

MEDICINA DIGITALE, ECCO L'OFFERTA

di GIACOMO CORVI

IL MERCATO SI ARRICCHISCE OGNI GIORNO DI SOLUZIONI CHE SFRUTTANO LE NUOVE TECNOLOGIE PER SODDISFARE LE ESIGENZE DI CURA DELLA POPOLAZIONE: STRUMENTI DI TELEMEDICINA, CONSULENZE SPECIALISTICHE, SECOND OPINION E ACCORDI CON STRUTTURE SANITARIE PER MIGLIORARE L'ESPERIENZA DEL CLIENTE E SONDARE TUTTE LE POSSIBILITÀ DI UN SETTORE CHE MOSTRA MOLTE POTENZIALITÀ

Lo scorso 29 novembre a Torino si è tenuto il lancio ufficiale di **Blue Health Center**. La società, controllata al 100% da **Blue Assistance** e dunque pienamente inserita all'interno della galassia di **Reale Group**, si è presentata sul mercato come una nuova struttura sanitaria digitale che si propone adesso con **QuraKare**, il suo primo prodotto, di offrire alla clientela una serie di servizi distintivi nell'ambito della digital health: consulenza medica generalista disponibile in qualsiasi momento, percorsi personalizzati di cura e prevenzione definiti sulla base dell'analisi anamnestica del paziente, archivi clinici dinamici e poi anche strumenti di visita a distanza che aprono alla possibilità di procedere alle fasi di prescrizione, refertazione e diagnosi. "Siamo molto orgogliosi di questo progetto: Blue Health Center è la prima struttura sanitaria digitale del Piemonte", afferma **Marco Mazzuco**, amministratore delegato di Blue Assistance e direttore vita e welfare di Reale Group. "Per noi si tratta di un salto di qualità: Blue Health Center è una vera e propria struttura sanitaria e, in quanto tale, potrà consentire ai nostri medici – aggiunge – di fare diagnosi e di prescrivere farmaci ai pazienti". L'iniziativa arricchisce così ulteriormente un ecosistema della salute che poteva già contare su strumenti di telemedicina, consulenza specialistica e *second opinion*, un network di migliaia di strutture sanitarie e un servizio di consegna dei farmaci a domicilio grazie alla partnership stretta nel 2019 con **Pharmercure**.

TECNOLOGIA PER LE ESIGENZE DI CURA

Il lancio di Blue Health Center costituisce soltanto l'ultimo esempio di un mercato assicurativo che in Italia sta puntando fortissimo sull'industria della medicina digitale. Tante sono infatti le iniziative promosse negli ultimi anni dagli operatori del settore per tentare di coniugare le nuove tecnologie alle esigenze di cura della popolazione. Troppo per pensare di poterle passare tutte in rassegna nelle poche pagine di questo articolo. Lo scorso marzo, per esempio, **Generali** ha varato la nuova unità organizzativa **Health&Welfare**, un modello che si propone di unire in un unico polo i segmenti



Marco Mazzuco, amministratore delegato di Blue Assistance e direttore vita e welfare di Reale Group

Malattia e Infortuni per i clienti retail, imprese ed employee benefits. La responsabilità della business unit è stata affidata a **Francesco Bardelli**. “Salute e welfare sono centrali nello sviluppo della nostra strategia”, commenta il manager, che ricopre anche le cariche di connected business development officer di **Generali Italia** e ceo di **Generali Welion**. “Proponiamo un’offerta integrata per la prevenzione e la protezione della salute di famiglie, lavoratori e imprese – prosegue – grazie anche ai servizi health di Generali Welion”. All’offerta della compagnia si è aggiunto lo scorso novembre anche il lancio di una nuova partnership con il **Gruppo San Donato**, primo gruppo sanitario in Italia, per lo sviluppo e la realizzazione di una rete di smart clinic su tutto il territorio nazionale. “In queste smart clinic garantiremo una *smart health experience* a 360 gradi attraverso l’impiego della tecnologia, l’aggiornamento in real time di risultati e terapie e il rinnovo delle prescrizioni tramite accesso digitale”, illustra Bardelli.

L’EVOLUZIONE DEI MODELLI DI SERVIZIO

L’innovazione tecnologica è dunque ormai parte integrante dell’offerta assicurativa nel mercato della salute. “Il digitale sta contribuendo a un’evoluzione degli attuali modelli sanitari e assicurativi verso un miglioramento dell’intera esperienza del cliente”, commenta **Giovanna Gigliotti**, amministratore delegato di **UniSalute** e chief life & health officer di **UnipolSai**. “Anche



Giovanna Gigliotti, amministratore delegato di UniSalute e chief life & health officer di UnipolSai



Francesco Bardelli, chief H&W e connected business development officer di Generali Italia e ceo di Generali Welion

