

SECONDO UN'ANALISI DI LAMARCK, IL TASSO DI SUCCESSO IN FASE 1 PUÒ ARRIVARE AL 90%

# Nuovi farmaci più veloci con l'AI

Con l'intelligenza artificiale si riducono i tempi di sperimentazione e ritorno degli investimenti. Il caso della Sanofi

DI SARA BICHICCHI

**A**umentare la probabilità che una sperimentazione abbia successo. E, di conseguenza, ridurre il tempo necessario per vedere un ritorno dagli investimenti. È uno dei primi effetti visibili dell'applicazione dell'intelligenza artificiale nel settore farmaceutico secondo uno studio di Lamarck, società di consulenza finanziaria specializzata nel pharma. Altri vantaggi potrebbero arrivare da una maggiore efficienza operativa e da una riduzione dei tempi di integrazione nelle operazioni di m&a.

Innanzitutto, l'AI sembra utile a completare gli studi sui nuovi farmaci. «I primi numeri sono incoraggianti, seppur su un campione ancora limitato. Le aziende che utilizzano l'AI come tecnologia di base hanno registrato finora tassi di successo in Fase 1 tra l'80% e il 90%, contro una media di settore compresa tra il 40% e

il 65%. In Fase 2 il dato scende al 40%, ma resta comunque superiore alla media industriale del 29%», racconta Gianpaolo Nodari, amministratore delegato di Lamarck. I benefici sembrano riguardare sia le big pharma sia le società di dimensioni minori. Ad esempio la piccola Ilasilco



Medicine è riuscita a portare 22 candidati farmaco alla fase di sperimentazione preclinica in 12-18 mesi. Di solito per un risultato di questo tipo - sottoli-

## Università, con meno giovani a rischio 480 mln di tasse

di Silvia Valente

**I**l Pnrr ha immesso nel mondo universitario italiano circa 30 miliardi in quattro anni, «impattando in positivo su conti e strutture degli atenei». D'altronde il fondo ordinario dello Stato a sostegno del comparto vale più di 9 miliardi all'anno. Lo ha spiegato a MF-Milano Finanza Alberto Scuttari, presidente del Convegno dei direttori generali delle amministrazioni universitarie nonché direttore generale dell'Università di Padova, a margine dell'assemblea generale del Codau. Sul bilancio delle università incombe però l'inverno demografico che si tradurrà

in 400 mila matricole in meno entro il 2041: il 20% in meno dei 2 milioni attuali. Da cui deriverà, stima il Cnr, una perdita di 480 milioni di tasse universitarie. In questa cornice gli atenei italiani devono «diventare più internazionali e attrattivi per i giovani». Dunque è fondamentale riesca a garantire agli studenti di frequentare in presenza, in primis puntando sullo student housing. Su questo c'è l'impegno di pubblico e privato. Allo stesso tempo le università devono rafforzare la propria vocazione imprenditoriale «a beneficio del sistema Paese», come hanno già dimostrato di saper fare, ha evidenziato Scuttari, reindirizzando il 30% dei fondi Pnrr alle imprese attraverso bandi, trasformazione tecnologica e ricerca applicativa. (riproduzione riservata)

con effetti sulla valutazione degli asset e sui ritorni degli investimenti», aggiunge Nodari. «Dal punto di vista finanziario l'impatto è rilevante. Lo sviluppo più veloce consente ai fondi di venture capital di rientrare prima del capitale e reinvestirlo, migliorando il capital recycling in un settore storicamente penalizzato dai lunghi cicli necessari per la ricerca». Tra le grandi case farmaceutiche, invece, l'analisi cita Sanofi. La società francese ha stretto un accordo da 5,2 miliardi di dollari con Exscientia,

azienda inglese che applica l'AI alla ricerca farmaceutica (partner anche di altre big pharma come Roche e Merck), per sviluppare fino a 15 nuovi medicinali. La partnership pare funzionare «rendendo Exscientia potenzialmente eleggibile a 600 milioni di euro in milestone in un solo anno», sottolinea Nodari. «Tuttavia, per i grandi gruppi l'integrazione dell'AI può essere più complessa a causa delle dimensioni e della burocrazia interna». (riproduzione riservata)

