

Star Matrix Life Science

**Evoluzione dei ruoli
e delle competenze nel Life Science
nei prossimi 3/5 anni**



LIFESCIENCE



Ringraziamento a chi ha reso possibile lo studio

Partner progetto



Altre Associazioni intervistate per analisi del contesto

Assolombarda



Egualia

INDUSTRIE FARMACI ACCESSIBILI

Farmindustria

Aziende intervistate



Pharma (6)

- AstraZeneca
- Chiesi Farmaceutici
- Doppel
- Sanofi
- ...



Biotech (5)

- AGC Biologics
- IRBM Science Park
- Takeda
- ...



Medical Devices (5)

- Bracco Imaging
- DIESSE Diagnostica Senese
- Philips Healthcare
- ...



LIFESCIENCE



Processo



1. ANALISI CONTESTO LIFE SCIENCE

- Caratteristiche del Life Science (*articoli, webinar, libri...*)
- Intervista con i rappresentanti delle Associazioni di categoria



2. INTERVISTE CON AZIENDE DI RIFERIMENTO

- Selezione di 16 realtà di riferimento nel Life Science:
 - 6 aziende Pharma
 - 5 aziende Biotech
 - 5 aziende Medical Devices
- Interviste one-to-one con Direttore HR o Direttore Operativo



3. COSTRUZIONE STAR MATRIX

- Normalizzazione delle informazioni raccolte
- Creazione proposta di Star Matrix



4. VALIDAZIONE E CONDIVISIONE STAR MATRIX

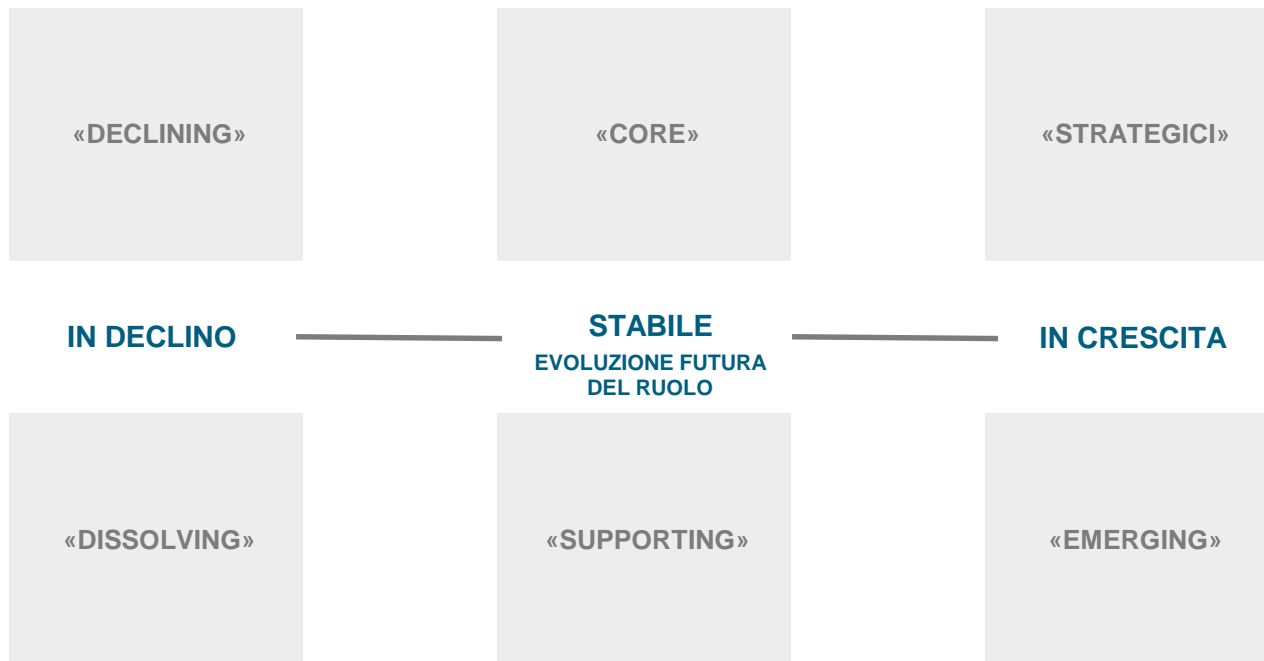
- Focus Group con aziende per validazione Star Matrix
- Validazione finale con Attori Istituzionali
- Presentazione risultati

Gi Group Star Matrix (2/3)

CONTRIBUTO STRAORDINARIO

	S	O
Autonomia Decisionale	X	
Complessità Attività	X	
Competenze Specializzate	X	
Gestione Risorse	X	
Rid Costi Aum Ricavi	X	
Impatto Innovazione	X	






IMPORTANZA DEL RUOLO OGGI



CONTRIBUTO ORDINARIO

Fonte: Odm Consulting

I numeri del Life Science in Italia (2018)

	Life Science (fillera)	 Pharma (2019)	 Biotech (2019) 	 Medical Devices (2018) 
Numero di imprese		291	344	3.957
Valore della produzione (mld €)	224,5	34	9	16,5
Investimenti in R&S (mld €)		1,5	1,9 <i>(di cui 0,7 in R&S biotech)</i>	1,2
Numero di addetti	1.789.173	65.400	8.897	76.400

La fillera del Life Science in termini di valore aggiunto vale il 10% del PIL.

