

Esami e visite come all'ipermercato con la crisi arrivano le carte fedeltà

Tessere sconto negli studi medici privati: obiettivo, "fidelizzare" i pazienti

ALESSANDRA CORICA

PROPRIO come al supermercato. C'è il poliambulatorio che distribuisce le carte fedeltà per i check-up, il centro che emette una tessera con sconti fino al 20 per cento e quello che ha inventato i buoni regalo. La nuova frontiera della sanità privata passa dalle fidelity card, che permettono di avere sconti su visite e analisi, simili a quelli che la grande distribuzione riserva ai clienti più affezionati. Un fenomeno in espansione, che riguarda sia i piccoli studi alle prese con la crisi sia alcune strutture accreditate con la Regione, spinta a tagliare i budget dalla spending review. Di qui quelle che gli esperti definiscono le «soluzioni strategiche creative» adottate dalle aziende, che così tentano di attirare (e fidelizzare) i pazienti — clienti.

«Il 57 per cento delle visite specialistiche, secondo l'Istat, viene fatto a pagamento — spiega Mario Del Vecchio, direttore dell'Osservatorio sui consumi privati in sanità della Bocconi — così emerge anche qui il low cost: con la crisi le aziende cercano soluzioni per un pubblico "di massa"». Al **Centro medico Santagostino** — struttura nata nel 2009 con il sostegno di Oltrenture, primo fondo di investimento sociale italiano — è stato introdotto il "Regalo salute": le tessere, valide un anno, sono da 30, 60 e 120 euro, spendibili in più tranches per visite ed esami. Tra le iniziative anche il premio "Obiettivo cura di sé" per i pazienti dell'ambulatorio, una sorta di incentivo a smettere di fumare: si tratta di un buono da 110 euro (l'equivalente della spesa media per un fumatore in due mesi) da spendere in prestazioni mediche nel vicino centro di viale Papiniano.

Alla Multimedita, holding tra Milano, Monza e Varese, hanno invece inventato le Familycard: quattro tipi (Silver, Golden, Pla-

tinum e Therapist) con prezzi dai 300 agli 800 euro. Carte prepagate, insomma, che valgono due anni: a ognuno dei quattro tipi corrisponde un gruppo di prestazioni (visite, esami, cicli di fisioterapia) con sconti fino al 47 per cento. «I servizi — spiegano a Multimedita — sono quelli che, in gergo, vengono definiti i "solventini"». Un ambito su cui la holding punta molto, grazie all'aumento del 40 per cento registrato nel 2012. «Del resto — aggiunge Del Vecchio — il rialzo dei ticket nell'agosto 2011 ha ridotto la differenza tra il costo per una visita specialistica in una struttura pubblica e quello della stessa prestazione in uno studio privato, che però ha attese più brevi ed è più flessibile».

Non solo grandi strutture, comunque: anche i piccoli centri, sia in città sia nell'hinterland, ricorrono alle strategie della grande distribuzione. Qualche esempio? Basta andare online o fare un giro di telefonate, e le promozioni su visite ed esami a pagamento si moltiplicano: alla Ricerca Medica (centro polispecialistico con due sedi, a Cusano Milanino e in via Frassinetti a Milano) si può fare gratuitamente online la Exclusive card, con sconti fino al 20 per cento sulle prestazioni. Al Poliambulatorio San Pietro, in zona Duomo, ai pazienti più assidui la direzione rilascia gratis una Fidelity Card che dà agevolazioni e accessi preferenziali, mentre alla Deltamedica (quattro poliambulatori in via Piacenza, via Sannio, a Rozzano e a San Giuliano Milanese) hanno introdotto la Deltacard: costa 10 euro, si può fare alla prima visita e dà diritto a sconti del 10 per cento sulle visite e del 20 sulle analisi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