UniSalute – prosegue – si sta orientando verso un’offerta sempre più innovativa di servizi a valore aggiunto per i propri clienti, che prevede l’utilizzo di strumenti di digital health grazie al supporto di **SiSalute**, società di UniSalute deputata alla realizzazione e alla distribuzione di servizi non assicurativi in ambito salute”. L’offerta si compone così di soluzioni come la polizza *Al tuo fianco* che, illustra Gigliotti, costituisce “un esempio concreto di bundling assicurativo e servizi per specifici target come giovani, genitori e over 65”. Particolare importanza è poi ricoperta dal *Servizio Monitor Salute*, che prevede l’invio a domicilio, gratuito per pazienti con determinati requisiti clinici prestabiliti, di device per il monitoraggio a distanza di patologie croniche. I device, spiega la manager, “trasmettono i parametri in tempo reale alla centrale operativa, dove medici e infermieri specializzati li monitorano costantemente: il team interviene tempestivamente laddove si presentino alert clinici, contattando il paziente per fornirgli suggerimenti e raccomandazioni sul proprio stato di salute”.

NON SOLO PAGATORI DI SINISTRI

Offerta in rapida evoluzione anche in casa **Axa Italia**. “Da anni ci impegniamo ad andare oltre il ruolo della classica compagnia assicurativa per essere un orchestratore dell’intero ecosistema salute, offrendo soluzioni che possano soddisfare le varie necessità in ambito

salute”, commenta **Pietro Cazzola**, nominato di recente chief health officer della compagnia. “Da pagatore di sinistri, a cui ci si rivolge unicamente al momento della malattia o dell’infortunio, vogliamo diventare un attore a cui il nostro cliente – aggiunge – può rivolgersi nella sua quotidianità, per ricevere un supporto e migliorare il proprio stato di salute”.

Ecco allora, illustra il manager, emergere “un ecosistema integrato in ottica phygital che unisce a un network di oltre 5.600 strutture sanitarie convenzionate con *Axa Caring*, il nostro gestore sinistri salute proprietario, anche un ampio portafoglio di servizi di digital health che copre l’intera catena del valore, dalla prevenzione alla cura”. Una posizione di tutto rilievo, sottolinea Cazzola, è ricoperta “dal nostro *Portale Salute*: sviluppato alla fine del 2020 grazie a una partnership globale con **Microsoft** e accessibile anche a chi non è cliente della compagnia, costituisce il punto di accesso all’intero ecosistema di servizi di digital health di Axa e comprende prestazioni gratuite come la valutazione dei sintomi, che tramite il ricorso a strumenti



Pietro Cazzola, chief health officer di Axa Italia

di intelligenza artificiale consente di rilevare possibili cause connesse alla sintomatologia rilevata, o il servizio *Chiedi a un esperto*, che permette invece di porre domande a professionisti del settore per risolvere eventuali dubbi sulla propria salute”.

LA DOMANDA DEL SETTORE

L’evoluzione del settore non è fine a se stessa, ma è dettata da una domanda di mercato che richiede sempre più servizi digitali per la tutela e la protezione della salute. Gigliotti, a tal proposito, cita i risultati dell’*Osservatorio Sanità* di UniSalute. “La fiducia degli italiani nei confronti della tecnologia è molto cresciuta negli ultimi anni”, afferma. “Attualmente – prosegue – quasi due italiani su cinque reputano le app e i cosiddetti *wearable*, come ad esempio gli smartwatch, validi alleati per quanto riguarda il monitoraggio del proprio stato di salute: telemedicina e videoconsulti, grazie alla loro capacità di fornire garanzie sulla reperibilità di medici e strutture sanitarie, sono apprezzati dal 38% della popolazione”. In questo modo, “è possibile ricevere consulenze mediche da qualsiasi luogo, riducendo la necessità di spostamenti, e ridurre i tempi di attesa, favorendo inoltre una migliore gestione delle patologie croniche attraverso monitoraggio costante e follow-up regolari”.

A questo scenario, frutto anche dell’esperienza della pandemia di coronavirus, si aggiungono poi gli effetti di una popolazione che sta invecchiando rapidamente. “Più di un terzo della popolazione ha più di 65 anni, il 39% è affetto da una malattia cronica e si stima che il 15-20% della nostra vita sia segnato da una qualche condizione di patologia”, osserva Mazzucco. In questo contesto, la medicina digitale può rivelarsi un valido alleato per soddisfare i bisogni di cittadini che magari non rientrano nei parametri classici per la sottoscri-

zione di una polizza assicurativa. “Abbiamo deciso di fornire i servizi di Blue Health Center anche in modalità stand alone, per dare una risposta concreta a una fetta crescente di clientela che può riscontrare difficoltà di accesso al mercato assicurativo per motivi di costo, salute ed età”, afferma il manager.

