

«Ma attenti agli sconti selvaggi»

S.L. BA.

simonelupo.bagnacani@gmail.com

Noi non abbiamo ricevuto segnalazioni per quanto riguarda la sanità, mentre capita spesso per i coupon per i ristoranti». Il presidente di Adiconsum, Pietro Giordano, è netto nel giudizio sulla sanità low cost: «Siamo convinti sia un buon fenomeno, le piccole prestazioni si possono prendere tranquillamente, anche perché sono professionisti e nel caso di bassa qualità l'ordine, dietro una opportuna segnalazione, può sanzionare i professionisti che non operano correttamente». Qualche attenzione è comunque sempre consigliabile, come sottolinea ancora Giordano: «Su internet poi naturalmente bisogna sempre stare attenti a non guardare solo all'abbattimento dei costi: è come nei saldi, se trovo un'offerta completamente fuori dal mercato devo stare attento. Una buona regola comunque è affidarsi a siti conosciuti che offrano una qualche garanzia e verificare le blacklist».

La posizione della Federazione nazionale degli ordini dei medici chirurghi e degli odontoiatri su queste offerte si è comunque molto ammorbidita rispetto a un paio di anni fa quando ci furono forti polemiche dopo le prime offerte Groupon. Un cambio di linea dovuto anche alle limitazioni introdotte di recente nel numero dei tagliandi. Per la Federazione rimangono comunque alcuni aspetti da chiarire, come spiega il presidente Amedeo Bianco: «Abbiamo fatto un appello all'antitrust, che non ha ancora risposto, per verificare che questo tipo di pubblicità risponda alla veridicità e trasparenza, in secondo luogo abbiamo dei dubbi sulla collocazione di queste offerte all'interno di un'indistinta offerta di servizi come trattamenti di bellezza che confonde il consumatore e autolegittima attività che non sono medi-

che». Il problema di fondo, per Bianco, è che «si tratta di offerte sostenibili solo come marketing, poi i prezzi crescono ma in questo modo si crea il grosso equivoco che il sistema nazionale costa di più perché spreca soldi. Ai nostri iscritti crediamo di fare attenzione a come viene usata la loro immagine e di non abbassare in nessun caso i livelli di qualità e di sicurezza delle prestazioni».

Su questo tema è molto attiva anche l'Associazione nazionale dei dentisti italiani, la cui categoria è una delle più attive nel low cost: «Bisogna distinguere da chi fa offerte pubblicitarie come la pulizia ma poi applica le tariffe normali per gli altri servizi, da chi offre tutte le prestazioni a costi bassissimi. Questo genere di offerte selvagge vanno prese con le pinze perché spesso non hanno qualità accettabile», spiega il segretario Andi, Nicola Esposito. «L'Andi dal 2008 ha stilato un tariffario per i clienti con le forchette di prezzo variabili al di sotto delle quali c'è qualcosa che non va: non bisogna credere a facili illusioni di chi rischia sulla salute del cittadino».

Anche dal Censis arriva qualche raccomandazione: «Oltre alle offerte di qualità ce ne sono alcune border line a metà tra benessere e sanità da valutare con attenzione e c'è chi è disposto a fornire trattamenti non indispensabili o che, addirittura rappresentano un rischio - sottolinea Collicelli - In ogni caso un effetto positivo che può essere segnalato è quello di limitare l'abuso di diagnostica ad alta tecnologia soltanto nei casi in cui è davvero necessaria». La rete dunque è disseminata di insidie anche in questo campo ma esistono anche gli strumenti per evitarle, in primo luogo il buon senso.

