

UNIRE I TRE PILASTRI DELLA DIGITAL HEALTH

OFFRIRE UN'ESPERIENZA COMPLETA DI SANITÀ DIGITALE SIGNIFICA AVERE ACCESSO A SISTEMI INTEGRATI IN GRADO DI SEGUIRE L'ASSICURATO IN OGNI ASPETTO LEGATO ALLA SALUTE, A PARTIRE DALLA PREVENZIONE FINO A CARTELLE CLINICHE CHE NE RIPORTINO L'INTERO PROFILO

Abitudine, scarso livello di digitalizzazione, servizi sanitari gratuiti e mediamente prossimi, sono tra le principali ragioni per cui in Italia i servizi di *digital health* hanno fino ad ora faticato a farsi strada, al contrario di quanto accade in paesi dove l'accessibilità fisica ai luoghi di cura è più difficile. Il modo in cui altrove ci si approccia alla medicina a distanza è stato oggetto di analisi da parte di **Gft**, che ha fatto una sintesi delle *best practice* estere per avviare anche in Italia percorsi di trasformazione digitale in ambito salute.

“Oggi molte compagnie stanno avviando un percorso di implementazione di una serie di nuovi servizi, modificando l'offerta da una focalizzazione sulla polizza a un concetto di centralità del cliente, che diventa centralità del paziente per quanto riguarda i servizi alla salute”, ha affermato **Maximiliano Barberi**, insurance market leader di Gft, durante i lavori dell'Innovation Summit 2021. La digital health va a incidere sul tradizionale processo delle compagnie nella relazione con l'assicurato: nella nuova ottica, un affiancamento sui bisogni legati alla salute va a colmare i tempi che intercorrono dalla sottoscrizione del contratto di polizza all'accadimento del sinistro, creando una continuità nel rapporto.



Maximiliano Barberi, insurance market leader di Gft

Nell'ambito salute, ad oggi il tema chiave riguarda la coerenza dell'offerta e la possibilità di avere accesso a una *patient journey* completa, intesa come un supporto univoco, sequenziale ed esauriente che vada dal wellness alle prime cure, dalla gestione delle acuzie ai trattamenti personalizzati. Il fine, ha spiegato Barberi, dovrebbe essere quello di prendere in carico il paziente, accompagnarlo con servizi orientati alla prevenzione e, nell'eventualità, seguire il sinistro con un supporto alle attività di cura. La quotidianità del contatto può essere data da suggerimenti sugli stili di vita o dal monitoraggio dello stato fisico tramite *wearable*. “Questo tipo di affiancamento alla persona nel nostro paese è ancora agli albori e mancano sistemi integrati pronti per coinvolgere le compagnie in tempi rapidi. Alcune si sono mosse con soluzioni proprie, ma il punto centrale rimane la parcellizzazione delle soluzioni per la salute”.

UN UTILIZZO POTENZIATO DELLE TECNOLOGIE PER LA SALUTE

Per costruire una risposta alla realizzazione di sistemi integrati di digital health, Gft ha condotto con i propri partner uno *scouting* a livello mondiale per individuare start up in grado di sviluppare soluzioni verticali su concetti avanzati di innovazione in ambito salute, quali ad esempio le tecnologie genomiche, la diagnosi attraverso lo scanning del viso o sistemi IoT avanzati per gestire prevenzione e acuzie. “Il nostro modello prevede di identificare una serie di partner in Italia e nel resto del mondo per colmare il gap di una patient journey completa basata su tre pilastri: identificazione delle problematiche di salute, trattamento e monitoraggio h24, sviluppo di sistemi di prevenzione e benessere basati su *wearable*. A questa formula si affiancano strumenti come le *cartelle cliniche* avanzate”.

Le soluzioni sono disponibili in modalità *as-a-service* per essere integrate nell'offerta della compagnia e adattate in tempi rapidi. **M.M.**