

Medici veterinari in tempi di pet economy



Stralcio dalla relazione del presidente al Consiglio Nazionale di Milano

di **GAETANO PENOCCHIO**
Presidente FNOVI

«Il futuro del lavoro dipende da come sapremo affrontare l'innovazione in un contesto sociale e globale caratterizzato dall'instabilità»

Si stima che il mercato della salute animale nel settore degli animali da compagnia abbia un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 10% e possa raggiungere una valutazione di 63,2 miliardi di dollari entro il 2028. Sono fatti che le Corporate investono anche nel nostro Paese nelle strutture e i player del settore stanno aumentando il flusso di cassa per investire, si pensa allo sviluppo di nuovi farmaci, di nuovi vaccini, e mentre giace al Ministero della salute la proposta Fnovi sulla telemedicina, crescono le app di eHealth e le attività di tele-monitoraggio che permettono di rilevare e trasmettere a distanza i parametri clinici, per mezzo di sensori che interagiscono con il paziente. Fattori che contribuiscono ad aumentare le prospettive di vendita nel mercato della salute animale. È il business della *pet economy*.

La salute degli animali è un terreno alternativo attraente, in crescita sostenibile e stabile soprattutto nei pet che hanno margini di guadagno più elevati, sono a tutti gli effetti membri di famiglia con un trend demografico in aumento costante.

I vantaggi rispetto alla salute umana vanno riferiti alla struttura dei pagamenti basata in gran parte sul denaro, con minori rischi relazionati a meccanismi di rimborso, minori minacce normative e un tasso di rendimento più elevato in termini di ricerca e sviluppo. Nel farmaco veterinario sono inferiori i costi ed i tempi di registrazione, non ci sono le perdite di esclusività come accade nel farmaco umano al momento dell'ingresso nel mercato del farmaco generico, inoltre in qualche caso è stato possibile riconvertire i farmaci per uso umano esistenti per gli animali.

Un settore che cresce in corrispondenza alla tendenza

di umanizzazione dell'animale da compagnia, con significativi ritorni di cassa del capitale investito. Un settore che, dobbiamo esserne coscienti, ha al centro il medico veterinario che quindi fonda sulla scelta del professionista e sul conseguente rapporto fiduciario medico-proprietario dell'animale. Un rilievo di AVMA (American Veterinary Medical Association) riporta che 67% dei proprietari di cani e il 41% dei proprietari di gatti portano il loro pet dal medico veterinario almeno 1 volta/anno. Quasi il 90% dei proprietari di cani e gatti si rivolgono sempre allo stesso medico veterinario. La rilevazione che pur riguarda gli Stati Uniti, va letta come tendenza e riconosce al medico veterinario un ruolo di primo piano nel mercato dei servizi della salute degli animali da compagnia.

Si è spesso tentati di concentrare l'attenzione su rischi e pericoli del periodo che ci attende piuttosto che sulle opportunità; c'è invece l'occasione di promuovere la crescita, a patto che i nostri sistemi di istruzione e addestramento siano abbastanza agili da rispondere appropriatamente, a patto che la professione stessa la

sappia promuovere. Se è vero che oggi in tutti i settori servono medici veterinari è altrettanto vero che la variabile "occupazione" dipende da un insieme di variabili - demografia, sostenibilità, disuguaglianze, stabilità politica - che fanno parte dei processi di globalizzazione e che richiedono di essere governati.

Il futuro del lavoro dipende da come sapremo affrontare l'innovazione in un contesto sociale e globale caratterizzato dall'instabilità. Se è probabile che *molte* professioni spariranno da qui al 2030, è certo che tutte cambieranno. In una vicina prospettiva è prevedibile immaginare che l'assetto professionale vedrà un mercato indipendente, di singoli imprenditori con strutture di piccole dimensioni che lavorano bene collegate ad altre più attrezzate (la piccola struttura in un Paese come il nostro resterà un presidio di salute irrinunciabile), un mercato di soggetti indipendenti sotto il cappello di un'organizzazione che agiscono a rete, e infine le corporate.

La nostra forza fonda su una rinnovata coscienza del nostro ruolo. Serve rifuggire da analfabetismi di ruolo che producono disastri e demotivazioni.