

Traduzione automatica, versione originale sotto, con immagini e links

The economist  
15 gennaio 2022

## **Come l'assistenza sanitaria si sta trasformando in un prodotto di consumo**

*Muoviti velocemente e guarisci le cose. Un nuovo boom tecnologico sta cambiando il business della medicina*

TECH E l'assistenza sanitaria hanno una relazione tesa. Il 3 gennaio Elizabeth Holmes, fondatrice di Theranos, una startup che un tempo incarnava la promessa di combinare il dinamismo della Silicon Valley con un mercato sanitario pesante, è stata condannata per aver mentito agli investitori sulle capacità della tecnologia di analisi del sangue della sua azienda. Eppure guarda oltre Theranos, che ha iniziato a implodere nel 2015, e una storia molto più sana diventa evidente. Questa settimana un'orda di imprenditori e investitori si è riunita virtualmente all'annuale jamboree sanitario di JPMorgan Chase. Al primo posto c'erano l'intelligenza artificiale (AI), la diagnostica digitale e la telemedicina e di una nuova ondata di inondazioni di capitali in un vasto settore.

Sistemi sanitari goffi, costosi e altamente regolamentati, spesso dominati da intermediari in cerca di rendita, vengono scossi da aziende che prendono di mira i pazienti direttamente, li incontrano dove si trovano, che è sempre più online, e danno loro un maggiore controllo su come accedere alle cure. I progressi scientifici in campi come il sequenziamento genico e l'IA rendono possibili nuove modalità di cura. Le farmacie elettroniche soddisfano le prescrizioni, i dispositivi indossabili monitorano la salute di chi li indossa in tempo reale, le piattaforme di telemedicina collegano i pazienti con i medici e i test domiciliari consentono l'autodiagnosi.

Il premio è gigantesco. L'assistenza sanitaria consuma il 18% del PIL in America, equivalente a 3,6 trilioni di dollari all'anno. In altri paesi ricchi la quota è più bassa, intorno al 10%, ma aumenta con l'invecchiamento della popolazione. La pandemia ha reso le persone più a proprio agio con i servizi online, inclusa l'assistenza mediata digitalmente. I venture capitalist rilevano un settore che è unicamente maturo per l'interruzione. CB Insights, un fornitore di dati, stima che gli investimenti nelle startup della sanità digitale siano quasi raddoppiati nel 2021, a 57 miliardi di dollari (vedi grafico 1). Le startup sanitarie non quotate con un valore di 1 miliardo di dollari o più ora sono 90, quattro volte la cifra di cinque anni fa (vedi grafico 2). Tali "unicorni" sono in competizione con le aziende sanitarie esistenti e i giganti della tecnologia per migliorare le persone e impedire loro di ammalarsi in primo luogo. Nel processo, stanno trasformando i pazienti in consumatori.

L'assistenza sanitaria dei consumatori è stata a lungo sinonimo di antidolorifici da banco, sciroppo per la tosse, creme per il viso o cerotti spacciati dai grandi produttori di farmaci. Riconoscendo che le loro divisioni di consumo non innovative sono diventate un ostacolo, Johnson & Johnson, l'azienda farmaceutica più preziosa d'America (e del mondo), e GlaxoSmithKline, un gigantesco rivale britannico, le stanno trasformando. La speranza è che senza il sussidio incrociato delle armi più redditizie per i farmaci da prescrizione, le imprese dei consumatori di groppa si abbelliranno e diventeranno più creative.

Alcuni operatori storici più avventurosi stanno già sperimentando la digitalizzazione e la consumerizzazione. Teva, un'azienda farmaceutica israeliana che risale al 1901, ha sviluppato un inalatore abilitato digitalmente dotato di sensori collegati ad app che informano gli utenti se lo stanno utilizzando correttamente.

Il secondo gruppo di aziende con nuove ambizioni per la salute dei consumatori è la grande tecnologia. Dopo una serie di tentativi falliti di entrare in punta di piedi nel settore della salute, come con la piattaforma di breve durata di Google per i dati sulla salute personale, demolita nel 2011, i giganti della tecnologia stanno finalmente mettendo piede. Secondo CB Insights, Alphabet, Amazon, Apple, Meta (la nuova società madre di Facebook) e Microsoft hanno versato collettivamente circa 3,6 miliardi di dollari in accordi relativi alla salute lo scorso anno. Sono particolarmente attivi in due aree: dispositivi e dati.