**MF MILANO FINANZA** I FATTI SEPARATI DALLE OPINIONI

e-mail: mf-milanoфинanza@class.it

Direttore ed editore: Paolo Panerai (02-58219209)

Direttore ed editore associato: Gabriele Capolino (02-58219227)

Direttore: Roberto Somella (06-69760835)

Vicedirettrici: Francesco Allegra (esecutivo) (02-58219875),

Fabrizio Massaro (transformation e inchieste) (02-58219876)

Caporedattori: Davide Furnagalli (Internet) (02-58219229), Lucio Sironi (02-58219228), Vicecaporedattori: Paola Valentini (02-58219475), Capiservizi: Oscar Bodini (02-58219635), Chiara Bottoni (MF Fashion) (02-58219446), Marcello Bussi (02-58219392), Ester Corvi (ufficio studi) (02-58219317), Luca Gualtieri (02-58219757), Tommaso Palazzi (MF Fashion) (02-58219605), Angela Zoppo (06-69760831), Vicecapiservizio: Emanuele Bonora (02-58219348), Elena Dal Maso (02-58219447) Redazione: Sara Bichicchi (02-58219779), Andrea Boeris (02-58219647), Federica Camurati (MF Fashion) (02-58219606), Marco Capponi (02-58219344), Giada Cardo (MF Fashion) (02-58219448), Nicola Carosielli (02-58219634), Luca Carrello (02-58219879), Andrea Deagani (senior editor) (02-58219316), Anna Di Rocco (02-58219223), Francesca Gerosa (02-58219325), Alberto Mapelli (02-58219798), Anna Messia (06-69760865), Rossella Savjardo (02-58219395).

Caporedattore Banche centrali e istituzioni: Francesco Ninfolo (Senior editor) (02-58219238).

Ufficio di New York: Andrea Fiano.

Condirettore per il coordinamento media digitali: Andrea Cabrini (02-58219582).

Capo economista e direttore MFU-Milano Finanza Intelligence Unit:

Massimo Brambilla (02-58219495).

Chief Digital Development Manager: Roberto Bernabò (02-58219275).

**Patrimoni** **Gentleman** **MF**  
diretto da Giulia Pessani diretto da Stefano Roncato

Impaginazione, grafica e infografica: Alessandra Superti (responsabile)  
Segreteria: Federica Troia (responsabile), Barbara Alabico e Flavia Fahi (Roma)  
L'indirizzo e-mail dei redattori si ottiene con l'invio del nome, seguito dal cognome e da @class.it (esempio, per Primo Secondo: psecondo@class.it)

Milano Finanza Editori Spa

Milano Finanza Editori spa - 20122 Milano, via Marco Burigozzo 5, tel. 02-582191 (rel. passante), telefax 02-58219591, 00187 Roma, via XX Settembre 1, tel. 06-69760811, telefax 06-66760874 - Copie arretrate: telefax 02-58219595 - fax 02-58219726. Risponditori il servizio arretrato. Ai non abbonati è richiesto l'invio anticipato del doppio del prezzo di copertina a Milano Finanza Editore, preferibilmente mediante francobollo, o mezzo assegno. La richiesta sarà evasa entro 30 giorni

TARIFFE ABBONAMENTI

Milano Finanza Italia € 169,00 annuale, estero € 266,00 annuale; MF Italia € 319,00 annuale, estero € 770,00 annuale; MF+Milano Finanza Italia € 409,00 annuale, estero € 900,00 annuale. Abbonamento estero via aerea.  
Stampa: Milano, Litografici S.p.A., via A. Moro 2 - Pissano con Burigozzo (Milano) - Roma, Litografici S.p.A., via C. Passeri 130.  
Distribuzione Italia: M-DIS spa, via C. Cazzaniga 19 - 20132 Milano. Concessionaria esclusiva per la pubblicità: Clas Pubblicità Spa, Direzione Generale: Milano, via Burigozzo 5 - tel. 02-58219522. Sede legale e amministrativa: Milano, via Burigozzo 5 - tel. 02-582191 - fax 02-58219726. Responsabili del servizio arretrato. Ai non abbonati è richiesto l'invio anticipato del doppio del prezzo di copertina a Milano Finanza Editore, preferibilmente mediante francobollo, o mezzo assegno. La richiesta sarà evasa entro 30 giorni

Per informazioni commerciali: shirachi@class.it  
Tariffe pubblicitarie e moduli: Commerciale € 530,00. Biscanali € 340,00. Legali € 220,00. Domande e offerte di personale € 530,00. Aziende informatiche € 530,00. Supplementi per pagine di riga +25%; per pubblicità colorati +40%. Tutti i prezzi in lire IVA inclusa.