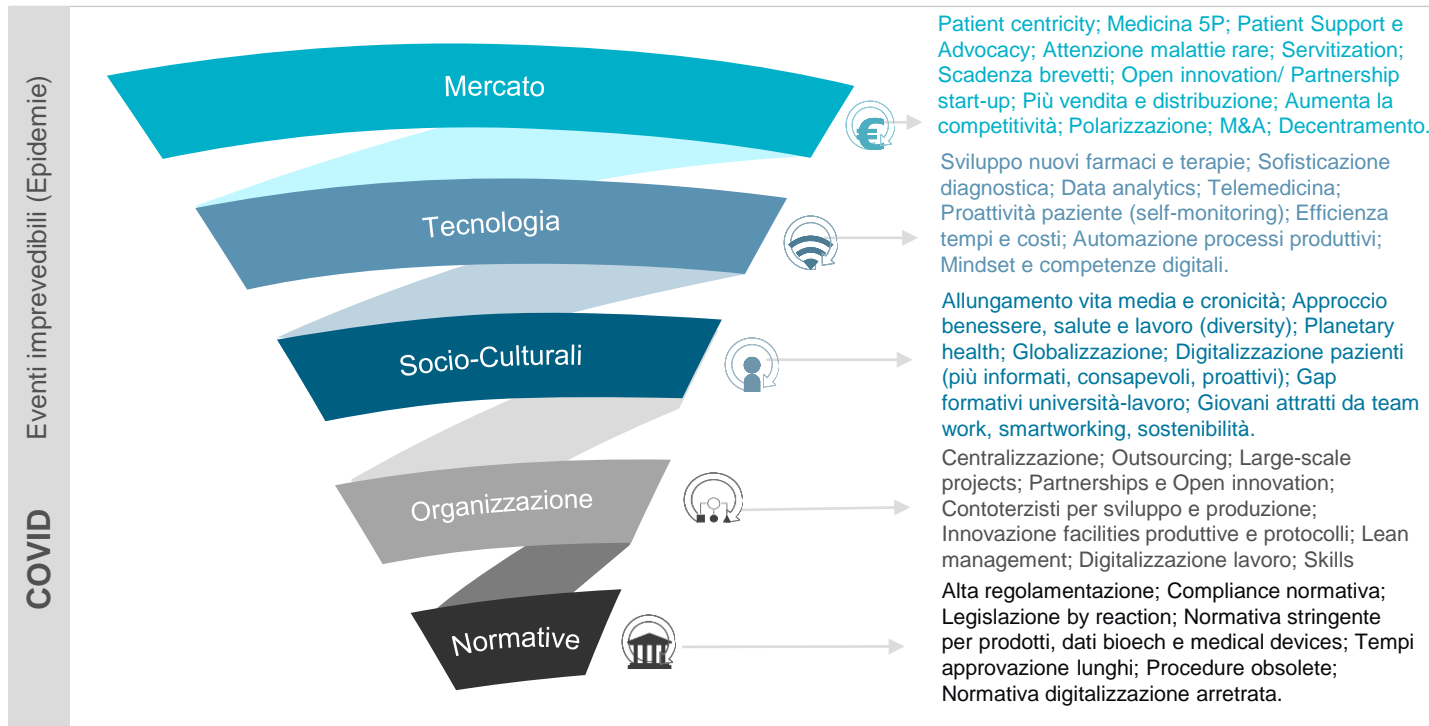
Life Science

Tendenze evolutive
emerse dalle interviste
e impatto Covid



Tendenze evolutive del Life Science

Attraverso lo studio di contesto, le interviste con gli attori istituzionali e le aziende sono emersi numerosi elementi di contesto in grado di incidere sulla struttura organizzativa, i ruoli e le competenze del Life Science. Tali elementi possono essere ricondotti a 5 macro-tendenze evolutive che riportiamo in ordine di impatto:



01 Centralità Paziente, Medicina 5P, Maggiore attenzione a malattie rare, Integrazione Ph., Biot., Med. Dev. elementi chiave nella ridefinizione arena competitiva.

01 Tecnologia supporta le altre evoluzioni ed è il driver attraverso cui distinguersi.

02 Caratteristiche popolazione e diverso approccio alla cura della salute trasformano i need e le attese: «digital and personalized health».

03 Risposta delle imprese a evoluzioni di Mercato e Socio-Culturali alimentata da diverso grado di tecnologia.

04 Le normative sono fattori a cui le aziende reagiscono.

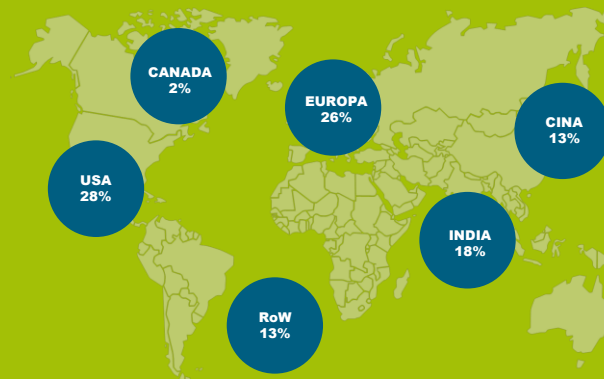
Life Science e Covid-19



La diffusione del Covid-19 ha evidenziato

- Importanza della **salute come valore irrinunciabile**;
- **Centralità e vicinanza al paziente** che diventa sempre più **consapevole** dell'esistenza di una forte **iterdipendenza fra comportamenti personali e proprio stato di salute**;
- **Importanza della prevenzione e diagnostica** (*3T: Testare, Tracciare, Trattare*) nel tentativo di **evitare/ridurre l'ospedalizzazione** del paziente;
- **Ruolo fondamentale del comparto** nel fornire **una risposta all'emergenza in atto. Sistema fortemente sotto pressione** (*visibile impatto dei tagli perpetuati verso sanità negli anni passati*) che ha portato a una **riduzione dei livelli di cura rivolti ai pazienti non Covid-19**;
- **Resilienza del Settore** (*imprese caratterizzate da solidità economico-finanziaria; ricerca di nuove soluzioni a fronte dell'eccessiva dipendenza da singole aree geografiche e produttori per prodotti specifici (es. principi attivi necessari alla produzione di farmaci generici è prossima al 90%); limitato ricorso a CIG anche se più elevato per Medical Devices*);
- Importanza di **rispondere repentinamente alla domanda emergenziale nel breve periodo** e **sviluppare e somministrare vaccini efficaci nel medio periodo**.

Impianti di produzione principi attivi per area Geografica



Ricorso alla cassa integrazione (CIG) nel Pharma per il 3% dei lavoratori (**settore fra quelli che ha subito la minore riduzione delle ore lavorate**).

Impatto maggiore tra le imprese afferenti al settore dei Medical Devices, dove il 45,8% ha fatto ricorso alla CIGD per i propri dipendenti. Come in altri settori, sono state soprattutto le micro (77,5%) e le piccole imprese (40%) che hanno dovuto fare maggiore ricorso alla CIGD, in minor misura le medie (36,3%) e le grandi (33,3%).

