

**IAMGENIUS.IT** Una nuova iniziativa promossa da Amgen, Ail ed **Europa Donna Italia**

# I bisogni dei malati di tumore accendono creatività digitale

*Caccia a soluzioni innovative per umanizzare percorsi cura, giovani talenti in campo*

■ Un tumore non si cura solo con bisturi e farmaci. Serve molto di più. E solo chi vive il percorso di malattia sa cosa vuol dire in concreto affrontare giorno dopo giorno visite, esami, controlli, viaggi quotidiani in ospedale. Sa quali sono le rinunce, gli ostacoli, i pesi da portare, e sa quanto contano piccoli dettagli pratici che sfuggono anche all'occhio clinico dei medici che si prendono cura di loro. Ora questi racconti diventeranno un motore di creatività. Parole che accenderanno le menti di giovani talenti del digitale per dar vita a soluzioni innovative con l'ambizione di 'umanizzare' i percorsi di cura. L'incontro fra questi due mondi è la sfida di 'iAmgenius', iniziativa promossa da Amgen in collaborazione con le associazioni Ail (Associazione italiana contro le leucemie-linfomi e mieloma onlus) ed **Europa Donna Italia**, la 'lobby rosa' contro il cancro al seno, con il patrocinio di Fondazione Aiom (Associazione italiana di oncologia medica). Si parte proprio dai pazienti, colpiti da tumori solidi o del sangue. Saranno loro a indicare la via. Per dargli voce è nata una piattaforma online ([www.iamgenius.it](http://www.iamgenius.it)). Uno spazio in cui, fino al 30 settembre, potranno rispondere a una semplice

domanda: «Cosa potrebbe aiutarti nella vita quotidiana?». I loro suggerimenti andranno ad alimentare un 'database' dal quale una giuria di esperti selezionerà le proposte più adatte a essere tradotte in soluzioni digitali - App e così via - e, in una sorta di staffetta ideale, il testimone passerà in mano ai 'cervelli da Silicon valley', che si sfideranno a colpi di idee. L'appuntamento per questi ultimi sarà a novembre a Roma: programmatori, sviluppatori, web designer, esperti di digital-health di tutta Italia affronteranno una 'maratona' dell'innovazione, una 24 ore di brainstorming che gli addetti ai lavori chiamano 'hackathon'. Guidati da un mentore e divisi in squadre, i giovani creativi si metteranno al lavoro. Al termine del contest, la giuria premierà le due innovazioni, una per i pazienti con tumori solidi e una per i pazienti con tumori del sangue, che più di tutte potranno fare la differenza. «Partiamo con il dare voce ai pazienti e puntiamo a un risultato concreto e in tempi brevi - spiega André Dahinden, presidente e Ad Amgen Italia - Oggi il digitale è ovunque e questa può rivelarsi una bella opportunità per il sistema sanitario».

