

IN PRIMO PIANO



LO SPECIALISTA

Il dottor **Daniele Aprile**, medico chirurgo e psicoterapeuta a indirizzo psicodinamico, è direttore sanitario dell'ambulatorio polispecialistico Nuova Città di Capurso, in provincia di Bari. Si tratta del primo poliambulatorio sociale italiano.



LA TERZA STRADA DELLA SALUTE

UNA VOLTA SI POTEVA SCEGLIERE SE FARSI CURARE IN UN OSPEDALE PUBBLICO OPPURE RICORRERE A UNO SPECIALISTA PRIVATO. ORA C'È UNA NUOVA OPPORTUNITÀ: LA **SANITÀ LOW COST**

Una borsetta, un paio d'occhiali, magari un nuovo foulard e, prima di andare alle casse, anche l'estrazione di un molare o una visita oculistica. In **Inghilterra**, l'ambulatorio o il dentista in pieno **centro commerciale** non è una fantasia: qui, infatti, le catene di supermercati Sainsbury's e Morrisons hanno integrato nei loro punti vendita anche centri di medicina generale a prezzi di saldo o quasi. Una sanità che costi addirittura meno del ticket sanitario ma che, al tempo stesso, mantenga alta la qualità, non sembra un'utopia neppure in Italia, nonostante gli strali lanciati dalla Federazione nazionale degli ordini dei medici chirurghi e degli odontoiatri (Fnomceo).

BISOGNA SAPER DISTINGUERE

«Evitiamo di fare di ogni erba un fascio» interviene il dottor Daniele Aprile, direttore sanitario dell'ambulatorio polispecialistico Nuova Città, la prima cooperativa sociale italiana ad aprire la porta alla sanità low cost. «La Fnomceo non ha mai tuonato contro una sanità meno costosa in generale, ma contro iniziative più eclatanti, per esempio quelle promosse da società on line come Groupon e Groupalia. Ciò che, secondo la federazione, gridava allo scandalo erano i **medici che facevano pubblicità a se stessi** attraverso siti commerciali, comportamento vietato dal codice deontologico, e **tariffe bassissime**, per sfruttarne l'effetto civetta e attrarre a sé centinaia di persone. Quindi poteva sorgere

anche il dubbio, insomma, che davanti a una tale folla e a fronte di simili prezzi, la qualità della visita o del trattamento andasse a farsi benedire. Al di là dei clamori, la sanità low cost in Italia comincia davvero a esistere e la Fnomceo non sta sparando

addosso a chi la sta proponendo correttamente». Una **sanità meno costosa** per tutti gli italiani, insomma, sta crescendo giorno dopo giorno, inaugurando una terza via fra pubblico e privato, che ha caratteristiche proprie, in cui non è soltanto la spesa infe-

riore a diventare il volano di un nuovo sviluppo.

UN BIVIO ORMAI VECCHIO

Fino a poco tempo fa, in tema di sanità le strade erano due: si percorreva la via del **Servizio sanitario** pubblico oppure si deviava verso lo **studio medico privato** e il libero professionista. La scelta, inoltre, diventava sentiero obbligato ogni volta che si incappava nell'odontoiatria, considerando che l'offerta pubblica, in questa categoria, è davvero poca cosa. Lungo ogni percorso esistono pro e contro, naturalmente. L'offerta pubblica è piuttosto completa, i medici sono competenti e i **ticket** da pagare mai troppo esosi, considerando che a volte è anche possibile avere alcune **esenzioni** a seconda della malattia. Le **liste d'attesa**, però, possono spesso essere interminabili e, in alcune categorie, si fa fatica a trovare lo specialista che occorre.

DAL LIBERO PROFESSIONISTA

La strada del consulto privato è molto spesso di alta qualità, non c'è quasi mai da attendere molto e i servizi e l'assistenza sono punti di forza di molti ambulatori condotti da liberi professionisti. I **prezzi**, però, sono **in continua ascesa** e non sempre alle tariffe maggiorate corrisponde una migliorata qualità. Tuttavia, il mercato della salute è piuttosto florido: nel 2008, secondo i dati offerti da I Quaderni di Monitor dell'Agenzia nazionale per i servizi sanitari regionali, in Italia le visite specialistiche a pagamento raggiungevano il



Sainsbury's e Morrisons sono due catene di supermercati inglesi che hanno integrato nei loro punti vendita anche gli ambulatori medici low cost.

