

il caso

Offerte e ambulatori nei centri commerciali Così le cliniche diventano grandi bazar

Case di cura a caccia di clienti, tra campagne pubblicitarie e trattamenti low cost

FRANCESCO SPINI
MILANO

Dalle cliniche «low cost» agli ambulatori «smart» che cominciano a popolare anche i centri commerciali. Anche così la sanità privata prova a ingranare la marcia per rosicchiare quote di mercato al sistema pubblico. Per carità, le distanze restano abissali. Se la spesa sanitaria totale nel 2016 - ultimo anno disponibile - è pari a 151 miliardi di euro, quella pubblica ne vale 115,8 contro i 35,2 miliardi di quella privata, di cui solo il 2% è rappresentato dalle assicurazioni. Per lo più paga il cittadino, «out of pocket», si dice in gergo. «La spesa per questioni sanitarie - spiega Erika Mallarini, responsabile dell'Osservatorio consumi privati in sanità della Sda Bocconi, che

ha fornito i dati - pesa sul totale delle uscite di una famiglia per il 4,5%, poco meno del 4,7% speso per le calzature», spiega la docente, ma ben più dello 0,2% che va in comunicazioni. Se per la maggior parte degli italiani (il 79%) la cifra impiegata per curarsi privatamente si esaurisce in 15 euro pro capite mensili, c'è una fetta del 15% che spende tra 100 e 400 euro, un altro 4% spende 171 euro al mese «sostanzialmente dal dentista» mentre un 2% «va oltre i 400 euro», ovviamente per problemi complessi.

Se la spesa privata non è cresciuta molto negli ultimi anni (dal 23,9% del totale del 2012 ora è al 24,9%) si nota una certa vivacità nei servizi ambulatoriali che tra il 2012 e il 2016 sono balzati del 13%. «Questo succe-

de soprattutto dove il sistema pubblico è di minore qualità: in quel caso la gente si rivolge di più al privato e questo spesso capita di più nelle regioni dove i redditi sono più bassi», spiega Stefano Fattore, altro docente di economia della Bocconi.

«Ma stanno anche cambiando i modelli della sanità privata - spiega Mallarini - emergono sempre più le cosiddette "retail clinic", ambulatori diffusi sul territorio, che trovano spazio anche nei centri commerciali. I grandi gruppi che prima puntavano tutto sui servizi in convenzione con il pubblico, ora aumentano l'impegno nei servizi ambulatoriali privati». Troviamo così - solo per fare alcuni esempi - che il gruppo San Donato (18 ospedali, 2 centri di ricerca) nel 2015 ha inaugurato

in un centro commerciale di Stezzano (Bergamo) la prima «Corpore Sano Smart Clinic», replicata l'anno scorso all'Orio Center, dove si possono fare analisi del sangue come visite specialistiche. Comodità, affidabilità del marchio e prezzi abbordabili stanno decretando il successo dell'iniziativa che il primo anno ha visto i ricavi crescere del 15%. Esperienza che si vede anche con «Humanitas Medical Care», nato per avvicinare l'ospedale ai cittadini e diffuso in centri commerciali come quello di Arese o il Fiordaliso vicino San Donato.

Uno sviluppo che corre in parallelo con quello dei centri «low cost», dove una visita privata fa diretta concorrenza al ticket del pubblico. Il più noto è il Centro Medico Santagostino, diffuso a Milano e Bologna. «La sanità privata non cresce nei volumi d'affari perché noi abbiamo contribuito a far scendere i prezzi», dice il presidente Luciano Balbo. Fatto sta che dalla sua clinica ogni giorno passano 1.500 persone e i risultati arrivano: «Nel 2017 abbiamo fatturato 25 milioni di euro, il 40% in più dell'anno prima».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

La spesa che i cittadini fanno ogni anno per rivolgersi alla sanità privata. La quota destinata alle cure che il servizio sanitario nazionale non assicura o che offre con scarsa qualità o con lentezza insostenibile. L'85 per cento delle risorse che arrivano nelle casse delle strutture sanitarie private italiane deriva dalle casse dei cittadini e cioè non viene poi rimborsato dalle Asl. La quota di "out of pocket", secondo le ultime stime, sfiora i 40 miliardi di euro ogni anno. In gran parte si tratta di prestazioni che potevano essere coperte da formule di sanità integrativa, alle quali i cittadini non hanno potuto avere accesso.

La spesa
Per questioni sanitarie, secondo il rapporto dell'Università Sda Bocconi, ogni famiglia spende circa il 4,5% del proprio bilancio



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato