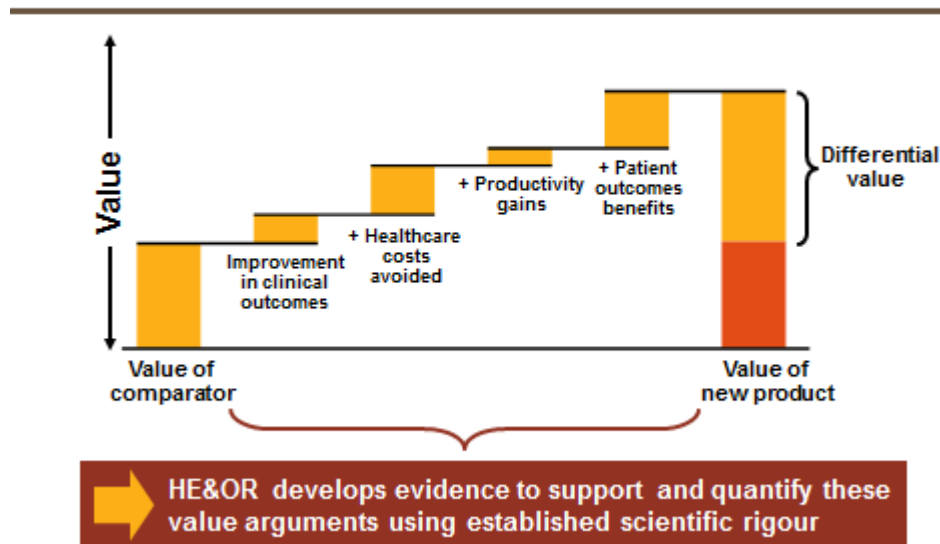


La costruzione della Value proposition necessita di competenze tecniche specifiche e di lavoro a matrice.



14

Nonostante la pressione dovuta al contenimento dei costi e ai finanziamenti insufficienti per l'assistenza sanitaria, i trattamenti innovativi possono essere impiegati e introdotti anche in Europa e Italia, ciò è possibile però solamente cambiando il punto di vista di osservazione e le valutazioni temporali fatte fino ad ora.

Prima di tutto, i nuovi prodotti devono dimostrare di avere un reale beneficio aggiuntivo per il paziente devono dimostrare cioè di funzionare veramente, ma quali sono i parametri su cui deve essere basata un'attenta valutazione? il processo non è semplice e l'analisi presenta numerosi ostacoli e differenti punti di vista (pagatore, paziente azienda produttrice)

Innanzitutto occorre chiedersi se:

Esiste un beneficio clinico per il paziente con l'introduzione di questo nuovo prodotto Si - se si eliminano o migliorano i sintomi e / o la qualità della vita.

Esiste un favorevole rapporto qualità-prezzo? Molte discussioni si sono fatte e ancora si tengono sul valore della costo-efficacia e della costo-beneficio. L'innovazione sostenibile è tale solo se fa risparmiare? I nuovi trattamenti non devono essere più economici, ma devono essere migliori - l'investimento in più vale la pena?

Qual è l'impatto di bilancio? - Questo è il punto solitamente più critico abbiamo bisogno di condividere linee guida comuni per consentire l'ingresso dell'innovazione che sia di breve e di lungo termine.

Per poter dunque decidere e definire se un trattamento nuovo è *più o meno costoso* del precedente e dunque può essere introdotto nel mercato di riferimento, il decisore il paziente e tutti i portatori di interesse devono poter avere una griglia di valutazione il più possibile univoca e comune che tenga conto dei parametri sopra elencati.

Per decidere e definire opportunità e rischi di (default finanziario!), dell'introdurre una nuova tecnologia (sarebbe importare arrivare alla condivisione e all'utilizzo di analisi ad hoc che dimostrino effettivamente qual è il reale Valore del nuovo prodotto (farmaco o tecnologia innovativa) difficilmente esprimibile con il solo prezzo di acquisto ma piuttosto con tutte quelle insieme di analisi che oramai rappresentano patrimonio dell'economia sanitaria (costo efficacia- budget impact- costo beneficio) e che dovrebbero essere alla base nella costruire di una attenta reale e consapevole Value proposition di ogni nuova tecnologia.