COME ACCEDERE
È necessaria la ricetta rossa per accedere ai servizi low cost? «Assolutamente no» spiega il dottor Aprile. «Le strutture sono gestite da liberi professionisti in tutto e per tutto, non convenzionati con il Ssn, quindi vi si può accedere liberamente, previo appuntamento, così come si farebbe con qualsiasi specialista privato. La facilità con cui si prenota una visita è, tra l'altro, proprio uno dei fiori all'occhiello della sanità low cost.



« I centri low cost potranno facilitare la vita alle Asl perché aiuteranno a sfoltire le infinite liste d'attesa »

57,3 per cento, a fronte del 27,8 per cento con pagamento del ticket e del 14,9 per cento gratuite, per un totale del 42,7 per cento di visite nel pubblico. In cima al podio ci sono le **cure odontoiatriche** (oltre il 90 per cento a pagamento), seguite a una certa distanza dalle **visite ginecologiche** (circa il 70 per cento) e **dietologiche** (quasi il 60 per cento). Si andrebbe quindi da un professionista privato per l'impossibilità di rivolgersi altrove (odontoiatria), ma anche per instaurare un rapporto di fiducia e di confidenza. Le cose, però, stanno cambiando.

MENO SOLDI IN TASCA

Che questi ultimi anni siano caratterizzati da una **crisi economica** sensibile per tutti gli italiani, è un dato di fatto. Mese dopo mese, la fascia di cittadini che fa fatica a raggiungere la fine del mese s'ingigantisce. Di povertà vera e propria non si può ancora parlare per buona parte del ceto medio, però di una certa diffi-

coltà a far quadrare il bilancio familiare sì. E la salute ha il suo peso: secondo il Centro studi di economia sanitaria Ceis-Tor Vergata, nel 2010 oltre tre milioni di italiani hanno avuto problemi economici per le spese sanitarie e oltre due milioni e mezzo, specie in famiglie con bambini e pensionati, sono stati costretti a **rinunciare a visite, analisi o appuntamenti dal dentista**. E ora ci si mette anche il giro di vite del superticket e del minor rimbocco statale nelle casse regionali dedicate alle aziende sanitarie.

PICCOLI COSTI CRESCONO

Secondo una corposa analisi effettuata da un'équipe di ricercatori dell'Università Bicconi di Milano per AssoLowcost, l'associazione italiana delle imprese del low cost di qualità, l'italiano medio desidera la **qualità**, ma ha imparato che non sempre l'offerta più costosa corrisponde alla migliore. Il consumatore, in-

somma, si muove con sempre maggiore intelligenza aprendo nuove possibilità al marketing. «Nella **sanità** è difficile fare stime» spiega il presidente AssoLowcost Andrea Cinosi «ma poiché è **uno dei settori di punta del low cost**, non è azzardato stimare un'incidenza pari al 6 per cento della spesa sanitaria complessiva». In soldoni, quasi dieci miliardi di euro, con una crescita annua del 20-30 per cento.

DAL DECRETO BERSANI A OGGI

La nascita di questo nuovo corso ha origine dal decreto Bersani del 2006, in cui si **liberalizzavano**, tra le altre, le **tariffe** di vari settori professionali, fra cui quello dei medici. «Per noi la questione è finita lì» sottolinea polemicamente il dottor Amedeo Bianco, presidente nazionale della Fnomceo. «I medici non hanno più un tariffario vero e proprio, ma soltanto alcune cifre di riferimento che sono usate soprattutto nei

contenziosi. Come Federazione, non ci siamo attivati contro chi fa prezzi più bassi ma ragionevoli, bensì contro chi ha pensato di fare **sconti da discount** per attirare nuovi clienti nei propri studi».

UNA NUOVA POSSIBILITÀ

«Nel nostro ambulatorio Nuova Città di Capurso, una visita specialistica costa al massimo 45 euro a fronte di una media di 60-70 euro nel privato» commenta il dottor Aprile. «Siamo nell'ordine del **25-30 per cento in meno**, certo, ma costiamo sempre più del ticket sanitario, che è di 30 euro. Chi vuole spendere meno, insomma, ha sempre il suo punto di riferimento nel pubblico, mentre chi si sarebbe rivolto al privato trova una nuova offerta sul mercato». In questo ordine di riferimento si trovano le varie società che hanno pensato bene, negli ultimi cinque-sei anni (ma molte sono più giovani) di investire nella sanità low cost.