Deloitte, una società di consulenza, stima che 320 milioni di dispositivi indossabili medici di consumo verranno spediti a livello globale nel 2022 (vedi grafico 3). Nel 2020 Amazon ha presentato la sua fascia Halo da \$ 100. L'anno scorso Google ha acquisito Fitbit, che produce un fitness tracker più elaborato, per \$ 2,1 miliardi. L'ultimo orologio Apple offre già una funzione di elettrocardiogramma (ECG) e il produttore di iPhone prevede di inserire sensori di ossigeno nel sangue e un termometro per aiutare le donne a monitorare l'ovulazione. L'ultimo smartwatch di Samsung, il rivale sudcoreano di Apple, mette in mostra ECG e monitor della pressione sanguigna.

I giganti della tecnologia stanno anche iniettando servizi sanitari nelle loro offerte di elaborazione dei dati basate su cloud. A tal fine Microsoft ha pagato \$ 20 miliardi l'anno scorso per Nuance, un'azienda di intelligenza artificiale. Anche Amazon Web Services, la divisione cloud dell'e-emporium, ha lanciato un'offerta sanitaria. Oracle, un'azienda di software aziendale sempre più basata sul cloud, sta finalizzando l'acquisizione di Cerner, un gruppo IT sanitario, per 28 miliardi di dollari.

Poi ci sono i nuovi arrivati, che offrono prodotti e servizi di vari gradi di complessità. Alcuni sono semplici farmacie online. Truepill, una società americana di sei anni valutata 1,6 miliardi di dollari, ora soddisfa 20.000 prescrizioni al giorno e gestisce la logistica dell'ultimo miglio per una gamma di marchi sanitari rivolti ai consumatori. Uno è Hims & Hers Health, una grande farmacia elettronica americana che è diventata pubblica un anno fa tramite una fusione inversa con una società di acquisizione per scopi speciali. Un altro è Nurx, che fornisce profilassi pre-esposizione per le persone a rischio di HIV. PharmEasy, una farmacia online indiana, ha raccolto \$ 500 milioni di capitale l'anno scorso.

Le aziende di telemedicina, che offrono una gamma più ampia di servizi, hanno prosperato poiché il covid-19 ha messo a dura prova la capacità delle cliniche e ha rimandato i pazienti alle visite di persona. Il cinese WeDoctor, un operatore privato di quelli che chiama "ospedali Internet", è stato valutato l'ultima volta a quasi 7 miliardi di dollari. Teladoc, una società americana quotata con un valore di mercato di 13 miliardi di dollari, ha registrato ricavi per 520 milioni di dollari nel terzo trimestre del 2021, in aumento dell'80% su base annua.

Un'altra area più sofisticata in rapida crescita è la diagnostica domiciliare. Lo scandalo Theranos ha dato una cattiva reputazione alla diagnostica dei consumatori. Ora una tecnologia migliore e un maggiore realismo su ciò che può ottenere stanno riabilitando il campo, proprio come la pandemia ha abituato le persone all'idea dei test domestici.

Ciò include dispositivi per analizzare qualsiasi cosa, dalla glicemia ai campioni di feci. Levels Health, una startup americana di due anni, vende monitor glicemici continui sincronizzati tramite app direttamente ai consumatori, dopo aver collegato senza problemi i pazienti via Internet con i medici prescrittori. Il suo fondatore, Josh Clemente, è stato ispirato dal dover chiedere a un amico di contrabbandare un tale monitor dall'Australia per confermare la sua impressione che fosse, come un terzo degli americani, pre-diabetico: in America i dispositivi erano disponibili solo su prescrizione a persone con diabete non controllato. La lista d'attesa della startup si estende ora a 145.000 persone. Digbi Health, un'altra azienda americana, utilizza la materia fecale per analizzare il microbioma intestinale dei suoi clienti per promuovere la salute gastrointestinale. Skin+Me, una società britannica, risparmia alle persone un viaggio dal dermatologo fornendo cure per la pelle su prescrizione sulla base di selfie. Thriva, anche lui dalla Gran Bretagna, analizza il sangue delle punture delle dita per fare luce su condizioni come il colesterolo alto e l'anemia.

