

IL PRESIDENTE DELLA CAO NAZIONALE
GIUSEPPE RENZO FA IL PUNTO SULLE REGOLE VIGENTI

Sulla pubblicità sanitaria a fare testo è il codice di autoregolamentazione

Mauro Miserendino

Redazione Corriere Medico Odontoiatria

Non ci sono solo la pubblicità senza controlli sui portali on line o le tariffe sottocosto del franchising; ci sono anche le cliniche low cost di frontiera, le ragazze che per strada distribuiscono enigmatici dépliant con numeri telefonici e indirizzi di singoli, spregiudicati professionisti. E altro ancora, in base alla fantasia del marketing più spregiudicato che spesso appare in antitesi alla deontologia.

Su tutti questi aspetti l'Ordine dei medici e degli odontoiatri (da qualcuno accusato di silenzio prolungato) ha negli ultimi mesi assunto un ruolo leader com'era avvenuto – di concerto con i sindacati Andi e Aio – per la questione dell'abusivismo. E ha organizzato a Udine per questo settembre un convegno dal titolo eloquente: "Pubblicità e informazione per una professione in evoluzione: osservare le regole per rispettare le persone".

Alla vigilia dell'appuntamento, il presidente della Commissione Albo Odontoiatri nazionale Giuseppe Renzo imbastisce un codice per proteggere la professione dalle pubblicità sanitarie aggressive. E invita a non dare per "demolita" la legge 175 dal decreto Bersani sulle liberalizzazioni del 2006 ma a guardare il Codice di autoregolamentazione della pubblicità allegato al Codice deontologico nel 2010.

Nella fattispecie, la sua analisi parte dalle repliche di Groupon alla denuncia dell'Andi all'Antitrust per concorrenza sleale. Secondo la multinazionale, per lassi di tempo limitati il dentista ai sensi della legge vigente può pubblicizzare le prestazioni proposte e i relativi prezzi.

INTERVIEW

Dottor Renzo, può un dentista proporsi (almeno per un periodo limitato di tempo) su un portale per rendere noto che offre prestazioni a tariffe concorrenziali oppure deve prima sottoporsi alla supervisione dell'Ordine? Quali strumenti hanno le professioni sanitarie per controllare l'applicazione del codice deontologico in tema di pubblicità?

«Il tema della pubblicità in materia sanitaria è particolarmente delicato, ma occorre chiarire subito che lo stesso articolo 2 della Legge Bersani (numero 248/06) non ha liberalizzato in senso pieno. Non è vero che tutto sarebbe consentito, come qualcuno falsamente tende a far credere. La legge, che recepisce una direttiva dell'Unione Europea, attribuisce infatti agli Ordini il compito di verificare veridicità e trasparenza dei messaggi pubblicitari. E la liberalizzazione riguarda precisi aspetti della pubblicità informativa.

«Peraltro, la stessa legge consente solo una verifica a posteriori, quando il "danno" è fatto. Ecco perché la Fnomceo ha preferito invitare gli ordini dei medici chirurghi e degli odontoiatri a instaurare un rapporto di "collaborazione fattiva" con i propri iscritti, volto a consigliare la formula corretta da usare nel veicolare un messaggio di pubblicità informativa. Tengo a dire che la Fnomceo ha espresso ripetutamente in diversi incontri con l'Antitrust la piena disponibilità

a svolgere compiti di verifica ex ante compatibilmente con il quadro normativo mutato ma la nostra offerta non ha trovato la giusta attenzione».

Però la legge Bersani consente di pubblicizzare le tariffe. O no?

«Attenzione su questo punto: se da un lato è vero che le tariffe dei professionisti possono essere pubblicizzate, dall'altro occorre sapere che le linee guida sulla pubblicità sanitaria alligate al codice deontologi-

messaggio informativo del professionista. E conseguentemente, messaggi pubblicitari "pieni" che si pongono al di fuori dell'ok del legislatore, nonché della deontologia, possono costituire elemento per l'attivazione di procedure disciplinari da parte dell'Ordine di riferimento».

Da qualche parte nei sindacati odontoiatrici, si accusa la Cao di inerzia: che cosa sta facendo la Commissione Albo nazionale sul fronte della

La legge oggi impedisce verifiche preventive, però l'ordine deve far rispettare le linee guida.

co (nonché, oltre allo stesso codice, la già citata Legge Bersani) non consentono la pubblicità in quanto tale, ma unicamente la pubblicità intesa come informazione sanitaria. La differenza è netta; in quest'ultimo contesto, è chiaro che la tariffa non può costituire l'unico elemento del

pubblicità sanitaria?

«Premessa doverosa: non credo che questa "contestazione" sia espressa dai nostri sindacati di categoria. Anzi, proprio con le attuali dirigenze nazionali si è in forte sintonia su questo ed altri temi delicati. Trovo quanto meno singolare, invece, che a muovere critiche siano singole persone che, spesso o quasi sempre, rivestono o hanno rivestito il doppio ruolo di sindacalista e ordi-

nista, anche a certi livelli. La sorpresa si traduce in sconcerto se tali critiche (ben vengano, quando sono costruttive) non si accompagnano a interventi tangibili là dove queste stesse persone (in un ambito associativo e nel contesto ordinistico di pertinenza) avrebbero dovuto o potuto fare di più».

In pratica, che cosa sta facendo la Cao nazionale sul fronte della pubblicità sanitaria?

