

# INDICE

<b>CAPITOLO 1 MARKETING SANITARIO</b>	7
Nascita ed evoluzione del marketing	11
Marketing umanistico (marketing 4.0)	20
Marketing in sanità	31
Spesa sanitaria e Servizio sanitario nazionale	35
Regolamentazione della comunicazione sanitaria e scientifica	45
Strategie di marketing sanitario umanistico 4.0	50
Piano strategico di marketing sanitario	54
Swot analisi in sanità	60
Conclusioni	64
<b>CAPITOLO 2 BUSINESS PLAN</b>	69
Mercato di riferimento	70
Studio medico: autorizzazioni	86
Struttura societaria: le società commerciali	94
Srl, società a responsabilità limitata	96
Costituzione e conferimenti	96
Finanziamenti	98
Amministrazione della Srl	99
Scioglimento della società	100
Tassazione della Srl	101
Società tra professionisti	104
Tassazione Iva sulle procedure mediche a finalità estetica	108
Offerta di prestazioni di medicina e chirurgia estetica	114
Costi e ricavi delle prestazioni di medicina e chirurgia estetica	115
Costi e ricavi dell'affitto della sala operatoria a soggetti terzi	121
Ricavi della gestione efficiente del business dell'organizzazione sanitaria	123
Analisi economica complessiva del business dell'organizzazione sanitaria	127
Valutazioni finali	129
<b>CAPITOLO 3 WEB MARKETING</b>	133
Sito web	133
Principali canali di acquisizione	143
Parole indicizzate su Google	153

# L'AUTORE



Antonino Araco si è laureato in medicina e chirurgia all'Università degli Studi di Roma Tor Vergata nel 2000 e si è poi specializzato in Chirurgia Generale presso la stessa università nel 2006. Inizia qui il suo interesse per la chirurgia plastica, ricostruttiva ed estetica per la quale ottiene la specializzazione in Inghilterra nel 2012, conseguendo anche il Fellowship of the Royal Colleges of Surgeons (FRCS).

In quegli anni si dedica anche alle pubblicazioni scientifiche, e ad oggi è autore di 63 articoli scientifici pubblicati su prestigiose riviste internazionali, come *Plastic and Reconstructive Surgery*, *Aesthetic Surgery*, *Dermatological Surgery* e *Burns*. Siamo nel 2014 e Antonino Araco, accanto all'attività chirurgica, coltiva la passione per il diritto, tanto da arrivare a laurearsi in Giurisprudenza all'Università degli Studi di Teramo. Studi che si concretizzeranno nella pratica forense a Roma nel biennio 2015-2017.

Il dottor Araco completa la sua lunga formazione accademica nel 2023, conseguendo il master in Direzione e management delle aziende sanitarie (Madimas) alla LUM School of Management.

Antonino Araco è docente nei master di medicina e chirurgia estetica dell'Università degli Studi "Tor Vergata" di Roma e dell'Università degli Studi di Camerino. Svolge la libera professione presso gli studi Jenevi di Milano, Monza, Roma e Forte Dei Marmi.

Antonino Araco, oltre a questo libro sul marketing strategico, è autore del testo "La responsabilità medica nelle prestazioni a finalità etetica", edizioni Acta Medica.

---

## Ringraziamenti

L'autore ringrazia per la preziosa collaborazione la dott.ssa **Elisabetta Paiusco**, laureata in Giurisprudenza indirizzo economico all'Università Bocconi di Milano. Dal 2018 è Director of Operations del gruppo Jenevi Medical.

# PRESENTAZIONE

Nel dinamico e competitivo mondo della chirurgia plastica e della medicina estetica, un approccio strategico al marketing è fondamentale per garantire il successo e la sostenibilità delle pratiche. *Marketing strategico in chirurgia plastica e medicina estetica* è un libro indispensabile per professionisti del settore, imprenditori e tutti coloro che desiderano massimizzare il potenziale della propria attività.

Questo volume offre una guida pratica e dettagliata su come sviluppare un business plan efficace che includa obiettivi chiari e concreti; su come analizzare il mercato sviluppando strategie di crescita, gestendo al contempo costi fissi e variabili, oltre a suggerire metodi per ottimizzare le spese senza compromettere la qualità dei servizi offerti; su come implementare strategie di marketing che non solo attirino nuovi pazienti ma generino anche profitto, sfruttando anche il lungo periodo e le economie di scala.