Covid-19... le risposte necessarie

Covid-19



COMPETENZE

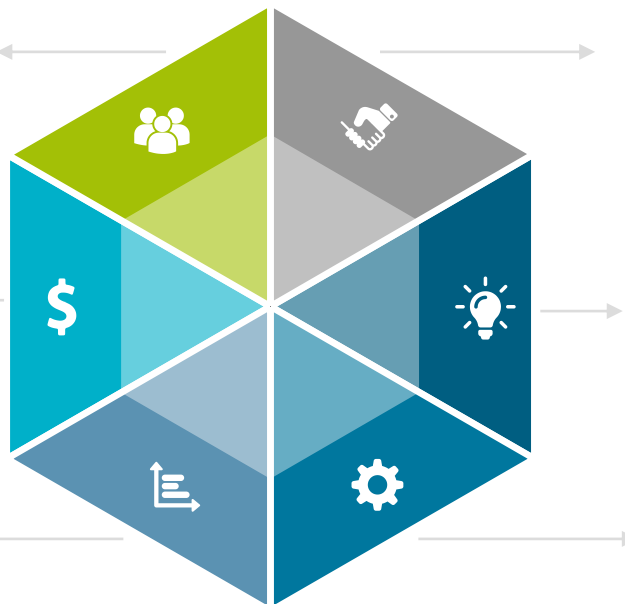
- Importanza di assicurare up-skilling e re-skilling di tutto il personale rafforzando capacità tecniche, digitali, ma anche proattività, responsabilità, collaborazione, flessibilità, gestione stress;
- Supportare benessere psico-fisico delle persone che lavorano nel settore.

RIPENSAMENTO PARTNERSHIP

- Rafforzamento partnership strategiche in ottica di sistema integrato e open innovation;
- Partnership tra attori pubblici e imprese per incentivare l'acquisto e la produzione di dispositivi medici all'avanguardia.

RIPENSAMENTO DEL SISTEMA

- Centralizzazione vs. Decentramento;
- Rafforzare e far evolvere i servizi di "Medicina Territoriale";
- Incrementare network nel sistema;
- Rivedere scelte di esternalizzazione e internalizzazione (*valutazione re-shoring*).



CENTRALITÀ SALUTE PERSONE

- Consapevolezza importanza della salute individuale porta a richiesta di «**personalized medicine**» e «**taylor made patient journey**» che si collega a maggiore spesa sanitaria a livello micro (*pazienti*) e macro (*payers*, *soprattutto sistemi sanitari*).

SVILUPPO SETTORE

- Sviluppare ecosistemi resilienti e investire in infrastrutture materiali, tecnologiche e nelle risorse umane per prevenire e gestire rischi di portata globale;
- Rafforzare investimenti in attività R&D;
- Rafforzare capacità business continuity.

TECNOLOGIA A SUPPORTO SVILUPPO SETTORE

- Necessità che il settore faccia sua «ultra fast innovation» e «aumento digitalizzazione»;
- Sviluppare telemedicina;
- Abilitare relazioni multi-channel.

Risultati



Generale



Funzione

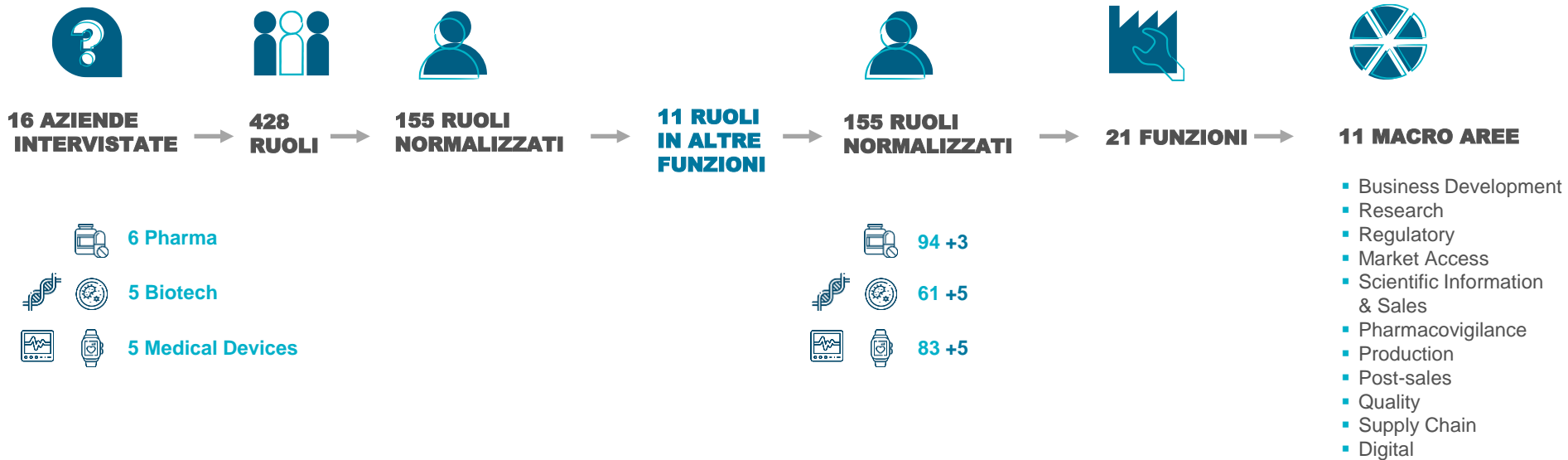


**Ruoli per funzione
e macro-area**



**Risultati
Finali**

Ruoli mappati



Perimetro di analisi



155 (+11)

