

«AI NOSTRI PAZIENTI RIUSCIAMO A GARANTIRE RISPARMI DEL 40 PER CENTO»

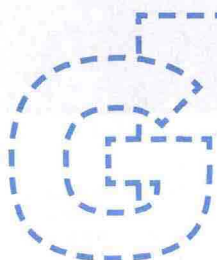
40



professioni

SI PUÒ RISPARIARE ANCHE SULLA SALUTE

Prima i dentisti della Vitaldent e dei centri Apollonia. Poi le cliniche che fanno pagare 60 euro le visite specialistiche. Arriva la medicina accessibile.



li italiani non sono tonni. Eppure con i dentisti è successo come con le tonnare: tutti a pesca per assicurarsi lauti guadagni e alla fine si è svuotato il mare. Sì, perché come ha dimostrato una ricerca dell'Università di Rotterdam, gli odontoiatri italiani e britannici sono i più cari d'Europa e hanno goduto a lungo di buona rendita. Almeno sino a quando i pazienti non hanno cominciato a farsi curare in Slovenia o in Croazia, facendo scattare l'allarme rosso. A fine 2009 circa 20 mila pazienti all'anno preferivano migrare a est. Senza contare i circa 2 milioni di italiani che, complice la crisi, hanno addirittura smesso di curarsi. Poi la svolta. Ad aprire la strada è arrivata la «rivoluzione spagnola» del network Vitaldent. E subito dopo le cliniche del gruppo Apollonia hanno eretto la barriera friulana che ha frenato l'esodo sanitario oltreconfine. «Inutile negarlo, se anche la sanità privata si è accorta che low cost è meglio, il merito va alla dura legge del mercato» commenta il

presidente del gruppo Alessandro Marini, compiaciuto di veleggiare sereno verso i 13 milioni di ricavi. «E il bello è che questo ci ha reso più efficienti, più competenti e, insomma, più credibili anche come professionisti». Sembrava impossibile. E invece questa rinnovata sobrietà è riuscita a farsi largo persino in un settore che pareva inespugnabile, cominciando a minare dalle fondamenta il vecchio luogo comune che a un'assistenza di prim'ordine debba per forza corrispondere una parcella salata. «Per fortuna oggi non è più così. Anche la sanità e i suoi professionisti, infatti, hanno capito che migliorando l'organizzazione, l'efficienza e realizzando economie di scala si possono ottenere grandi risparmi di gestione. È così che riusciamo a garantire ai nostri pazienti un risparmio medio del 40 per cento sui preventivi». Quali siano le economie di scala è presto detto: acquistando materiali in grandi volumi si riescono a spuntare prezzi migliori con i fornitori, mentre i medici si attengono a precise tabelle di marcia. «Anche le visite sono "contingentate" e più numerose» conclude Marini «ma anche questo va a vantaggio dell'efficienza: esposti a una casistica più ampia, infatti, i medici affrontano meglio e con maggiore preparazione qualsiasi problematica». La prima clinica Apollonia è stata inaugurata nel 2007 a Gemona del Friuli (Udine) e oggi il brand conta 4 cliniche nella regione e progetta di aprire un altro paio in Veneto. «Nel 2010 abbiamo raggiunto i 40 mila pazienti, molti dei quali provenienti non dall'Italia ma proprio da Slovenia e Croazia in cerca, nel nostro Paese, di materiali di qualità e garanzie di controlli adeguati».

15

tabloid panorama

professioni

«Il Primo Studio Legale in Italia aperto su strada»
A.L. Assistenza Legale

Per informazioni sul progetto
 335/54.25.253
 info@alassistenzelegale.it

Avvocati in vetrina con la medaglia del «Financial Times»

Quella che ha portato al successo il network **Al Assistenza Legale** è una filosofia semplice: poche manfrine, studi legali con vetrina su strada, preventivi precisi al cliente prima di iniziare qualsiasi pratica in tribunale. «Noi preferiamo chiamarle valutazioni estimative del costo della causa», precisa Cristiano Cominotto, presidente e fondatore insieme con Francesca Passerini della rete che, per semplificare, tutti ormai chiamano avvocati low cost. «Il cliente arriva, chiede, si fa fare un conteggio di quanto spenderà per l'intero procedimento e poi decide. Questa politica ci ha già fatto conquistare molti clienti e molta credibilità». Inaugurato nel 2008 con un «negozio» affacciato su viale Abruzzi a Milano, oggi il marchio Al conta una ventina di studi associati per circa un centinaio di avvocati attivi in tutta Italia ed è stato inserito dal *Financial Times* nel ranking (4lesimo posto) degli studi legali internazionali più innovativi.



