



Shai Misan, amministratore delegato di Medic4all Italia.

Sopra, due schermate dell'applicazione di telemedicina



SBARCANO IN ITALIA I SERVIZI DELLA SVIZZERA MEDIC4ALL

Medicina a distanza per fidelizzare i clienti

I servizi possono essere più o meno evoluti, sia dal punto di vista tecnologico che medico: vanno dalla cartella clinica online (uno spazio web che raccoglie la storia medica personale), alla tessera salvavita (che contiene i dati medici personali indispensabili per i casi d'emergenza), fino a sistemi di monitoraggio del paziente a casa, con tanto di visite mediche via tv, oppure in ufficio o in viaggio, attraverso una clinica da polso (Wristclinic). Negli

Usa, sono oltre 2 mila i centri medici che utilizzano la telemedicina per assistere, a distanza, i pazienti. E l'American telemedicine association stima in 270 milioni di dollari i finanziamenti federali al settore nel 2003. In Italia, anche se la telemedicina è ancora a uno stato embrionale, è sbarcata da poco **Medic4all**, gruppo internazionale con sede in Svizzera (ma il centro ricerche è in Israele), già operativo in diversi

Paesi europei. Con un duplice obiettivo. Da una parte la pubblica amministrazione, che dovrebbe diventare il motore dello sviluppo del settore, e a cui Medic4all si rivolge come partner per la gestione e la fornitura di servizi di telemedicina. Dall'altra parte le medie e grandi imprese, cui Medic4all offre servizi di telemedicina, da utilizzare come strumenti di marketing nell'ambito di programmi di fidelizzazione, sulla scorta di quanto fatto con un accordo con l'assicurazione Uniq.

«Alcuni gruppi bancari e assicurativi, operatori di telefonia, ma anche grandi aziende industriali e realtà che si occupano di salute e benessere, come palestre e centri di fitness, stanno mostrando un forte interesse verso le nostre tecnologie», spiega Shai Misan, amministratore delegato di Medic4all Italia.

Matteo Tagliaferri