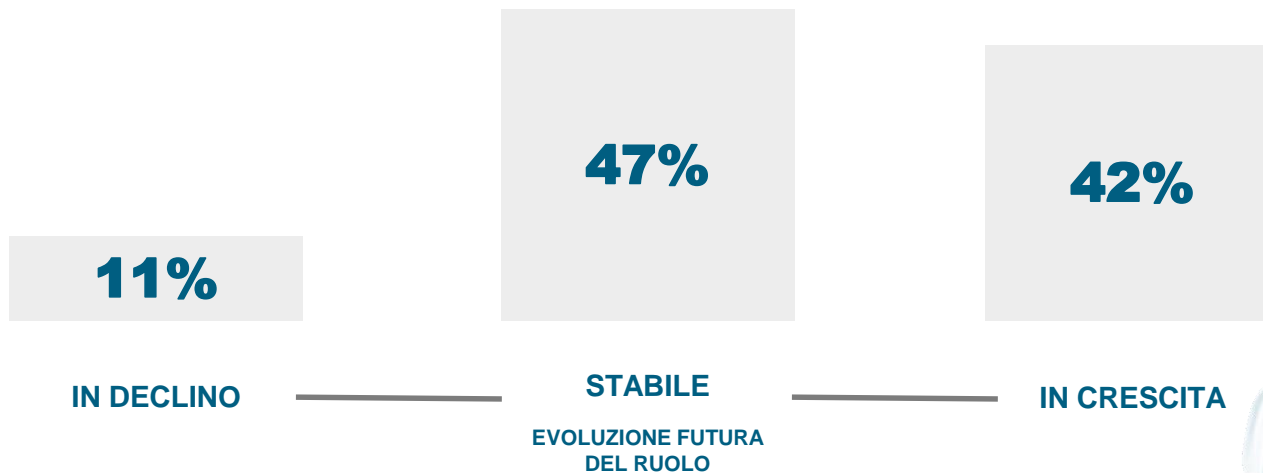
BUSINESS DEVELOPMENT



Star Matrix - Evoluzione prevista dei ruoli (1/2)



155 (+11)



Star Matrix - Evoluzione prevista dei ruoli (2/2)

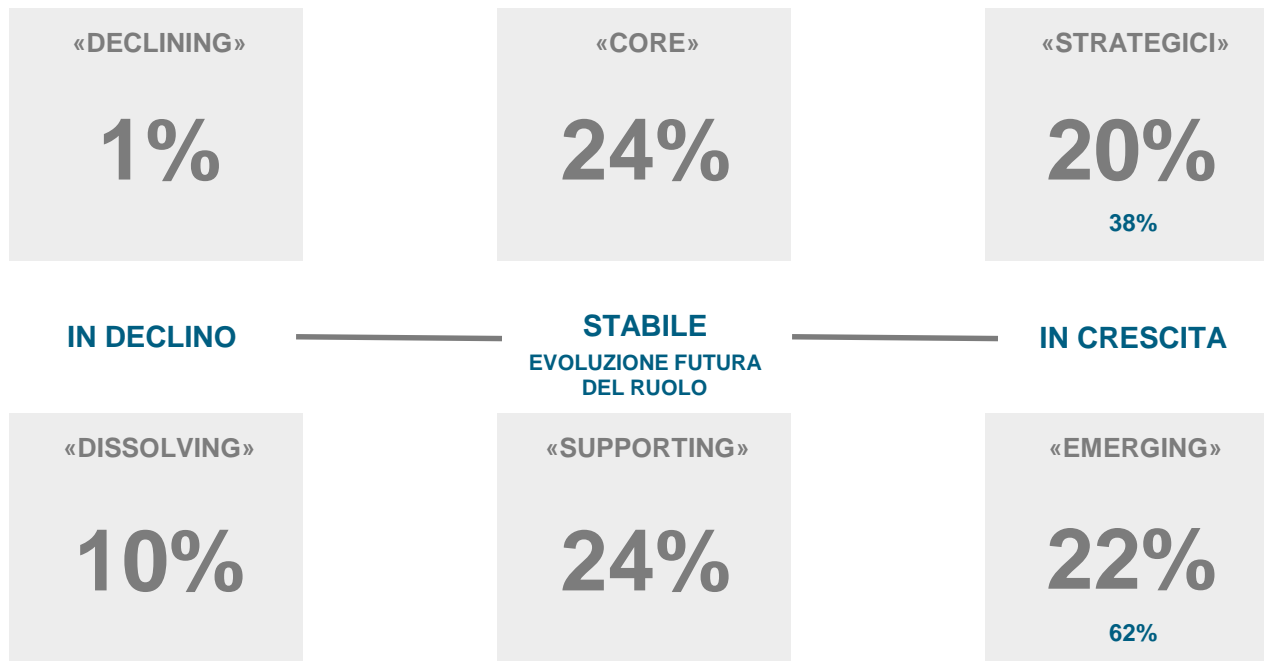


155 (+11)

CONTRIBUTO STRAORDINARIO

IMPORTANZA DEL RUOLO OGGI

CONTRIBUTO ORDINARIO



Sui 155 ruoli base (senza comprendere quelli **ALTRE FUNZIONI** che sono tutti in crescita – indicato in *Blu* come si distinguono questi ruoli fra Strategici ed Emerging).