L'EVOLUZIONE DEL BISOGNO

L'evoluzione della domanda si riflette anche sulla tipologia di servizi offerti alla clientela. Ne è un esempio lampante il caso della salute mentale: ormai non esiste più offerta assicurativa che non abbia un qualche tipo di prestazione in questo ambito. Il gruppo Axa, ad esempio, conduce dal 2021 l'indagine *Mind Health Report*, rapporto interamente volto monitorare il benessere e la salute mentale della popolazione a livello globale. Un'attività di ricerca che si è poi tradotta in iniziative concrete per la clientela. “La nostra attenzione va anche al benessere mentale, grazie ad esempio al teleconsulto psicologico, disponibile anche in videochiamata, per un supporto a seguito di eventi traumatici, e all'accesso a sconsigliate per consulenze psicologiche online”, spiega Cazzola.

Molto attiva in questo ambito è anche UniSalute che, ricorda Gigliotti, ha predisposto un'offerta che “fa riferimento alle tematiche della digital mental health, attraverso la predisposizione di percorsi psicologici personalizzati e servizi di collegamento virtuale fra clienti e personale medico come videoconsulto, teleconsulto e chat, per offrire consulenze e strumenti di second opinion”.

A SUPPORTO DEL BUSINESS

I benefici della medicina digitale si riflettono anche sull'operatività di business. Nell'ambito della gestione sinistri, per esempio, Cazzola evidenzia che attualmente in Axa Italia “più dell'80% delle pratiche è aperto digitalmente da clienti o agenti e la procedura, anche grazie all'efficienza tecnica e operativa di Axa Caring, ci sta consentendo di dimezzare i tempi di rimborso anche attraverso l'utilizzo di tecnologie innovative come l'intelligenza artificiale per il pagamento automatico dei sinistri”. Tutto ciò, prosegue, si riflette in “un importante risparmio sul costo dei sinistri”. Riflessi positivi anche nell'ambito della distribuzione, con il 75% degli agenti della compagnia che, si sofferma Cazzola, “utilizzano i servizi di digital health all'interno dei loro speech commerciali, valutando con un punteggio di 9/10 il contributo portato da questo genere di servizi all'aumento del valore dell'offerta”.

Anche Bardelli indugia sulla gestione sinistri. “L'intelligenza artificiale ha rivoluzionato il nostro approccio, consentendoci di rimborsare sinistri semplici in qualche minuto: circa il 35% dei sinistri salute indiretti viene infatti gestito in modo automatico”, illustra il manager. Il modello, prosegue, si è tradotto in “un miglioramento significativo della customer experience, riflesso in un incremento del *Transactional Net Promoter Score*”. A ciò si aggiungono poi investimenti sulla “progressiva integrazione digitale del network convenzionato, per semplificare ulteriormente l'esperienza ai nostri clienti, abilitando l'attivazione di una prestazione diretta presso la struttura medica senza la necessità di ulteriori autorizzazioni da parte della compagnia”.

UN MERCATO PER TUTTI

Nel 2022, secondo l'ultimo bollettino statistico dell'Ivass, la raccolta assicurativa del comparto salute è ammontata a circa sette miliardi di euro. Il ramo infortuni ha registrato una crescita del 4,4% su base annua, mentre il comparto malattia ha messo a bilancio un incremento del 12,6%. “Il trend positivo si conferma anche nei primi tre trimestri del 2023 – sottolinea Ivass – con un aumento del 12,7% per il ramo malattia e del 3% per il ramo infortuni”, si legge nella pubblicazione dell'istituto di vigilanza. Il mercato presenta



dunque grandi potenzialità. “La salute rappresenta oggi la priorità per oltre l’80% degli italiani ed è indicata tra gli obiettivi fondamentali del Pnrr che prevede investimenti per 20 miliardi di euro a supporto del sistema sanitario nazionale entro il 2026”, dice Bardelli. “La telemedicina – aggiunge – è ormai una realtà: sette pazienti su dieci sono propensi a utilizzare il servizio se proposto dal proprio medico curante per il trattamento della propria patologia e la quota di chi dichiara di averne fatto ricorso è passata dall’8% del 2019 al 24% del 2022”. Nel 2023, a tal proposito, Generali Welion ha messo a disposizione un innovativo servizio di telemedicina che offre videoconsulenze da remoto agli associati di un primario fondo contrattuale, riscontrando, afferma Bardelli, “un alto tasso di gradimento da parte degli utilizzatori”.

Il mercato punta dunque molto sulla medicina digitale. “Il nostro piano di crescita si propone di portare la componente dei servizi al 10-15% del fatturato complessivo nei prossimi dieci anni e, in questo ambito, il settore della salute ricopre un ruolo fondamentale”, osserva Mazzucco. “Il nostro auspicio è che l’intero mercato possa seguirci su questa strada, che magari il lancio di Blue Health Center possa diventare un esempio anche per altre società e contribuire così allo sviluppo del comparto: il mercato è grande – conclude – c’è posto per tutti”.