

LO SCONTRO L'AZIENDA SEGNALE ALL'ANTITRUST L'ORDINE CHE IERI HA CENSURATO I MEDICI

## Groupon: «Non si può boicottare il mercato»

### Il caso Bologna

L'Ordine dei medici di Bologna ha 'processato' 15 medici perché hanno proposto offerte sanitarie sul sito Internet Groupon

#### ■ BOLOGNA

**NEL GIORNO** in cui l'Ordine dei medici di Bologna processa quindici iscritti e li censura per le offerte di prestazioni sanitarie su Groupon, il sito passa al contrattacco: «Abbiamo presentato all'Antitrust una segnalazione contro l'Ordine dei medici che sta boicottando il mercato», fanno sapere dall'azienda quotata a Wall Street. «Il costo basso delle offerte sanitarie che proponiamo non indica il costo effettivo della prestazione; i professionisti per far fronte alla crisi e per inserirsi nel mercato si stanno spostando verso il web utilizzando differenti canali di comunicazione — spiegano —. Si tratta di promozioni che durano 24 ore. Poi il medico torna ad applicare i tariffari tradizionalmente utilizzati».

**L'ORDINE** professionale emiliano, però, non ci sta. «Per ora la commissione disciplinare ha scelto di non sanzionare gli iscritti, ma solo di censurarli — spiega il presidente Gian Carlo Piza —. In caso di recidiva l'atteggiamento sarà diverso. Magari qualcuno è stato distratto o si è fatto convincere senza pensare alle norme. L'Ordine deve tutelare i cittadini: ecco perché non possiamo accettare comportamenti di questo genere». Il 'processo' bolognese è stato il primo in Italia di questo tipo, ma è Groupon che segnala come anche altri Ordini stiano «inviando ai singoli medici lettere in cui richiedono l'immediata sospensione della pubblicazione online e minacciano la sospensione dell'attività professionale». Il 'Robin Hood' del web (gli internauti chiamano così la piattaforma multimediale delle offerte a prezzi stracciati) denuncia come da tempo accada che «il nome dell'Ordine sia associato a marchi terzi come nel caso di alcune campagne di prevenzione» e che «l'Ordine può sanzionare un medico non per la mancata approvazione del messaggio pubblicitario, ma solo nel caso in cui il messaggio non rispetti le indicazioni del codice deontologico». Piza non demorde: «Da una decina di giorni faccio controllare la presenza di annunci legati alle prestazioni mediche su Groupon e le eventuali distorsioni».

**Valerio Baroncini**