

RIVOLUZIONE HEALTHCARE

ETHICA GROUP SUPPORTA LA CRESCITA DELLE AZIENDE

Il mercato della salute sta cambiando in maniera radicale e le aziende sono alla ricerca di soluzioni rapide per crescere. Come cavalcare i trend in atto? Innovare e aggregarsi per costruire il futuro del settore

■ A cura di HPS-AboutPharma

In un mercato che sta cambiando a una velocità senza precedenti, le aziende che operano nel mercato della salute, per restare competitive in futuro, hanno l'obbligo di cambiare pelle, cavalcando i trend in atto e sfruttando la leva dell'innovazione. Tale crescita non potrà essere solo organica ma dovrà passare necessariamente attraverso aggregazioni. Il risultato sarà la nascita di grandi player, in grado di dominare il mercato di riferimento nei prossimi anni a discapito di aziende di piccole e medie dimensioni.

I TREND IN ATTO

“Da qualche anno ormai stiamo assistendo a una serie di trend che ci mostrano come il mercato della salute stia cambiando in maniera radicale. Stiamo parlando di fenomeni talmente impattanti sul settore, da costringere le aziende a cercare soluzioni sempre più rapide per crescere e non restare travolte dal nuovo che avanza”, spiega Fausto Rinallo, co-fondatore e amministratore delegato di Ethica Group, che dal 2010 è attiva nell'advisory in ambito M&A. Quali sono questi trend? Proviamo a passarli in rassegna sinteticamente.

CAMBIA IL CONSUMATORE/PAZIENTE...

La pandemia con cui conviviamo da oltre due anni ha messo in luce, da un lato, la fragilità di molti sistemi sanitari. Ma, dall'altro, ha accelerato processi e tendenze che già erano in atto da parecchio tempo. A cominciare dall'attenzione del consumatore/paziente alle tematiche del benessere. Si tratta di un tema legato a doppio filo all'invecchiamento della popolazione che, insieme all'aumento della cronicizzazione delle malattie, induce alla costante ricerca di mantenersi “sani”, alimentando così quel fenomeno che gli addetti ai lavori definiscono “consumerizzazione”

dell'industria del benessere. A ciò si aggiunge l'uso crescente della tecnologia nel campo dell'assistenza sanitaria (basti pensare alla digitalizzazione dei servizi di delivery dei farmaci), che porta il paziente a ricoprire un ruolo sempre più attivo nell'attività diagnostica e terapeutica.

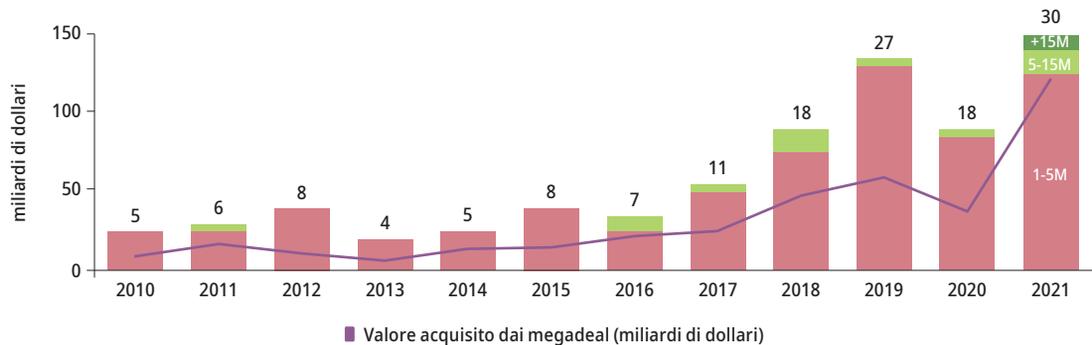
...E CAMBIANO LE AZIENDE

Cambiando prospettiva, sul fronte aziendale le dinamiche sono più o meno le stesse. L'incremento della fiducia nella scienza (alimentata soprattutto dalla capacità di portare sul mercato, in meno di un anno, i vaccini contro Covid-19) ha implicato il fiorire di startup focalizzate sullo sviluppo di tecnologie “cutting edge”. Ma è anche aumentato l'appetito da parte degli investitori, sempre più propensi a rischiare i propri capitali, mentre le big pharma ormai si muovono sul mercato secondo la logica del “wait and buy”.

LA METAMORFOSI DEL CANALE FARMACIA

Un altro dei trend sintomo del cambiamento che attraversa il settore è quello del canale farmacia. Nel medio termine, le catene spingeranno la vendita di prodotti in private-label sulle categorie caratterizzate da un basso contenuto medicale (prodotti consumer) con logiche non lontane da quelle della Gd/Gdo. “In Italia, la distribuzione è assicurata da 19 mila farmacie delle quali circa il 90% indipendenti, mentre le catene farmaceutiche sono ancora in una fase embrionale. La liberalizzazione della distribuzione sta portando alla creazione di grandi operatori con un maggiore potere contrattuale nei confronti degli operatori B2C del settore nutraceutico. Il processo di consolidamento, inizialmente lento, ha subito una recente accelerazione anche sotto la spinta degli investitori finanziari”, spiega Rinallo.

Numero di operazioni di buyout superiore al miliardo di dollari nell'healthcare



Fonte: Dealogic, Avcj, Bain analysis

CRESCERÀ L'ONLINE

Anche se ancora relativamente piccolo rispetto alle farmacie e ad altri canali tradizionali (ad esempio le erboristerie), il canale online è in costante crescita e la sua importanza continuerà ad aumentare nei prossimi anni (oggi vale circa il 4% del mercato ma nel 2021 è cresciuto di oltre il 40%). Lo sviluppo del canale e-commerce rende sempre più complessa la gestione delle politiche di pricing e di scontistica da parte delle aziende B2C.

LE OPERAZIONI

L'impatto di tali indicatori, peraltro, sta già avendo una ricaduta tangibile sugli equilibri del mercato della salute. Solo nelle ultime settimane si sono registrate diverse operazioni rilevanti: Gsk, per esempio, ha annunciato che acquisirà la biotech Affinivax per oltre 3 miliardi di dollari; Pfizer ha completato l'acquisizione di ReViral per 525 milioni di dollari, mentre Ipsen ha acquisito Epizyme per 247 milioni di dollari. Per quanto riguarda il private equity, invece, il fondo Tpg ha appena acquisito Doc generici. E ancora, tra le più importanti operazioni di inizio anno, va segnalata l'acquisizione di Biofarma (principale cdmo europeo di nutraceutici) da parte di Ardian, per circa 1,2 miliardi di euro. Senza dimenticare, guardando a qualche anno fa, operazioni di grandi player industriali come ad esempio l'acquisizione di Equilybra da parte di Unilever o di Natural point (Magnesio Supremo) da parte di Recordati. Infine per quanto riguarda il canale farmacia, va segnalata l'acquisizione di Hippocrates da parte del fondo Antin (80%).

IL CONTRIBUTO DI ETHICA GROUP

Chi ha agito come parte attiva in alcune delle operazioni appena citate è Ethica Group. L'azienda guidata da Cosimo Vitola e Fausto Rinallo ha un track

record di oltre 245 operazioni, di cui 33 nel solo 2021. "Quanto fin qui descritto, sta portando a progetti di aggregazione che si stanno sviluppando ancor più rapidamente nelle industrie che per prime si stanno confrontando con questi trend: dalla nutraceutica alla farmaceutica, passando per i dispositivi medici. Proprio su quest'ultimo settore, peraltro, pesa l'entrata in vigore del nuovo regolamento europeo Mdr. In concreto, stiamo assistendo a un inasprimento del quadro normativo. I nuovi cambiamenti potrebbero penalizzare le aziende più piccole, non in grado di adattarsi facilmente e di sostenere i costi aggiuntivi e lo sforzo richiesto. In questo contesto ci proponiamo come un partner esperto e attento ai cambiamenti del mercato, per supportare le aziende che vogliono affrontare le sfide in atto attraverso operazioni di aggregazione".

I NUMERI

A confermare i trend fin qui analizzati sono i numeri forniti da un recente report di Bain & Company. Se si vanno a confrontare i dati sulle acquisizioni più recenti, emerge come nel 2021 ci siano state ben 30 operazioni di M&A, con valore unitario superiore al miliardo di dollari (cosiddetti mega deal), contro i 18 del 2020. Un dato che assume maggior valore se si pensa che tra il 2018 e il 2021, le operazioni dello stesso tipo sono state in totale 93. Mentre nei quattro anni precedenti, il dato si è fermato a 31. Tutto ciò ha portato a una crescita delle valutazioni delle aziende healthcare, in grado di garantire al tempo stesso un ritorno dell'investimento sempre maggiore nell'arco di dieci anni (almeno a doppia cifra). ■

Aziende/Istituzioni

Ethica Group, Gsk, Affinivax, Pfizer, Tpg, Doc generici, Epizyme, Biofarma, Equilybra, Ardian, Hippocrates, Unilever, Natural Point, Recordati