Fondatori Cristiano Cominotto e Francesca Passerini.

Una volta individuata la ricetta, oggi l'orizzonte della sfida si sta ulteriormente ampliando. E accanto ai più importanti network odontoiatrici cominciano ad affermarsi anche cliniche sanitarie a tutto tondo dove la filosofia low cost si estende anche alla tac o alla seduta dallo psicoanalista. Possibile? Per credere, basta visitare il **Centro Medico Santagostino** di Milano, realtà uscita dal cilindro di Oltre, il fondo sociale di investimenti che fa capo a Luciano Balbo. «La nuova sobrietà si sposa benissimo con l'etica dell'assistenza sanitaria e la nostra sfida è proprio questa: fare passare il concetto che anche la medicina specialistica di alto livello può essere offerta a prezzi accessibili», spiega Luca Foresti, amministratore delegato del Centro inaugurato due anni fa. Ma siamo davvero pronti a liberarci dei luoghi comuni legati alla salute? «A giudicare dai numeri direi di sì», continua Foresti «Quella del Centro Santagostino è una tendenza in crescita costante. Oggi viaggiamo al ritmo di un migliaio di visite al giorno e la nostra forza sono quelle prestazioni che il servizio sanitario nazionale ormai non eroga più o copre soltanto parzialmente, dalla cura dei denti al logopedista».

I prezzi? Dai 60 euro delle visite specialistiche (cardiologia, dermatologia ed ecografie) scendendo sino ai 35 per una seduta di psicoterapia, circa la metà delle tariffe correnti. «Come facciamo? Naturalmente lavoriamo su grandi volumi, ma rispettando alcuni accorgimenti per riuscire a garantire sempre un'alta qualità». Ogni team specialistico del centro, infatti, fa riferimento e si confronta con i migliori professionisti della città, primari o professori universitari, «e sono sempre loro a identificare le procedure, a selezionare i dottori e a monitorare il livello delle prestazioni», continua Foresti. «Inoltre, non bisogna dimenticare che, mentre gli ospedali pubblici incassano soltanto una parte del costo della prestazione, noi possiamo contare su 60 euro reali a visita. A parità di visite possiamo contare su maggiori entrate, che possiamo reinvestire nella qualità delle strutture. Il fatto di essere sostenuti da un fondo sociale infatti ci aiuta perché non ci chiede profitti, bensì il mantenimento del capitale». Insomma, a guadagnarci è soltanto la qualità dell'assistenza sanitaria. Ponendo l'accento su una nuova filosofia di vita e di business che ha ormai definitivamente chiuso con i gaudenti anni Ottanta.

Complice la crisi economica, la globalizzazione e la facilità a confrontarsi con altre realtà grazie al web e ai voli low cost, oggi il consumatore prima di mettere mano al portafoglio vuole essere sicuro che il prezzo richiesto non sia sinonimo di spreco. «Un tempo intraprendere la carriera del medico dentista garantiva alti margini e guadagni, che col senno di poi potremmo anche definire eccessivi», commenta anche Maurizio Pedone, amministratore e coordinatore del network «Amico Dentista». «Oggi il terreno di caccia si è ridotto e c'è spazio soltanto per chi sa stare al passo

con il mercato. Noi per riuscirci abbiamo sposato il modello del franchising, mettendo radici a Milano, Varese, Como, Bergamo e Brescia. L'ultima adesione è di appena venti giorni fa e stiamo già valutando proposte a Roma e a Macerata. Evidentemente, qualcosa è cambiato». Più che l'azione solitaria, conta la rete. E anche nella sanità ha fatto la sua trionfale comparsa il gruppo di acquisto. «Noi acquistiamo i materiali negli States, ma ci riforniamo soltanto due o tre volte l'anno comprando in grandi quantità. In questo modo siamo riusciti a ottenere sconti vicini anche al 70 per cento e di conseguenza a ridurre l'importo delle parcelle». Si dice sempre che un sorriso costi poco. Per fortuna l'hanno capito anche i dentisti. (A.B.)