Il volume tratta anche il tema, oggi cruciale, della digitalizzazione: in un'epoca in cui la presenza online è essenziale, il libro esplora come costruire e mantenere un sito web attraente e funzionale, fornendo indicazioni su Seo, parole chiave, contenuti coinvolgenti e strategie di marketing digitale per attrarre e convertire visitatori in pazienti.

Vengono discusse, infine, le strategie di utilizzo dei social media come strumenti di marketing diretto, sottolineando come interagire con il pubblico e costruire relazioni significative con i pazienti, oltre a fornire indicazioni sulle migliori pratiche pubblicitarie.

Questo manuale è una risorsa preziosa per chi desidera non solo migliorare le proprie competenze di marketing, ma anche implementare strategie concrete per attuare una crescita sostenibile e profittevole nel settore.

Sia che tu sia un chirurgo plastico affermato, un medico estetico o un imprenditore nel campo della salute e del benessere, questo libro è il compagno ideale per navigare verso il successo nel mondo competitivo della chirurgia estetica.

# BUSINESS PLAN

Il seguente prospetto economico-finanziario è stato realizzato sulla base della nostra ventennale esperienza nel business dei servizi delle prestazioni mediche a finalità estetica, nonché nella gestione di strutture sanitarie e nel coordinamento di operatori sanitari e non sanitari che permettono l'erogazione di tali prestazioni.

Le prestazioni mediche a finalità estetica hanno, rispetto a quelle delle altre branche medico-specialistiche, la peculiarità che sottostanno alle regole del mercato. Infatti, si basano sull'incontro tra la domanda e l'offerta, come qualunque altro bene o servizio.

Il fine di tale documento è pertanto quello di accrescere le performance economiche e la reputazione di un'azienda sanitaria che eroga prestazioni mediche a finalità estetica, che opera in un mercato altamente concorrenziale e dove le prestazioni sanitarie sono connotate da una elevatissima qualità. Inoltre, poiché tali prestazioni sono erogate a soggetti in buona salute al fine di potenziare il loro benessere, queste sono connotate anche da un alto rischio di contenzioso medico-legale.

Dal punto di vista di immagine, tale azienda sanitaria deve innanzitutto essere valorizzata nel suo carattere medico chirurgico specialistico e scientifico, piuttosto che da quello meramente commerciale. Pertanto, si unisce la forza reputazionale della struttura sanitaria con quella dei professionisti che vi operano, al fine di apportare un accrescimento del business e un consolidamento dell'azienda quale player regionale di riferimento.

Forniremo una dettagliata descrizione tecnico-organizzativa di gestione dei clienti/pazienti, e di selezione e gestione del personale medico e non medico. Tutto lo staff che fa parte dell'azienda sanitaria dovrà essere coinvolto professionalmente ed emotivamente nel progetto al fine di costruire un gruppo di lavoro qualificato e fidelizzato, coeso e orgoglioso di fare parte dell'azienda sanitaria e che possa guardare al futuro con fiducia.

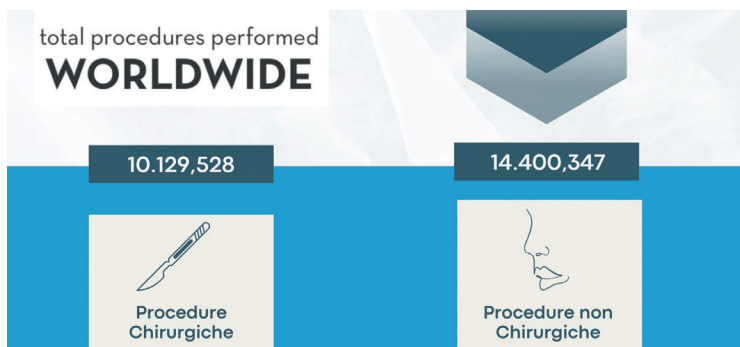
Infine, ma non da ultimo, forniremo la modalità operativa per garantire l'efficienza economica dell'azienda sanitaria inserita in un mercato fortemente competitivo, facendo leva sia sul prezzo delle prestazioni sia sull'efficienza economica e organizzativa del personale.

