

# L'EVOLUZIONE DEL SERVIZIO ASSICURATIVO

di MARIA MORO

L'INNOVAZIONE DEVE COGLIERE LA PARTICOLARITÀ DELLE ESIGENZE EMERGENTI. UN'INDICAZIONE TANTO PIÙ UTILE IN AMBITO SALUTE, DOVE LA DIGITAL HEALTH PUÒ RAPPRESENTARE UN VALORE CONCRETO PER UNA VASTA PLATEA DI ASSICURATI, A COSTI CONTENUTI

Il futuro della telemedicina si è fatto più vicino nell'ultimo anno. Alcune evidenze vissute in ambito salute hanno portato a far cadere le estreme barriere nei riguardi di servizi sanitari verso cui prevaleva ancora la diffidenza del rapporto a distanza.

Molte cose accadute nel 2020 lasceranno il segno nel tempo e una di queste è l'identificazione della casa come vero fulcro della nostra vita, luogo degli affetti, del tempo libero, del lavoro e anche della cura. Dall'altro lato, il senso di vulnerabilità che tuttora stiamo vivendo ha accentuato la richiesta di confronto sulle esigenze legate alla salute. La telemedicina e la sua relazione con il settore assicurativo è stata al centro dell'intervento di **Marco Mazzucco**, direttore vita e welfare di **Reale Group** e ad di **Blue Assistance**, intervistato dal direttore di questa rivista **Maria Rosa Alaggio** nel corso dell'Innovation Summit 2021.

Quanto accaduto in questi ultimi 15 mesi, e ancora accadrà, ha come termine di confronto un precedente quadro caratterizzato da una forte spesa privata in ambito sanitario (circa 35-40 miliardi di *out-of-pocket*), cinque milioni di persone con fragilità, un terzo di popolazione sopra i 65 anni e il 37% di italiani che sono portatori di patologie croniche o che richiedono comunque un sostegno medico frequente. È questo il background su cui si va a lavorare ora. "Non dimentichiamo - ha detto Mazzucco - che nel corso della pandemia molte persone hanno vissuto da sole e in molti casi erano abituate a incontrare il proprio il medico più volte al mese. Inoltre le attività del servizio sanitario nazionale hanno subito un rallentamento per quanto riguarda le visite di controllo e gli screening di prevenzione".

## L'OBIETTIVO È RAGGIUNGERE UN'AMPIA MASSA CRITICA

In risposta alla situazione sopra descritta, Blue Assistance ha messo in campo le soluzioni di telemedicina già implementate che si sono rivelate adatte alla situazione. "Abbiamo messo a disposizione dei clienti



Da sinistra: **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review* e **Marco Mazzucco**, direttore vita e welfare di *Reale Group* e amministratore delegato di *Blue Assistance*

delle compagnie con cui collaboriamo il consulto telefonico costante, utile a risolvere dubbi sul Covid. A questo - ha aggiunto Mazzucco - abbiamo associato i servizi di telemedicina che, pur non potendo sostituire l'intervento medico, sono stati utili a compensare le temporanee difficoltà di contatto con figure specialistiche di riferimento. Ciò è servito a dare risposte immediate tramite video consulto con pediatri, cardiologi e altri specialisti su problemi di salute che comunque si manifestavano".

Il concetto di *virtual hospital* e in generale i servizi per la salute hanno una loro ragione di essere tanto più sono in grado di parlare a una platea più ampia possibile: "l'obiettivo è realizzare servizi a costi contenuti e accessibili a una larga fascia di utenti". All'interno di questo target i primi interlocutori sono le donne, oggi *l'health manager* della famiglia, anche se si manifesta un maggiore coinvolgimento maschile sui servizi di salute digitale.

Mazzucco ha concluso guardando agli intermediari. Gli agenti, ha affermato, "devono cogliere la vicinanza del mondo dei servizi a quello delle assicurazioni. Si tratta di nuovi ambiti di business che rappresentano un'opportunità, anche perché permettono di arrivare dove attualmente le coperture hanno meno mercato".