Risultati



Generale



Funzione



Ruoli per funzione
e macro-area

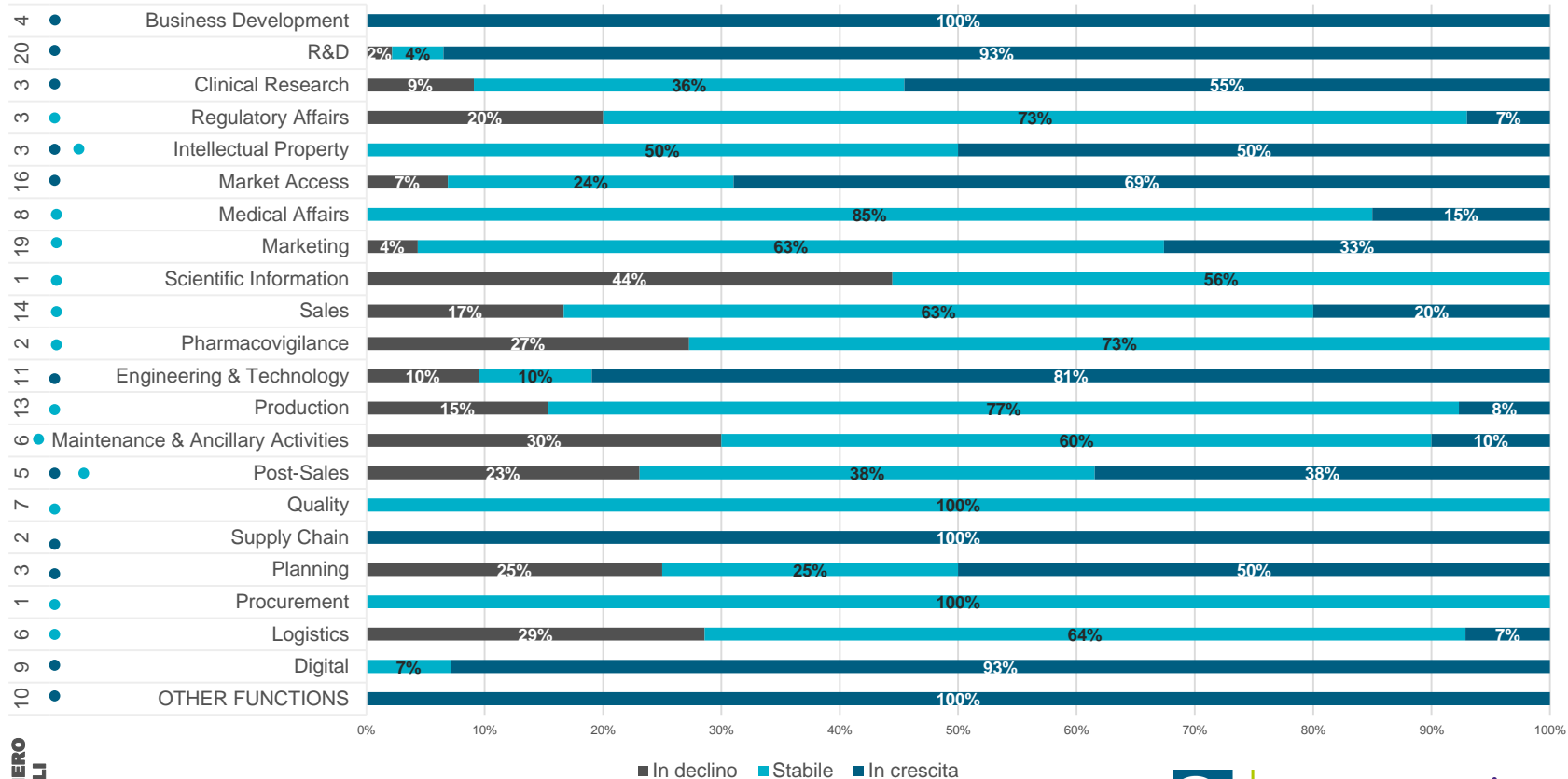


Risultati
Finali

Evoluzione prevista dei ruoli per Funzione



155 (+11)



Evoluzione prevalente ruoli per Funzione e Settore

	Life Science	Pharma	Biotech	Medical Devices
Business Development	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza
R&D	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza
Clinical Research	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	-	Stabile/Aumenta Importanza
Regulatory Affairs	Stabile	Stabile	Stabile	Stabile
Intellectual Property	Stabile/Aumenta Importanza	Stabile	Aumenta Importanza	Stabile
Market Access	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza
Medical Affairs	Stabile	Stabile	Aumenta Importanza	Stabile
Marketing	Stabile	Stabile	Stabile	Stabile
Scientific Information	Stabile	Stabile	-	-
Sales	Stabile	Stabile	Stabile	Stabile
Pharmacovigilance	Stabile	Stabile	Stabile	Stabile
Engineering & Technology	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza
Production	Stabile	Stabile	Stabile	Stabile
Maintenance & Ancillary Activities	Stabile	Stabile/Perde Importanza	Stabile	Stabile/Aumenta Importanza
Post-Sales	Stabile/Aumenta Importanza	Perde Importanza	-	Aumenta Importanza
Quality	Stabile	Stabile	Stabile	Stabile
Supply Chain	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	-	Aumenta Importanza
Planning	Aumenta Importanza	Stabile/Aumenta Importanza	-	Aumenta Importanza
Procurement	Stabile	Stabile	-	Stabile
Logistics	Stabile	Perde Importanza	Stabile	Stabile
Digital	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza	Aumenta Importanza

Ruoli specifici per Funzione e Settore

	 Pharma	 Biotech		 Medical Devices	
Business Development					
R&D	Alliance Manager Machine Learning Expert	Bionformatics Researcher Computational Chemist		Systems Development Director Systems Development Manager VR Engineer	
Clinical Research	Clinical Project Manager	-			
Regulatory Affairs				Person Responsible of Regulatory Compliance (PRRC) <i>(a volte competenze sviluppate in capo a Regulatory Manager eventualmente già presente)</i>	★ REG. EU 745/2017, 746/2017 IVDR
Intellectual Property					
Market Access	Head of Patient Advocacy Patient Advocacy Manager	Access Strategy Manager			
Medical Affairs					
Marketing				Brand Activator	
Scientific Information	Pharmaceutical Sales Representative	-		-	
Sales				Area Business Manager Client Delivery Manager	
Pharmacovigilance					
Engineering & Technology	Automation Engineer			Robotic Surgery Engineer	
Production					
Maintenance & Ancillary Activities					
Post-Sales				Remote Service Engineer Service Engineer	
Quality					
Supply Chain (Planning Procurement Logistics)					
Digital	App Expert			Digital Pathology IT Architect	

Perimetro di analisi



155 (+11)

BUSINESS DEVELOPMENT





Per ogni Funzione del perimetro di analisi nel rapporto vengono presentati

1 Slide con descrizione finalità della Funzione

1 o più Slide con specificità evolutive di quella fase

1 Slide con competenze caratteristiche Soft e Tecniche

1 Slide distribuzione ruoli mappati nella fase processo su Star Matrix

Slide con descrizione degli scope dei ruoli in crescita



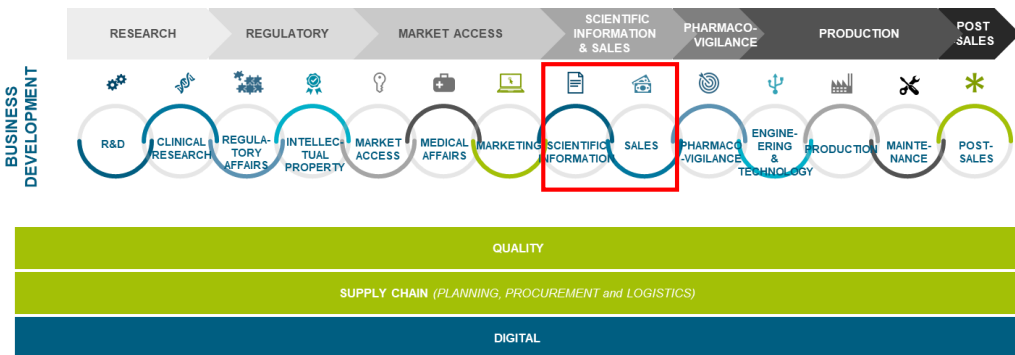
Scientific Information & Sales

L'obiettivo della Funzione di **Scientific Information** è la diffusione del farmaco sul mercato e la corretta informazione in merito alle sue caratteristiche alla classe medica.