### **Mercato di riferimento**

Per *cosmetic surgery* si intende l'insieme delle prestazioni mediche a finalità estetica. Queste comprendono gli interventi di chirurgia plastica estetica, le procedure di medicina estetica, i trattamenti laser che utilizzano elettro-medicali e i trattamenti non medici finalizzati al completa-

mento e al mantenimento del risultato ottenuto. Nell'anno 2020 sono state eseguite nel mondo oltre dieci milioni di procedure chirurgiche e oltre quattordici milioni di procedure mediche a finalità estetica, secondo i dati riportati dalla Isaps, (International Society of Aesthetic Plastic Surgery), la società scientifica che racchiude tutte le società di chirurgia plastica e medicina estetica dei paesi più industrializzati (fig. 7).

Gli Stati Uniti d'America sono la nazione dove si sono eseguite più procedure di *cosmetic surgery*, con oltre un milione e mezzo di procedure chirurgiche e oltre tre milioni di procedure non chirurgiche (fig. 8). Seguono il Brasile, il Giappone, la Turchia, il Messico e l'Argentina. In Europa la Germania è la nazione che eroga il maggior numero di procedure, oltre un milione, seguita proprio dall'Italia a quota 830mila (fig. 9). L'analisi è estesa analiticamente alle singole procedure chirurgiche e non chirurgiche. Per quello che riguarda le procedure chirurgiche, la statistica rispecchia quella generale, con piccole variazioni (figg. 10 e 11).



**Figura 7**

Le procedure di cosmetic surgery nel mondo

## I NUMERI NEGLI STATI UNITI



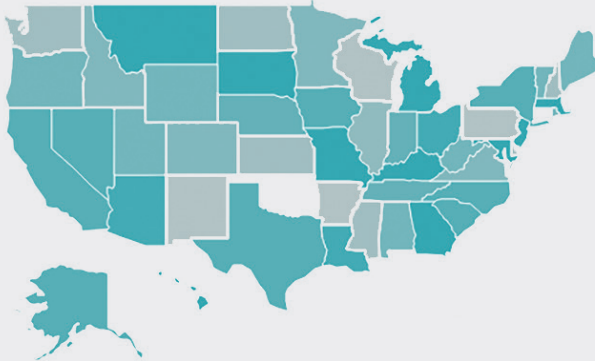
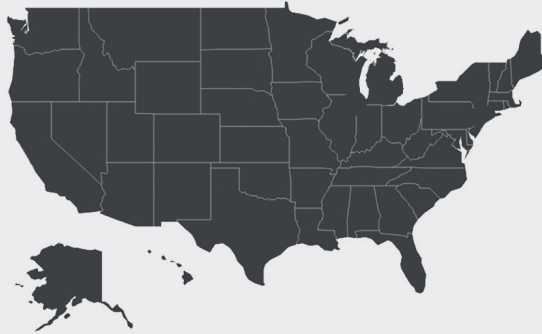
Maggior numero di chirurghi  
**7,000**  
chirurghi plastici



Il maggior numero di procedure non chirurgiche  
**3.182,185**



Il maggior numero di procedure chirurgiche  
**1.485,116**



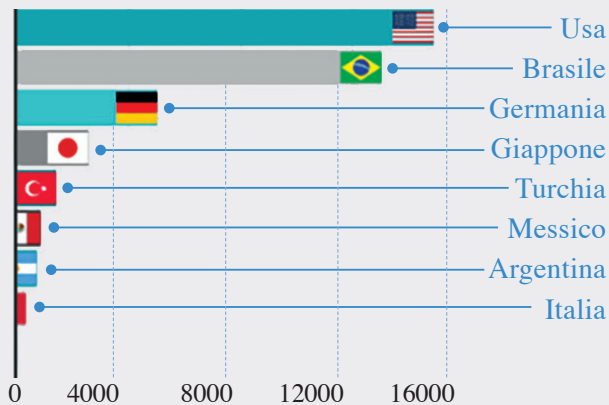
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**Figura 8**  
Cosmetic surgery, i numeri negli Usa

## I NUMERI NEL MONDO

### PAESI CLASSIFICATI PER NUMERO TOTALE DI PROCEDURE

	Paese	Procedure chirurgiche totali	%	Procedure non chirurgiche totali	%	Numero procedure	% del totale
1	Usa	1.485.116	14,7%	3.182.815	22,1%	4.667.931	19%
2	Brasile	1.306.962	12,9%	622.396	4,3%	1.929.359	8%
3	Germania	425.855	4,2%	731.883	5,1%	1.157.738	5%
4	Giappone	222.642	2,2%	835.556	5,8%	1.058.198	4%
5	Turchia	360.542	3,6%	584.935	4,1%	945.477	4%
6	Messico	456.489	4,5%	404.229	2,8%	860.718	4%
7	Argentina	284.320	2,8%	566.520	3,9%	850.840	4%
8	Italia	245.400	2,4%	585.468	4,1%	830.868	3%
9	Russia	478.200	4,7%	143.400	1%	621.600	3%



**Figura 9**

Paesi classificati per numero di procedure di cosmetic surgery





## NUMERO TOTALE DELLE PROCEDURE IN ITALIA: 830.868

### TOTALE PROCEDURE CHIRURGICHE 245.400

VISO E TESTA		SENO	
Lifting delle sopracciglia	9.516	Aumento del seno	39.276
Chirurgia dell'orecchio	6.960	Rimozione della protesi mammaria	15.840
Chirurgia delle palpebre	37.956	Lifting del seno	15.840
Lifting	11.088	Riduzione del seno	9.108
Contorno osseo del viso	2.808	Ginecomastia	5.004
Innesto di grasso (viso)	17.736	<b>Totale</b>	<b>75.108</b>
Lifting del collo	8.784		
Rinoplastica	22.452		
<b>Totale</b>	<b>117.300</b>		

PROCEDURE PIÙ COMUNI			ALTRO	
Aumento del seno	39.276	16%	Rimozione peli	27.840
Chirurgia delle palpebre	37.956	15,5%	Riduzione del grasso non chirurgica	16.800
Liposuzione	24.672	10,1%	<b>Totale</b>	<b>44.640</b>
Rinoplastica	22.452	9,1%		
Innesto di grasso (viso)	17.736	7,2%		

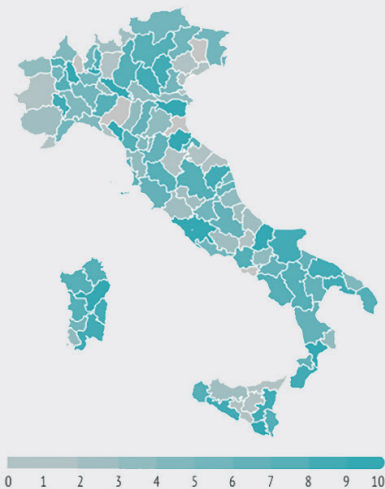
**Figura 16**

Dettaglio delle procedure, sia chirurgiche che non chirurgiche, eseguite in Italia, divise per tipologia

**TOTALE PROCEDURE NON CHIRURGICHE 585.468**

INIETTABILE	
Tossina botulinica	204.084
Idrossiapatite di calcio	12.732
Acido ialuronico	240.264
Acido poli-L-lattico	3.480
<b>Totale</b>	<b>460.560</b>

PROCEDURE PIÙ COMUNI		
Acido ialuronico	240.264	41%
Tossina botulinica	204.084	34,8%
Peeling chimico	30.648	5,22%
Ringiovanimento fotografico	22.044	3,76%



CORPO ED ESTREMITÀ	
Addominoplastica	11.712
Aumento dei glutei	2.988
Lifting dei glutei	672
Liposuzione	24.672
Lifting della parte inferiore del corpo	1.728
Lifting delle cosce	2.640
Sollevamento del braccio superiore	4.860
Labioplastica	3.720
<b>Totale</b>	<b>52.992</b>

RINGIOVANIMENTO DEL VISO	
Peeling chimico	30.648
Ablativo a pieno campo	13.908
Resurfacing microablativo	13.668
Ringiovanimento fotografico	22.044
<b>Totale</b>	<b>80.266</b>