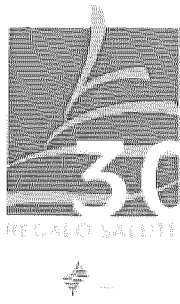
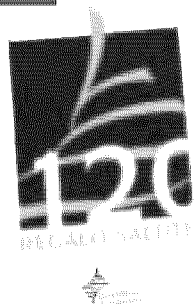
Visite con lo sconto

Tessere sconto negli ospedali e negli studi medici privati

La sanità come un supermercato carte fedeltà per visite ed esami clinici

ALESSANDRA CORICA
ALLE PAGINE IV E V

Le iniziative



SANTAGOSTINO

Il "Regalo Salute" (sopra, a sinistra) da 30, 60 o 120 euro è da spendere in diverse tranche per visite ed esami. Per chi smette di fumare c'è il buono "Obiettivo cura di sé": 110 euro in prestazioni sanitarie

MULTIMEDICA

La FamilyCard (sopra, a destra) è una carta prepagata valida per due anni. Ce ne sono di quattro tipi, con costi che vanno dai 300 agli 800 euro: permette di risparmiare sulle prestazioni fino al 47 per cento

DELTAMEDICA

La "Deltacard" costa 10 euro: dà diritto a sconti del 10 per cento sulle visite e del 20 sulle analisi nei poliambulatori in via Piacenza, via Sannio, a Rozzano e a San Giuliano Milanese

RICERCA DIAGNOSTICA

La "Exclusive Card" prevede sconti del 20 per cento sulle prestazioni e tempi di attesa ridotti. Si fa online ed è gratuita. Si usa nei centri di via Frassinetti a Milano e a Cusano Milanino

SAN PIETRO

La "Fidelity Card" del Poliambulatorio viene concessa gratuitamente dalla direzione ai pazienti più assidui. Prevede agevolazioni, accessi preferenziali, servizi allargati, trattamenti omaggio

I buoni sono anche proposti come "regalo" per amici o parenti



IL BUSINESS

Pazienti in attesa in uno studio medico

L'intervista/2

Luca Foresti, centro Santagostino: siamo diversi dagli iper

“È un consumo necessario aiutiamo a spendere meglio”



LUCA Foresti, amministratore delegato del Centro medico Santagostino, le tessere fedeltà non rischiano di rendere la sanità simile alla grande distribuzione?

«Il concetto di fidelity card è stato inventato dai supermercati per “tracciare” e riconoscere i clienti. In sanità non è così: noi sappiamo sempre chi è il paziente, non serve una tessera per “riconoscere” la sua storia».

Però la sanità così diventa un consumo al pari di scarpe o vestiti.

«La sanità è un consumo, ma non voluttuario. Ognuno si sottopone, in media, a due-tre visite spe-

Niente guerre dei prezzi, le grandi strutture possono fare economie di scala ed è per questo che sono competitive

CONVINTO

Luca Foresti è amministratore delegato del Centro medico Santagostino

cialistiche all'anno: spesa necessaria da fare privatamente o col ticket, in Lombardia sui 36 euro. Da noi le visite costano 60 euro, quelle psicologiche 35: differenza col ticket irrisoria, attese di 3 - 4 giorni al massimo».

Non si rischia che, per battere i concorrenti, si abbattano i costi a discapito della qualità?

«I prezzi sono competitivi perché in un grande centro si può fare economia di scala e razionalizzare la gestione, ovviamente senza “catene di montaggio” o visite non necessarie. I rischi sono altri».

Ovvero?

«I “prodotti civetta”, quelli che di solito si comprano con i coupon online: l'idea base è che dopo il primo acquisto a costo ridotto il paziente tornerà e pagherà il prezzo pieno. Così però il mercato viene inondato, e la qualità cala».

(al. cor.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Advertisement for Giannasi 1967 Milano, featuring a building image and text: GIANNASI 1967 MILANO TORIA S. MANA. SCONTO DEL 5% SULLA SPESA FINO AL 31 GENNAIO 2013.