SUPERSCONTI SU INTERNET: CI SI PUÒ FIDARE?

Da fenomeno del momento a scandalo: i siti- vetrina come Groupon e Groupalia, che reclamizzano offerte scontatissime di molti oggetti e servizi, hanno puntato la loro attenzione anche sulla medicina, provocando subito un polverone. Sedute dentistiche a prezzi stracciati, tariffe per visite specialistiche scontate dell'80 per cento e così via. In campo è scesa subito la Fnomceo, con il presidente Amedeo Bianco che ha presentato un esposto all'Antitrust, perché valuti eventuali profili di pubblicità ingannevole. Il rischio, secondo la federazione, è che tali annunci veicolino nell'utente un'idea errata: se tali tariffe sono possibili, allora i professionisti che non le praticano sono dei ladri. «Noi siamo stati sempre molto aperti al tema dell'informazione e della comunicazione al pubblico sui servizi professionali» sottolinea il presidente Bianco «ma riteniamo che in questo comparto l'informazione debba essere trasparente: la tariffa di un servizio è la risultante di diverse voci di costo e di una qualità professionale che va messa in luce e valorizzata. Sconti smisurati e offerte da gratta e vinci non ottengono certo questo effetto».



DENTISTI ALLA RISCOSSA

I primi a raccogliere la sfida del low cost all'italiana sono stati gli odontoiatri, soprattutto per frenare la **fuga all'estero** dei clienti. Amico Dentista, oggi network di professionisti che opera in Lombardia in ben 12 centri, è stato il primo a proporsi con forza sulla scena già nel 2006, seguito a ruota nel 2007 da Progetto Dentale Apollonia, con cinque cliniche in Friuli-Venezia Giulia. Il terreno da arare non era piccolo: la spesa

odontoiatrica, in Italia, è per lo più a carico del cliente e proprio per questo, secondo l'Istat, meno del 40 per cento della popolazione è andato dal dentista durante il 2010, il 50 per cento non ci va da oltre un anno e il 12 per cento non ne ha mai visto uno. Considerando la crisi che avanza, è ragionevole ritenere che le assenze aumenteranno.

TUTTI PER UNO

Già nelle prime esperienze odontoiatriche low cost, è possibile intravedere il modello di

comportamento che permetterà di abbattere i costi, lasciando invariata la qualità: l'unione fa la forza. I dentisti in Italia superano abbondantemente quota 170 mila e circa **l'86,4 per cento lavora come libero professionista singolo**. Ovvio che, dovendo affrontare da soli tutte le spese, le tasse, gli oneri e i rischi, i prezzi fanno in fretta a lievitare. Un network odontoiatrico, invece, unisce un pool di medici che lavorano in una clinica comune, ottimizzando orari, presenze, prestazioni, «ma soprattutto

to sfruttando al meglio tutte le procedure operative e di acquisto di materiale e servizi per ridurre il tempo medico» afferma la dottoressa Valeria Rappini, autrice dello studio «Low cost in sanità: prime evidenze dall'analisi dei casi», realizzato dall'Università Bicconi di Milano.