Pertanto, nel 2024 il ricavo netto dell'azienda sanitaria sulla mastoplastica additiva passerebbe da 1.400 a 1.760 euro. Per l'anno 2025, riducendo ulteriormente le parcelle dei professionisti a fronte di un aumento del numero degli interventi, il risparmio annuo sarebbe più significativo e ammonterebbe a 246.000 euro. Ciò significa che l'azienda sanitaria avrebbe un ricavo netto aggiuntivo sulla mastoplastica additiva di 820 euro (246.000 euro di risparmio diviso per 300 interventi). Il ricavo netto dell'azienda sanitaria sulla mastoplastica additiva passerebbe da 1.400 a 2.220 euro, con un aumento di oltre il 50%.

## **Analisi economica complessiva del business dell'organizzazione sanitaria**

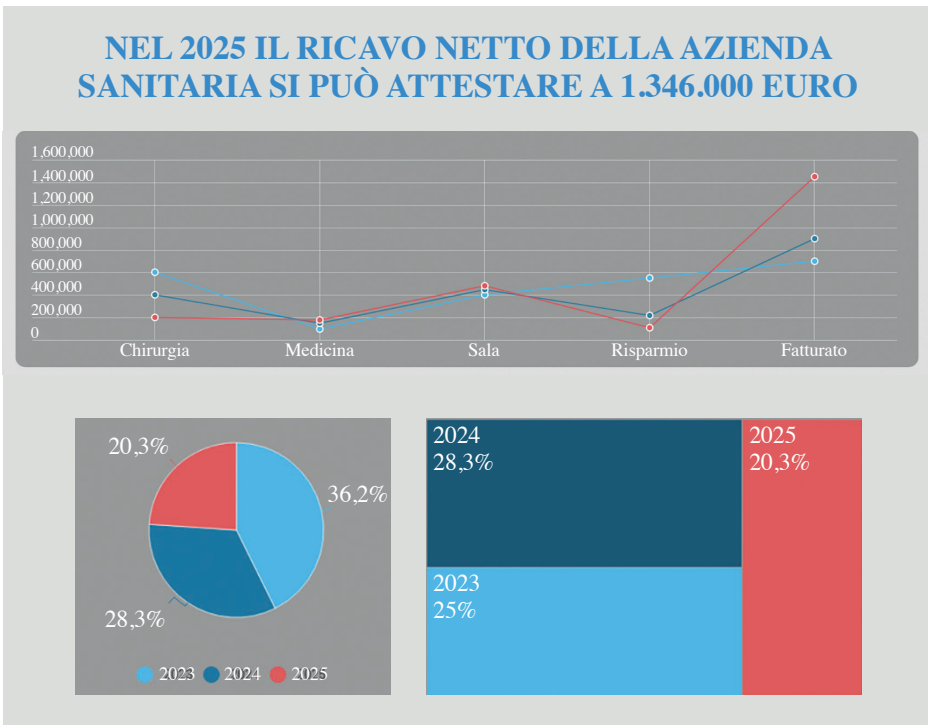
Dopo aver esaminato analiticamente tutte le singole voci del business plan, possiamo avere una visione totale del ricavo stimato nel triennio 2023-2025 (fig. 24). La curva grafica (fig. 25) ci mostra infatti che a fronte di una crescita lineare del numero degli interventi chirurgici (100 interventi nel 2023; 200 interventi nel 2024; 300 interventi nel 2025) si ha una curva di crescita esponenziale del fatturato per via della sommatoria di crescita delle singole voci del business e della forte rilevanza dell'incremento del fatturato derivante dall'ottimizzazione della gestione dell'attività. Nel 2025 il ricavo netto dell'azienda sanitaria, dunque, si può attestare a 1.346.000 euro.

**BUSINESS PLAN IN MEDICINA ESTETICA**

	Chirurgia	Medicina	Sala	Risparmio	Fatturato
2023	180.000 €	40.000 €	60.000 €	0	280.000 €
2024	360.000 €	60.000 €	150.000 €	160.000 €	730.600 €
2025	540.000 €	80.000 €	270.000 €	456.900 €	1.346.900 €

**Figura 24**

Ricavo stimato per il triennio 2023-2025



**Figura 25**

Curva grafica che compara interventi e fatturato