



Salute, al 'CrossThink-Lab' di Takeda Italia si guarda al futuro

Salute, al 'CrossThink-Lab' di Takeda Italia si guarda al futuro : Roma – Prosegue il percorso di Takeda Italia verso il futuro della salute, con il 'Takeda CrossThink Lab'. L'iniziativa, che ha coinvolto importanti agenzie di comunicazione e start-up innovative nel settore del marketing e della comunicazione digitale, ha l'obiettivo di stimolare la genesi di idee e progettualità innovative attraverso lo strumento della co-creazione. Il progetto testimonia l'impegno dell'azienda nella ricerca di soluzioni innovative finalizzate al miglioramento della qualità di vita del paziente, e di nuovi servizi destinati agli operatori sanitari. Takeda CrossThink Lab, partito ad agosto 2017, ha visto la partecipazione di circa 50 aziende e la presentazione di oltre 200 proposte. A seguito di un'accurata selezione, le 27 aziende scelte hanno avuto modo di presentare i propri progetti durante la seconda fase dell'iniziativa: una giornata all'insegna dell'innovazione, che si è svolta l'8 novembre presso la sede di Takeda Italia. Durante l'evento – articolato in una Plenary Session dedicata alle 'lecture' e in una sessione dedicata ai workshop, oltre che ad alcuni spazi espositivi in cui era possibile sperimentare le tecnologie – si è parlato di Intelligenza Artificiale, Robotica, Brain Control Interface, Realtà Virtuale, Big Data in Healthcare, Healthbots, Assistenti vocali, Neuromarketing, Patient Support Program, Visione futura dell'accesso al mercato di molecole innovative e Patient Relationship Management tools. “Il Takeda CrossThink Lab s’inserisce nel processo aziendale di trasformazione digitale, partito con il progetto Digital Bootcamp, vincitore del premio Le Fonti Awards 2016”, dichiara Davide Bottalico, Head of Digital di Takeda Italia. “Oggi è fondamentale saper cogliere tutte le possibilità offerte dalla tecnologia per sviluppare e accrescere la qualità delle iniziative e delle soluzioni offerte ai pazienti e agli operatori sanitari. In quest’ottica, la collaborazione con il Procurement aziendale risulta decisiva nella continua ricerca di partner di eccellenza”. Tra le iniziative presentate, 'Look of Life' della Fondazione ANT Onlus, la più ampia realtà non profit italiana per le cure supportive e palliative domiciliari, con oltre 113.000 persone in 10 Regioni italiane e altre 4.000 assistite ogni giorno da 20 équipe multi-disciplinari. Look of life è un progetto sviluppato con la supervisione del Centro di Ricerca HIT (Human Inspired Technology) dell'Università di Padova che porta la tecnologia della realtà immersiva a casa del paziente oncologico, puntando a migliorarne la qualità di vita. “Il nostro obiettivo è quello di utilizzare la realtà immersiva per rendere più efficace la gestione del dolore e ridurre, così, lo stress psicologico e l’isolamento sociale del paziente oncologico”, ha dichiarato Raffaella Pannuti, Presidente di Fondazione ANT Onlus. “Per noi partecipare al Takeda CrossThink Lab ha rappresentato una grande occasione per testimoniare il nostro impegno quotidiano nel miglioramento della qualità di vita del malato”. Il Takeda CrossThink Lab ha visto anche la presenza di numerose start-up, tra cui Liquidweb, che ha presentato il suo 'BrainControl', un sistema tecnologico assistivo per le persone affette da patologie degenerative, lesioni e disabilità. “Con questa tecnologia, il paziente costretto a letto o su una sedia a rotelle può controllare con le proprie onde cerebrali un comunicatore o dispositivo robotico da remoto”, ha spiegato Pasquale Fedele, CEO di Liquidweb. “In particolare, il sistema permette a pazienti con gravi disabilità, dovute a patologie neurodegenerative, ischemie o traumi da incidenti, e che si trovano allettati, di comunicare con i propri familiari che si trovano in altre stanze e con gli amici. Eventi come il Takeda CrossThink Lab sono fondamentali per condividere la nostra esperienza e farci conoscere alla comunità di riferimento”. Ad ulteriore conferma dell’attenzione di Takeda verso il mondo delle più giovani aziende tecnologiche, era presente anche la pluripremiata 'Carepy', presentata dalla realtà Mercurio. Carepy è un servizio digitale che aiuta la famiglia a gestire meglio farmaci e prodotti sanitari e a seguire in maniera scrupolosa terapie e trattamenti mediante la creazione di una rete attiva di supporto, costituita da medici e farmacisti. “Carepy nasce dalla consapevolezza che, a seguito della diagnosi e della terapia, oltre il 50% dei pazienti non aderisce al proprio percorso terapeutico, determinando un dispendio economico pari a un settimo di tutta la spesa sanitaria”, ha dichiarato Davide Sirago, CEO e Co-Founder di Carepy. “A oggi il sistema è stato adottato da oltre 400 farmacie e da 300 medici e supporta circa 7 mila pazienti: in 6 mesi abbiamo

riscontrato che con la nostra tecnologia un paziente cronico riesce a migliorare la propria aderenza alla terapia del 25%”. I progetti presentati saranno ulteriormente valutati da Takeda, in vista di una possibile futura adozione e per nuove occasioni d’investimento. All’iniziativa di Takeda Italia hanno partecipato: Liquidweb, Educom, Zephyr Health, Staffitalia, Mediamed, Fondazione ANT Onlus, SPRIM, EDRA, The Digital Box, ottosunove, iCrossing Health, Tefen, Touchware, Vidienne, Papress, Innoverly, Experenti, Mercurio, QB Group, Argon Healthcare Italia, Domedica, Ketchum, Mosaicoon, Planning, Sentrix, Sics, thenewway.