Non potendo promuovere direttamente i prodotti ai pazienti (DLG 219/06 Art.115 Comma 2), l'Informazione Scientifica rappresenta il principale veicolo di informazioni dell'azienda farmaceutica verso i potenziali prescrittori di farmaci. Nello specifico, la Funzione deve trasferire alla classe medica il valore scientifico, le caratteristiche di efficacia e tollerabilità del prodotto, e le sue peculiarità rispetto alle altre soluzioni terapeutiche.

L'obiettivo della Funzione **Sales** è quello di massimizzare le vendite dei prodotti dell'azienda a strutture sanitarie e farmacie e di coordinare la partecipazione ai bandi di gara.

L'Area di **Scientific Information & Sales interagisce** principalmente con il **Medical Affairs** (per rafforzare la conoscenza scientifica dei prodotti), la **Pharmacovigilance** (per raccogliere e trasferire all'impresa e al Ministero le informazioni riguardanti eventuali effetti collaterali del farmaco o reazioni avverse) e il **Marketing operativo** (che fornisce stretto supporto alla rete su contenuti, materiali, caratteristiche prodotto, etc.)





Scientific Information & Sales

- Ruoli che operano come «consulenti aziendali esperti» per la classe medica (ISF) o Strutture Ospedaliere e Farmacie (Sales) oggi necessitano di acquisire maggiori **competenze digitali**: la digitalizzazione fa evolvere il ruolo di ISF e di Sales verso un approccio **multichannel**, che seleziona i diversi canali di comunicazione in base alla tipologia e al livello di digitalizzazione degli interlocutori (medici, infermieri, ecc.).
- **Nel Phama**, in linea con lo sviluppo delle nuove tecnologie farmaceutiche (es. in area oncologia, malattie rare, terapia genica, immunologia, vaccini), si osserva l'evoluzione ed **aumento di importanza del ruolo di Product Specialist**, che si interfaccia con **interlocutori specialistici ospedalieri**.
- Rispetto all'Italia, all'estero è più diffusa la vendita di prodotti realizzata mediante **call center**.
- La figura di **Key Account Manager (KAM)** sta acquisendo **competenze scientifiche** sempre più elevate, anche in considerazione del carattere più innovativo e specialistico dei farmaci.
- **Nel Medical Devices**:
 - si osserva un'**interconnessione fra Sales e Post-sales** attraverso lo sviluppo del **Service Engineering** che ha competenze tecniche sul prodotto e fornisce supporto ai clienti;
 - accanto al prevalente canale B2B, costituito da ospedali e laboratori di ricerca, si fanno strada **logiche B2C** mediante agenzie in Italia o reti di distributori all'estero.

Scientific Information & Sales

Competenze caratteristiche funzione



- ANALISI
- SINTESI
- PROBLEM SOLVING
- FLESSIBILITÀ
- BUSINESS ACUMEN
- ORIENTAMENTO ALL'INNOVAZIONE DIGITALE
- CONCRETEZZA
- ORIENTAMENTO ALLA VENDITA
- ORIENTAMENTO AL CLIENTE
- NEGOZIAZIONE
- GESTIONE CONFLITTO
- ASCOLTO
- CAPACITÀ COMUNICATIVE e RELAZIONALI
- INFLUENZA
- ORIENTAMENTO AL LAVORO DI SQUADRA

- CONOSCENZA SETTORE;
- CONOSCENZA PRODOTTI E MATERIALI;
- CONOSCENZA PROCESSI;
- CONOSCENZA TECNOLOGIE INNOVATIVE;
- CONOSCENZE CARATTERISTICHE TECNICHE E ATTRIBUTI DI PRESTAZIONE MEDICAL DEVICES;
- CONOSCENZA NORMATIVA DI SETTORE;
- CONOSCENZA CODICE DEONTOLOGICO ISF (ISF);
- TECNICHE DI DATA ANALYSIS, FORECASTING E MONITORING BUDGET E KPI GESTIONALI;
- UTILIZZO STRUMENTI BUSINESS INTELLIGENCE E REPORTING (ES. SFDC, DOMO);
- UTILIZZO STRUMENTI E PIATTAFORME DIGITAL COMMUNICATION & SALES;
- UTILIZZO SOFTWARE DI CRM (CUSTOMER RELATIONS MANAGEMENT);
- TECNICHE CLOUD DEMO E TRAINING PRODOTTI (MEDICAL DEVICES);
- CONOSCENZA TERRITORIO E INTERLOCUTORI DI RIFERIMENTO (MEDICI, OPERATORI SANITARI, STRUTTURE SANITARIE, LABORATORI);
- INGLESE;
- PATENTE GUIDA B.