Reg. al Trib. di Milano n. 266 del 14-4-89

Direttore Responsabile: Paolo Panerai

SERVIZIO ABBONAMENTI

NUMERO DI TELEFONO 02 58219595

NUMERO DI FAX 02 58219726

AILETTORI

Tutte le informazioni contenute in questa pagina si basano su fonti che MF-Milano Finanza ritiene attendibili. Le assertions espresse nei vari articoli del collaboratore costituiscono l'opinione degli autori. Nonostante l'esperienza e nel trattamento la materia MF-Milano Finanza non si assume responsabilità per quanto riguarda conseguenze derivanti da eventuali inesattezze o imprecisioni dei dati e delle quotazioni. In particolare, l'investimento in prodotti derivati opzionali, future, pronti, warrant offre la possibilità di ottenere elevatissime performance ma anche incorrere in rischi molto elevati. Nel caso più negativo, si può verificare anche la perdita totale del capitale investito. In un normale portafoglio, la quota da destinare a prodotti di questo tipo dovrebbe essere limitata.

## PILLOLE

### TERNA

■ Standard Ethics, agenzia internazionale di rating non finanziari, conferma alla società della rete elettrica il rating di sostenibilità EE+, classificandola nella fascia migliore (Sustainable) e ai vertici nella categoria Utilities.

### ING ITALIA

■ La banca lancia «Arancio Business 4+4» per le partite Iva: 4% annuo lordo per sei mesi sulle somme depositate su Extra Money Arancio Business e 4% di cashback sugli acquisti con carta di debito Mastercard Business per chi apre il conto corrente entro il 21 marzo.

### REKEEP-ALBA INFRA PARTNERS

■ L'operatore nell'integrated facility management e il gestore di fondi lanciano Mfmc II, piattaforma dedicata all'accelerazione dello sviluppo di progetti infrastrutturali.

### AMPLIFON

■ L'Agenzia delle Entrate ammette la società al regime fiscale di adempimento collaborativo.

### BPER BENE COMUNE

■ Si conclude la campagna di crowdfunding «Il futuro a portata di mano»: i cinque progetti selezionati hanno raccolto i fondi sulla piattaforma Produzioni dal Basso e hanno raggiunto il 40% del budget, la banca ha finanziato il restante 60%.

### DOXEE

■ Al via la collaborazione tra la multinazionale high-tech e A2A Ciclo Idrico, che offrirà ai suoi clienti la Bolletta Interattiva Smart Invoice.

### PLANRADAR

■ La piattaforma della documentazione digitale nell'edilizia entra in Ipn - Italian Proptech Network del Politecnico di Milano, hub per l'innovazione del settore immobiliare.

### NUVEEN

■ La società di gestione patrimoniale diventa Official asset management partner dell'Atlantian Williams F1 Team.

### BIGPROFILES

■ La società annuncia la chiusura di un round di investimento da 3 milioni di euro e cambia nome in Elai. Il team nomina il nuovo ceo, Antonio Sciuto, già Global Business Development officer di Salesforce e presidente di Nestlé Nord America.

### SIMEST

■ La società di Cdp lancia la «Misura Stati Uniti»: oltre 300 milioni per sostenere investimenti e competitività delle imprese italiane negli Usa.

### PIOVAN

■ Il gruppo dei sistemi di automazione per il trattamento dei polimeri acquisisce Mix&Co e Bht, attive nella produzione di macchinari per impianti.

### ALLIANZ

■ La compagnia mette in atto misure straordinarie a supporto delle comunità di Sicilia, Sardegna e Calabria colpite dal ciclone Harry. Predisposti numeri verdi per clienti, agenti e consulenti finanziari, attivata una task force ad hoc e disposte deroghe sui tempi di pagamento delle polizze.