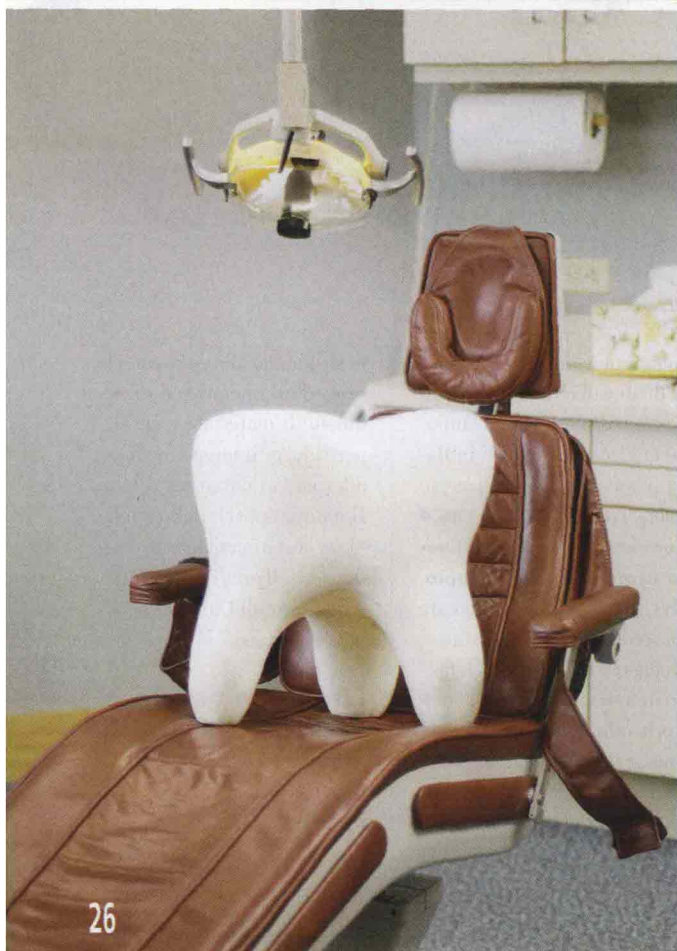
NON SOLO DENTI

La libera iniziativa comincia a prender piede e non soltanto nell'odontoiatria. Nel 2009 nasce a Milano il **Centro medico Sant'Agostino** e si costi-

LA TERZA STRADA DELLA SALUTE



La facile accessibilità e la velocità delle prestazioni sono i fiori all'occhiello della sanità low cost



tuisce la Welfare Italia Servizi con dieci centri già aperti e ben 130 previsti entro il 2015. Un anno dopo, a Capurso in provincia di Bari, ecco il Poliambulatorio Nuova Città e Medical Division, a Milano e poi a Roma, con attualmente 12 piazze italiane più altre 12 in fase d'apertura. E continuano a nascere altre realtà simili, come il centro dentale Low Cost Nuovo Sorriso nelle Marche o il Centro medico polispecialistico Vismédica, ancora nel capoluogo lombardo.

MODELLI DIFFERENTI

Dall'iniziativa imprenditoriale al business a valenza etica alla **cooperativa sociale onlus**, le società che propongono la terza via della sanità hanno comunque idee ben chiare in mente. «In confronto ad altre realtà» sottolinea

il dottor Aprile, che del centro pugliese è direttore sanitario «siamo forse un'eccezione, perché la nostra è una **cooperativa onlus**, nata da un'esperienza decennale maturata al Circolo Acli "Luisa Bissola", che forniva servizi di assistenza infermieristica domiciliare. Proprio questa esperienza ci ha fatto comprendere i bisogni del territorio, assieme al desiderio di offrire posti di lavoro».

UN OCCHIO ALLA GENTE

Capire le necessità di una zona geografica significa molte cose. «Certo» ammette il dottor Aprile. «Innanzitutto, volevamo accogliere le richieste delle fasce sociali più deboli, quelle che fanno fatica ad arrivare alla fine del mese, ma che non possono attendere i tempi del Ssn per curarsi.

Inoltre, volevamo rafforzare alcune specialità mediche che potevano essere poco presenti oppure con liste d'attesa infinite. Infine, volevamo **rendere più popolari alcune aree mediche** che sono sempre state dominio del privato e difficilmente considerate dal grande pubblico, come per esempio la psicoterapia».

**TRE PUNTI
SU CUI RIFLETTERE**

Particolare attenzione alle **fasce sociali deboli, specializzazioni rare** sul territorio, **indirizzi pochissimo coperti dal Ssn**. La triade di Nuova Città si declina, con le opportune sfumature, anche nelle esperienze delle altre società. Questa condotta orienta anche il **Centro medico Sant'Agostino** milanese, che dà ampio spazio a odontoiatria, psicoterapia e logopedia, proprio perché neglette dal Ssn. I centri di Welfare Italia Service, per loro stessa natura, sono rivolti al sociale, cercando di risolvere la sanità più critica per la comunità e reinvestendo i guadagni per aumentare il numero di offerte sull'intero territorio nazionale. Non soltanto risparmio, insomma, ma una nuova attenzione alla persona e alle sue esigenze.

