

Santagostino

Quando la sanità low cost è un'impresa di successo.

E piace al Financial Time

di GIOVANNI GENOVESE

Santagostino, come la piazza di Milano in cui è nato il Centro Medico. Dalla scelta – nel 2009 – di quel nome per il primo ambulatorio di sanità privata ad alto impatto sociale in Italia appare chiaro che gli stessi promotori, pur con grandi aspettative, non avrebbero certo immaginato di varcare i confini di quel quartiere. Oggi, a distanza di 8 anni, il Centro Medico Santagostino non solo si è esteso in tutta Milano, ma ha già fatto il salto – usando come testa di ponte Bologna – per la “conquista” di tutto il territorio nazionale.

Una formula semplice ma che evidentemente ha trovato dei bisogni esistenti nella società: «Una medicina specialistica di alto livello anche in settori poco coperti dal servizio sanitario pubblico come l'odontoiatria, la psicoterapia, la logopedia e la fisioterapia, a costi accessibili a tutti, senza liste d'attesa, attenta ai bisogni anche relazionali del paziente», sintetizza Luca Foresti, dal 2010 amministratore delegato del Santagostino. Detto così in effetti sembra interessante, ma sono i numeri a dire che il bisogno è stato correttamente letto

e interpretato. Oggi sono 12 i Centri aperti (11 a Milano e 1 a Bologna), quasi 500 i medici che ci lavorano, 110 i dipendenti, 125 gli ambulatori, crescite a due cifre di fatturato anno su anno (+43% tra 2015 e 2016), 170mila pazienti serviti. A non crescere, invece, sono stati i prezzi: sempre 60 euro per una visita specialistica, 35 euro per una seduta di psicoterapia, 35 euro per una fisioterapia, cure dentistiche a costi largamente inferiori alla media del mercato privato milanese e bolognese, esami del sangue meno costosi del ticket. «Dal 2008 a oggi la spesa sanitaria pubblica è stata tagliata», spiega Foresti, «ma l'aumento dell'età della popolazione italiana produce un aumento delle necessità: basti pensare che un over 65 spende 11 volte in sanità quello che spende un under 35. Noi ci siamo inseriti in questo

scenario e, visto che non lavoriamo per un profitto fine a se stesso ma per rispondere alle difficoltà della comunità, offriamo un canale di medicina privata di alto livello ma del tutto accessibile».

Ma come si riescono a conciliare qualità e medicina low cost? Il segreto è nella peculiare natura proprietaria del Centro e negli alti volumi erogati. Il Santagostino è il più importante investimento di Oltre Venture, società pioniera in Italia dell'impact investing. «Il nostro progetto è nato dieci anni fa sull'idea che si potessero creare imprese auto-sostenibili che affrontassero in modo migliore i bisogni sociali», spiega Luciano Balbo, fondatore e presidente di Oltre Venture, nonché presidente del Santagostino. «Non stavamo cercando ritorni colossali, vogliamo distribuire il valore che un'azienda

produce lungo tutta la filiera: l'utente, i dipendenti e gli azionisti. Stiamo cercando di fornire dei servizi molto più efficaci ed efficienti agli stessi costi del settore pubblico». Che con il Santagostino Oltre Venture abbia fatto centro lo dicono le 408mila prestazioni erogate nel 2016, contro le 7700 dell'anno di partenza e i quasi 16 milioni di fatturato del 2016, contro i 600mila euro del primo anno di vita.

Ma non c'è solo il Dna sociale a fare del Santagostino un modello di crescita, certificato anche dal Financial Times, che lo ha inserito nella classifica FT1000 – la lista delle società che sono cresciute di più in Europa. «I nostri capitali arrivano da persone che invece di effettuare donazioni a fondo perduto decidono di investire in aziende dedicate alla risoluzione di problemi emergenti. Ma per farlo, attuano strategie di

management che appartengono al settore for-profit: si circondano di personale preparato, applicano uno stile rigoroso ed efficiente, puntano alla qualità, alle economie di scala», aggiunge Foresti. «E poi, un'organizzazione del lavoro efficace ed efficiente ci aiuta a contenere i costi pur garantendo la massima qualità». Efficacia ed efficienza ottenuta anche grazie a investimenti massicci in tecnologia: prenotazioni e pagamenti online e via app, video – consulti per visite online a distanza, sistemi di gestione delle code integrati con i sistemi di prenotazione e accettazione, sistemi self-service per fare prenotazioni, accettazioni e pagamenti e – last but not least – le recensioni verificate online: i pazienti possono scrivere una recensione sulla loro esperienza. Sul sito vengono pubblicate tutte, sia quelle positive sia quelle negative (tutelando la privacy del paziente). Nel 2016 ne sono state scritte 12mila, con una votazione media che si aggira attorno a 4,5 su 5.

E ora, dopo aver conquistato la leadership a Milano (con ampi spazi per ulteriore crescita) e creato un'avanguardia a Bologna, il Santagostino – con il nome di quella piazza milanese – vuole partire, dal 2018, con l'esportazione in tante altre piazze italiane: «Vogliamo offrire ai pazienti di ogni regione lo stesso standard qualitativo, appuntamenti in tempi rapidi e orari flessibili, diagnostica accessibile, medici di grande esperienza e umanità, e luoghi accoglienti dove recarsi», dichiara Foresti. Senza però dimenticare chi magari non può permettersi nemmeno i 60 euro “calmierati”: sulla falsariga dell'antica tradizione del “caffè sospeso” napoletano (si beve un caffè e se ne pagano due, offrendo il secondo a chi non può permetterselo), i pazienti del Santagostino (ma non solo) possono donare visite e cure mediche gratuite per le persone in difficoltà economica e sociale segnalate da associazioni del territorio, come Caritas e molte altre. L'iniziativa si chiama “Un dono che cura” e dà, in particolare, la possibilità a queste persone di accedere a cure dentistiche o a percorsi di riabilitazione psichiatrica e psicoterapeutica, difficilmente accessibili anche nel Servizio Sanitario Nazionale. ♦



Il Santagostino ha lanciato una sorta di “caffè sospeso” medico. L'iniziativa si chiama “Un dono che cura” e consente agli utenti di contribuire alle spese di chi non può permetterselo



S. PEDRELLI

15,7 Mln €

il fatturato dei 12 centri attivi fra Milano (11) e Bologna (1)

+43%

la crescita del fatturato fra il 2015 e il 2016

170mila

i pazienti serviti fra il 2009 e oggi

3 giorni

l'attesa massima per avere una visita