### **Medici su richiesta**

Una delle ragioni principali per cui ci è voluto così tanto tempo prima che la tecnologia di consumo interrompesse l'assistenza sanitaria è che il settore altamente regolamentato non si presta al credo della Silicon Valley "muoviti velocemente e rompi le cose". Ma gli ultimi anni hanno dimostrato che l'interruzione è possibile anche nelle industrie soggette a regole. Hamish Grierson ha fondato Thriva dopo aver assistito a una scossa digitale nel suo vecchio lavoro nei pagamenti. Il signor Clemente di Levels Health, ha aiutato a mantenere in forma gli astronauti che combattono a SpaceX, che ha apprezzato l'apertura del business dei viaggi spaziali un tempo dominato dal governo.

Una strategia consiste nell'offrire prodotti di "benessere generale", che sfuggono a un controllo rigoroso e consultare solo professionisti medici a scopo di consulenza o per convincere i potenziali investitori che i tuoi prodotti sono supportati dalla scienza. Thriva, ad esempio, afferma che i suoi esami del sangue offrono "intuizioni" piuttosto che diagnosi ufficiali.

Altre aziende, in particolare quelle con offerte high-tech, stanno procedendo con cautela. Manny Montalvo, che supervisiona le vendite di "Digihaler" presso Teva, insiste sul fatto che non è un prodotto di consumo. "Questa è ancora una medicina e deve essere selezionata la medicina giusta per il paziente", afferma categoricamente. Apple ha chiesto l'autorizzazione alla Food and Drug Administration (FDA) americana per la funzione ECG del suo nuovo orologio.

I regolatori, dal canto loro, stanno cercando di muoversi più velocemente. Il nuovo capo della FDA è un ex consigliere di Google Health, l'impresa sanitaria del gigante tecnologico. L'industria spera che sotto la sua sorveglianza l'agenzia adotti finalmente standard a lungo ritardati per il software di salute digitale. Australia, Giappone, Singapore e l'UE hanno definito strategie di salute digitale al fine di creare standard simili per determinare la qualità, la sicurezza e il valore clinico dei nuovi dispositivi sanitari. Sempre più paesi stanno adottando norme sulla protezione dei dati che dovrebbero rendere più chiaro a imprenditori, investitori e consumatori quali dati possono essere condivisi, con chi e come.

Il boom della salute dei consumatori ha incontrato ostacoli. Gli investitori che hanno spinto al rialzo i prezzi delle azioni dei venditori ambulanti di pillole online e degli ospedali digitali ogni volta che il covid-19 è aumentato si sono raffreddati su tali aziende ora che la minaccia coronavirusale si è leggermente attenuata. Dopo aver superato i 30 miliardi di dollari all'inizio del 2021, il valore di mercato di Teladoc è tornato dove era prima della

pandemia all'inizio del 2020. Le prospettive di Hims & Hers, il cui prezzo delle azioni è diminuito di tre quarti nell'ultimo anno, potrebbero essere state ulteriormente intaccato dal lancio di Amazon alla fine del 2020 della sua attività di farmacia elettronica. Le società cinesi di salute digitale sono state coinvolte nella più ampia repressione tecnologica del Partito Comunista. WeDoctor ha accantonato i piani per un'offerta pubblica iniziale di successo a Hong Kong. La saga di Theranos offre un ammonimento su come la biologia sia complicata rispetto a molta informatica.

Alcuni prodotti si riveleranno scadenti e le autorità di regolamentazione potrebbero ancora interrompere i perturbatori. Tuttavia, come afferma Scott Melville della Consumer Healthcare Products Association, un ente commerciale, "Non si può tornare al vecchio sistema paternalistico in cui ti affidi esclusivamente a un medico per la tua assistenza sanitaria". Le aziende intraprendenti vogliono aiutare le persone a riprendersi più rapidamente o, meglio ancora, evitare di ammalarsi. Questa è una prognosi negativa per il complesso ospedale-industriale, che trae profitto dai malatissimi. Per tutti gli altri, è per lo più positivo. ■