**QUESTIONE
DI ATTENZIONI**

Come ammette anche il presidente di Medical Division, Saverio Rodriguez «abbiamo cambiato dei medici perché i clienti erano scontenti. Per la società è importante anche la **qualità relazionale**». Segno che in que-

Il pericolo del superfluo

Certamente meno entusiasta della sanità low cost sembra essere il dottor Costantino Troise, segretario nazionale di Anaa Assomed, l'Associazione medici dirigenti: «Anche il low cost è comunque un privato profit portato per sua natura a inflazionare la domanda, con il rischio che, proseguendo fra tagli e ticket, si favorisca una privatizzazione strisciante, rendendo il Ssn una sanità povera per i poveri». Come dire, neppure tanto fra le righe, che il rischio potrebbe essere quello di pagare meno ma di spendere alla fine di più per prestazioni che non sempre sono necessarie. Ascoltare il medico di famiglia per sapere se è il caso di far intervenire uno specialista, insomma, potrebbe essere la miglior cura per questo pericolo.

ste nuove strutture, anche quando non sono onlus, prende sempre più piede uno dei capisaldi del moderno low cost di qualità: entrare in contatto diretto con il cliente/ammalato, offrire ascolto, toglierlo dalla condizione di numero in un'anonima lista d'attesa e concedere quelle attenzioni che a volte neppure nel privato si trovano.

**A PROPOSITO
DI PREZZI**

Ma un libero professionista può aver davvero voglia di lavorare in una struttura simile? Non è più conveniente aprire uno studio? «Non sempre è facile aprire uno studio» commenta il dottor Aprile. «E comunque, se un professionista riesce a fare 10-15 visite in un intero pomeriggio, direi che di soldi se ne possono fare. Inoltre, resta sempre l'altra metà della giornata da dedicare alla propria professione privata». Inoltre, secondo l'esperienza di altre società, come per esempio il **Centro medico Sant'Agostino**,

molti medici sono attratti dalla **qualità** del lavoro più che dalla **retribuzione**.

**LA RICERCA
DELLA QUALITÀ**

La caccia al buon medico da reclutare nella propria squadra, dunque, segue vari canali ma è perseguita con costanza. Tutti i centri low cost, insomma, sono consci che l'ammalato non può essere ingannato e non per bontà d'animo, ma perché in questo caso non scatta alcun meccanismo di fidelizzazione. Come dire: se non sono ben curato, non torno. E un calo di domanda è l'ultima cosa che queste nuove strutture possono volere. Anche perché **il futuro è nella malattia cronica**, vera pecora nera per il Ssn ma grande opportunità per queste strutture.

**NESSUNA
CONCORRENZA**

Se la qualità è garantita sia dai singoli professionisti che lavorano nel low cost sia dall'azienda che ha ogni convenienza nel tenersi stretto

per anni il cliente, incuriosisce che tutte queste strutture si dichiarino prive di concorrenti diretti. Possibile che con la qualità a prezzi bassi non si pesti i piedi a nessuno? «In verità» dice il dottor Aprile «è proprio così. Non facciamo certo concorrenza al pubblico. Anzi, facilitiamo la vita delle Asl, perché **soltiamo le liste d'attesa e copriamo assenze territoriali**. Ma non siamo concorrenti neppure dei privati, perché chi ci poteva andare e si è sempre trovato bene continua a farlo per un rapporto di fiducia consolidato nel tempo. Chi invece non poteva permettersi la visita privata, continua a non potersela permettere e magari viene da noi. Ma non svuotiamo gli studi degli altri».

**IL SEGRETO
DEL SUCCESSO**

La sanità low cost, quindi, è **tutt'altro che una chimera**, anche se la diffusione di tale realtà è per adesso soprattutto nel **Nord Italia**. Ma i centri crescono e avanzano. Prezzi e comunicazione trasparenti, focalizzazione su prestazioni sanitarie che consentono sinergie, utenti liberi di valutare il servizio, **facile accessibilità** e ancor più facili prenotazioni, cura nella relazione fra medico e ammalato e uso di tecnologie e **strategie di marketing** moderne. I punti forti, sempre secondo lo studio dell'Università Bocconi, sono proprio questi. Se non si farà prendere da eccessi troppo commerciali, la terza strada della sanità italiana è già tracciata. ■

Giorgio Giorgetti