

Digitalisering, personalised medicine bieden farmasector nieuwe kansen

18 juli 2017

De zorgsector is volgens de beleggingsadviseur zeer belangrijk met het oog op de vergrijzing van belangrijke delen van de wereldbevolking. 'In deze sector zien we veel van dezelfde problemen en dezelfde oplossingen terugkomen als in andere grote verzadigde sectoren. Er is nog amper groei en kostenbesparingen vormen de basis voor de winstontwikkeling. Voor succesvolle innovatie is de sector meer en meer aangewezen op startups in de biotechnologie.'

Digitalisering, personal medicine belangrijke trends

Enkele voor investeerders in 'big farma' belangrijke trends zijn:

- Kosten voor health care stijgen harder dan het BNP. Overheden worden genoodzaakt in te grijpen met als gevolg focus op kosten en saneringen.
- Digitalisering en de nieuwe health care consument: internet, apps, wearables, big data, social-media zorgen voor zelfkennis, en zelfregulering.
- Persoonlijke gezondheidszorg: precisiemedicijnen en nanotechnologie zorgen voor één op één gezondheidszorg.
- De sector gaat weer door een cyclus van consolidatie. Bedrijven kopen als het ware groei.

Experimenteren businessmodellen

Het is nog niet zolang geleden, dat opkomende markten met hun sterke groei en consumenten die meer te besteden hadden, het nieuwe walhalla leken voor 'Big farma'. De euforische stemming heeft niet lang aangehouden: onder meer door sterke prijsdalingen of het niet kunnen opzetten van goede lokale activiteiten.

Toch moeten bedrijven uit de healthcare en farmaceutische sector deze markten niet links laten liggen. Zo zijn deze landen in 2025 goed voor iets meer dan 31 procent van de markt voor farmaceutische producten. Maar opkomende markten kunnen ook de omgeving zijn om nieuwe business modellen te ontwikkelen, meent ER Capital. Bedrijven kunnen hier experimenteren met digital health en met home delivery kanalen. Zo kan een kruisbestuiving groeien van ideeën die gangbaar zijn in ontwikkelde en opkomende economieën.

Oog voor eigenheid

Maar, waarschuwt de beleggingsadviseur: bedrijven, die succesvol willen zijn, doen er goed aan om niet hun westerse business model over te plaatsen naar opkomende markten. Ze moeten oog hebben voor de eigenheid van die landen en daar hun model op aanpassen, in kaart brengen welke producten wel voor deze markten geschikt zijn en welke niet. 'Ook doen bedrijven er goed aan om hun afzetkanalen aan te passen aan lokale omstandigheden. Ze zouden kunnen experimenteren met digitale patiëntenplatforms, zoals bijvoorbeeld telemedicine voor verafgelegen regio's en streken.'

Verder moeten landenorganisaties in opkomende en al ontwikkelde economieën op gescheiden voet georganiseerd worden. Dat geeft de nodige flexibiliteit bij de gewenste marktbenadering.

Bij het streven naar best practices past ook dat er een juiste balans bestaat tussen wat op wereldschaal en op landenniveau gedaan en georganiseerd kan worden. 'Het ontwikkelen van digitale mogelijkheden kan beter niet op landenniveau ontwikkeld worden, maar wel het opbouwen van relaties met overheden of het onderzoeken en aangaan van partnerships.'