Scientific Information & Sales

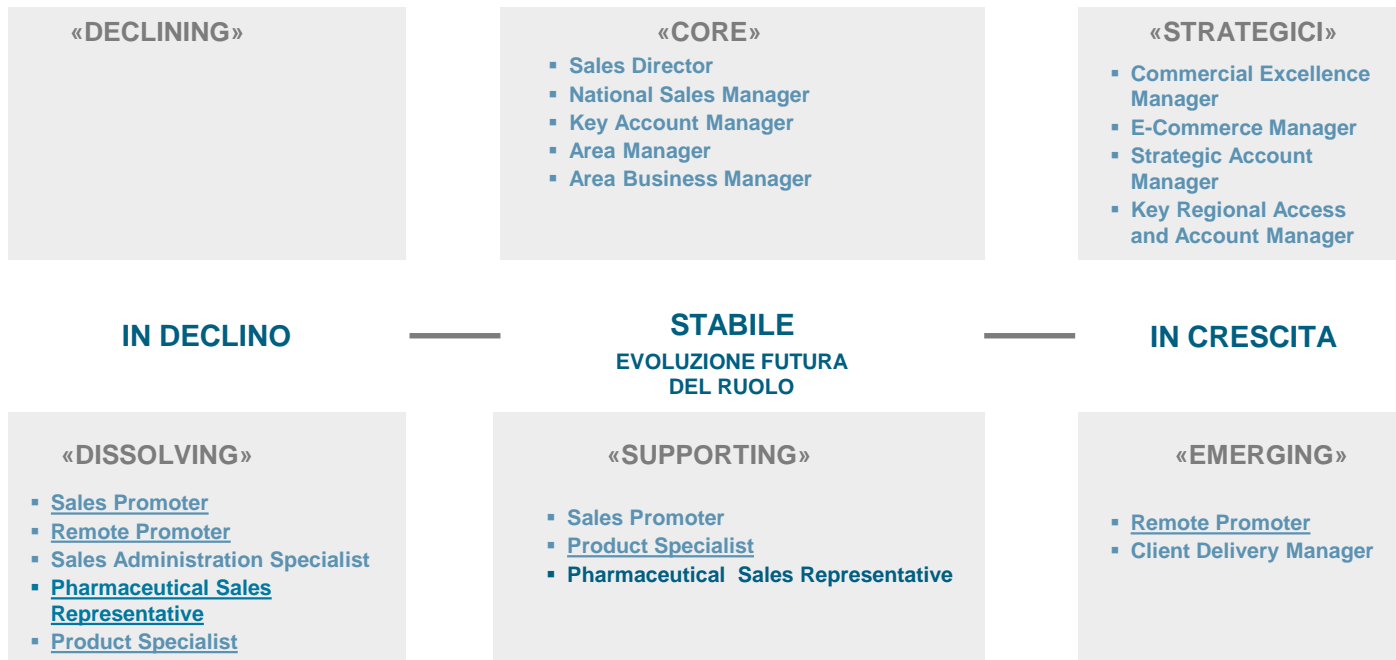


15 ruoli mappati

CONTRIBUTO STRAORDINARIO

IMPORTANZA DEL RUOLO OGGI

- Ruoli Scientific Information
- Ruoli Sales



Pharmaceutical Sales Representative (*promoter specializzato*): **DISSOLVING** se evolverà verso ruolo più specializzato di Product Specialist, aumentando la specializzazione (*come avviene per le malattie rare*) e dovrà sviluppare approcci multicanale, possibile anche esternalizzazione).

Sales Promoter (*su farmacie*): **DISSOLVING** se attività esternalizzata ad agenzie specializzate (*da vendita di prodotto a vendita di servizio*) o call center Italia/estero.

Remote Promoter (*promoter medicina generale da remoto sui medici di base*): **DISSOLVING** se attività esternalizzata ad agenzie specializzate o call center Italia/estero; in caso contrario **EMERGING** per aumento incidenza contatti da remoto.

Product Specialist: **DISSOLVING** quando si passa dalla logica di uno specialista di singolo prodotto alla logica di gestione del servizio verso il cliente.

Scientific Information & Sales

NOME RUOLO	SCOPO RUOLO
Client Delivery Manager ★	Assicurare l'ottimale gestione dell'offerta presso il cliente, in termini di comprensione e risposta alle sue esigenze, garantendo la realizzazione di vendite non puramente legate alle proprietà tecniche del prodotto ma a più alto valore, comprensive ad esempio dello studio rispetto alle modalità di finanziamento della soluzione da installare.
Commercial Excellence Manager ★ ★	Sviluppare e monitorare piattaforme, strumenti e processi di business e gestione clienti, attraverso iniziative multicanale volte ad aumentare il coinvolgimento dei clienti, operando azioni cross-business in ottica di miglioramento continuo dei risultati e performance delle vendite, dell'ampliamento della customer base e dell'aumento del livello di soddisfazione dei clienti.
E-commerce Manager ★ ★	Garantire lo sviluppo del canale di vendita e-commerce e l'attuazione delle iniziative approvate in ottica B2B e, per i Medical Devices, anche B2C.
Key Regional Access & Account Manager ★ ★	Declinare a livello regionale, e per le aree terapeutiche di competenza, le linee guida strategiche definite a livello centrale, al fine di garantire accesso al mercato e massima valorizzazione della pipeline prodotti aziendale, mediante la costruzione e il mantenimento di relazioni istituzionali di valore a livello regionale con Istituzioni, Attori sanitari, Decisori ed Influencer, Centri di Ricerca, Associazioni di categoria, implementando progetti di partnership con le istituzioni su aree di comune interesse, garantendo supporto all'implementazione dei progetti di Market Access, operando nel quadro delle linee guida e degli obiettivi aziendali definiti a livello centrale.
Remote Promoter ★	Effettuare la promozione dei medicinali "generici" su medici di base da remoto attraverso modalità di lavoro in call center.
Strategic Account Manager ★ ★	Gestire le Partnership con strutture ospedaliere private molto grandi (<i>ad alta complessità</i>).

Risultati



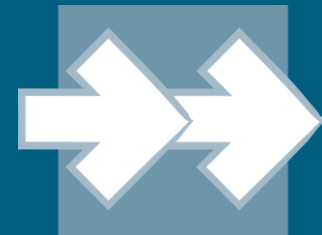
Generale



Funzione



Ruoli per funzione
e macro-area



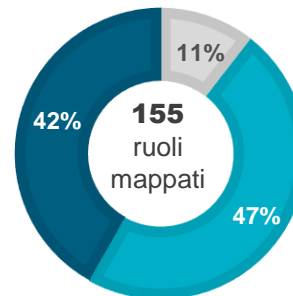
**Risultati
Finali**

Evoluzione Ruoli

CRESCITA (85 RUOLI):