«Anche qui è necessario fare chiarezza e non permettere strumentali esercizi dialettici funzionali a creare false aspettative.

«La Federazione nazionale degli ordini dei medici e odontoiatri non ha un potere gerarchico nei confronti degli Ordini provinciali. L'autonomia ordinistica è sancita da norme e leggi. Sono, quindi, gli Ordini provinciali che devono assumersi la responsabilità di valutare in prima persona i comportamenti dei propri iscritti.

«La Commissione albo odontoiatri nazionale a sua volta non è organo a sé stante e indipendente nel contesto Fnomceo. Quanto detto sull'autonomia ordinistica si applica dunque doverosamente e pedissequamente nelle Commissioni Albo provinciali.

«Ciò premesso, l'attività di indirizzo e coordinamento della Cao nazionale si esplica attraverso continui interventi e sollecitazioni nei confronti degli organi istituzionali nazionali. Si pensi al dialogo da tempo

aperto con il ministero della Salute, con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato e con gli stessi carabinieri della Sanità.

«Mi piace ricordare che sulla base di uno specifico parere del ministero della Salute si ritiene tuttora applicabile alle società commerciali la normativa della legge 175/92 che prevede limiti ben chiari ai messaggi pubblicitari.

«Sottolineato che il tema della pubblicità in campo sanitario è complesso per la difficoltà di attingere a regole certe, per quanto detto in termini di fattiva

sione. Finalmente possiamo dire che non si darà più alcuna copertura; che ognuno farà la propria parte secondo le previste competenze e che si attendono i primi atti tangibili.

«Non si tratta di conferire deleghe, ma porre sostanza alle affermazioni di principi da tutti condivisi. Non si dimentichi, però, che gli stessi professionisti devono essere segnalati alle Cao provinciali, a cui compete per legge e nel rispetto del codice deontologico l'azione disciplinare».

In quale misura, di fronte

metterebbe agli odontoiatri di avere la necessaria forza rappresentativa per governare i problemi a cui si fa riferimento.

«Sull'esigenza di dotare gli ordini di regole e compiti definiti, un preciso riferimento è stato fatto dal ministro della Salute Ferruccio Fazio. Nello stesso contesto, stavolta in riferimento alla lotta all'abusivismo, è emersa la volontà politica di fornire alla professione odontoiatrica, della cui specificità tutti ormai siamo più che convinti, strumenti atti a contrastare questo squallido merca-



Da Udine la Commissione Albo Fnomceo dà indirizzi ai dentisti per reclamizzarsi con criteri univoci e corretti.



collaborazione, la Cao nazionale guarda con grande attenzione all'asserita volontà espressa dai sindacati di categoria indirizzata ad "espellere" dai sindacati i professionisti scorretti. E', questa, un'ottima iniziativa che trova pieno apprezzamento e completa condivi-

a questi casi, può essere vantaggioso avere come interlocutore un ordine degli odontoiatri indipendente, o più autonomo, rispetto a quello dei medici?

«E' evidente che il raggiungimento del traguardo della piena autonomia per-

to, tutto italiano, a cui si dedicano abusivi e prestanomi. Si pensi, per capire meglio il problema, che gli odontoiatri sono ancora in larga misura liberi professionisti puri, che hanno quindi visioni e strategie diverse rispetto ai medici che ormai in maggioranza

hanno rapporti di lavoro subordinato convenzionale con il Ssn. Tolleranza zero, è stata chiesta da sempre dalla Cao nazionale».

La Commissione Albo nazionale è impegnata – e se sì qual è il suo contributo – nella predisposizione della legge sulla riforma degli ordini sanitari?

«Le nostre molteplici iniziative sviluppate negli anni, le numerose proposte di legge di riforma dell'articolo 348 del codice di procedura penale, trovano coerenza nella stesura della proposta di legge del governo di riforma degli ordini (ddl 1.142) licenziata proprio in queste settimane dalla commissione Affari sociali alla Camera e Sanità in Senato. La corsa alle rivendicazioni, oppure alle primogeniture non ci appassiona, anche nel rispetto di quanti hanno sin qui fornito il loro appassionato contributo (e dovranno impegnarsi ancora) per il raggiungimento dell'agognata autonomia rappresentativa, gestionale, amministrativa, previdenziale e politica.

«Credo che l'Istituzione ordinistica medica e odontoiatrica non abbia bisogno di vedersi riconosciuta quale artefice e promotrice di modifiche e/o emendamenti. Essa collabora – e quale organo ausiliario fornisce pareri – con il ministero della Salute e, nella fattispecie, la Commissione Albo Nazionale condivide pienamente la linea proposta dal ministro della Salute Ferruccio Fazio».

ALGINATI

Gli Alginati Major eccedono gli standard richiesti dalle norme ISO 1563. Grazie all'eccellente stabilità dimensionale, è possibile colare il modello anche dopo 5 giorni.

- Esente da polvere per un lavoro sicuro e igienico.
- Rapido tempo di imbibimento per ottenere un impasto consistente e plastico ed una facile miscelazione.
- Presa immediata per un lavoro rapido e confortevole per il paziente.
- Privo di cadmio e piombo. Eccellente biocompatibilità.
- Elevata fluidità e facilità di miscelazione.



MAJOR Prodotti Dentari S.p.A.
Via Einaudi 23 - 10024 Moncalieri To Italy
Tel +39 011 6400211 - Fax +39 011 6402325
info@majordental.com
www.majordental.com