- Access Strategy Manager
- AI Engineer
- Alliance Manager
- App Expert
- Automation Engineer (=S)
- Big Data Analyst
- Bioinformatics Researcher
- Brand & Customer Experience Manager
- Brand & Customer Experience Specialist
- Business Development Manager
- Business Development Specialist
- Business Insight Analyst
- Chief Digital Officer
- Chief Technology Officer (=S)
- Client Delivery Manager
- Clinical Project Manager
- Clinical Research Manager
- Cloud Expert
- Commercial Excellence Manager
- Communication Specialist (=D,
- Computational Chemist
- Computer System Validation Specialist
- CRM Specialist
- Customer Care Specialist (=D)
- Cybersecurity Manager
- Data Analyst
- Data Scientist
- Demand Planner
- Development Manager
- Development Specialist
- Development Supervisor
- Development Technician
- Digital Communication Specialist
- Digital Innovation Manager
- Digital Marketing Analyst
- Digital Marketing Manager
- Digital Pathology IT Architect
- E-commerce Manager
- Electronic Engineer (=D)
- Governmental Affairs & Pricing Reimbursement
- Head of Information Security
- Head of Market & Value Access
- Head of Patient Advocacy
- Health Economics Manager
- Health Economics Specialist
- Insight & Analytics Business Partner
- Insight & Analytics Specialist
- Intellectual Property Manager
- Key Regional Access & Account Manager
- Lean Manager (*S)
- Legal Intellectual Property Affairs Manager
- Logistic Planner
- Logistics Coordinator (* S)
- Machine Learning Research Expert
- Market Access & Public Affairs Director
- Medical Advisor (=S)
- Medical Scientific Liaison (*S)
- Patient Advocacy Manager
- Patient Advocacy Specialist
- Patient Support Service Manager
- Person Responsible of Regulatory Compliance
- Process Engineer
- Project Manager
- R&D Director
- R&D Manager
- Regional Access & Patient Groups
- Relations Operator
- Remote Promoter (=D)
- Remote Service Engineer
- Researcher

- Robotic Surgery Engineer
- Service Engineer (=S)
- Software Engineer
- Software Maintenance Specialist
- Solution Architect
- Solution Business Development Manager
- Strategic Account Manager
- Strategic Alliance Manager
- Supply Business Analyst
- Supply Chain Manager
- Systems Development Director
- Systems Development Manager
- Technology Transfer Engineer
- Therapeutic Area Value Access Specialist
- Trade Marketing Specialist
- VR Engineer



- Declino
- Stabile
- Crescita

DECLINO (31 RUOLI):

- Cleaner
- Clinical Research Associate (*S)
- Communication Specialist
- Customer Care Manager (*S)
- Customer Care Specialist (=C)
- Demand Planner (*C)
- Electronic Engineer (=C)
- Factory Department Head
- Factory Foreman
- Logistic Planner (*C)
- Logistics Operator (=S)
- Maintenance Specialist (=S)
- Marketing Director (*S)
- Mechanical Engineer
- Order Entry Operator
- Pharmaceutical Sales Representative (*S)
- Pharmacovigilance Manager (*S)
- Pharmacovigilance Specialist (*S)
- Pricing Expert
- Product Specialist (=S)
- Production Worker (*S)
- Qualification & Methodology Manager (=S)
- Regulatory Manager (*S)
- Regulatory Specialist (* S)
- Remote Promoter (=C)
- Sales Administration Specialist
- Sales Promoter (*S)
- Shift Supervisor
- Technician (=S)
- Warehouse Manager (=S)
- Warehouse Operator (=S)

OTHER FUNCTIONS

- CSR Manager
- Energy Manager
- Facility Manager
- Financial Business Consultant
- HR Manager
- HSE Manager
- Legal Affairs Manager
- M&A Manager
- Mobility Manager
- Professional Educator
- Sustainability Manager



LIFESCIENCE



Insight



Generale



Funzione



Ruoli per funzione
e macro-area



Insight

Insight Life Science

6. COMPETENZE E FORMAZIONE

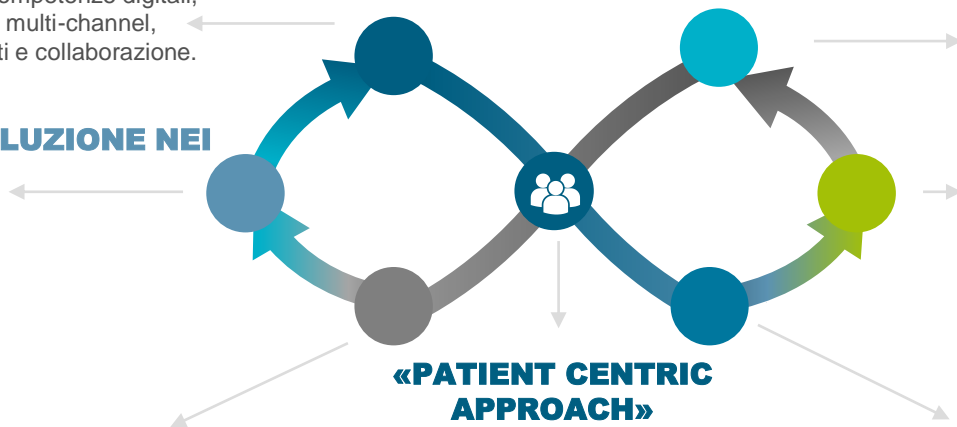
- Fondamentale up-skilling, re-skilling di competenze sia hard che soft;
- Must have: digital mindset, competenze digitali, capacità di sviluppo relazioni multi-channel, capacità di lavoro per progetti e collaborazione.

5. FUNZIONI IN EVOLUZIONE NEI PROSSIMI ANNI

- Business Development;
- R&D;
- Clinical Research;
- Market Access;
- Engineering & Technology;
- Supply Chain;
- Digital.

4. TECNOLOGIA ACCELERA SVILUPPO DEL LIFE SCIENCE E L'INNOVAZIONE

- Analisi e integrazione dati;
- Strumenti e studi più veloci e precisi;
- Nuove soluzioni (*medicina personalizzata, sofisticazione medical devices, servitization, home care, telemedicina...*).



«PATIENT CENTRIC APPROACH»
Sviluppo di “personalized medicine e patient journey”,
si punta a diagnosi precoce e prevenzione
per migliorare la vita delle persone.

1. LIFE SCIENCE: INTEGRAZIONE IN ATTO

- Solida fra Pharma e Biotech, in fase di sviluppo Medical Devices mentre Sanità resta un mondo a sé.

2. ECCELLENZA ITALIANA A LIVELLO EUROPEO

- Qualità produzione;
- Professionalità del personale;
- Protagonista nella lotta Covid-19.

3. MORFOLOGIA LIFE SCIENCE IN EVOLUZIONE

- Sviluppo networking, open innovation e large-scale project;
- Poli di eccellenza nazionali e internazionali;
- Partnership con Università, Centri Ricerca, start-up, CDO, CDMO;
- Alta competizione nel settore.

Grazie dell'attenzione!

rossella.ricco@odmconsulting.com



LIFESCIENCE



www.gigroup.it

www.odmconsulting.com