



All'attenzione del Sig. Ministro della Salute

È un pregio sottoporre all'attenzione della S.V. Ill.ma l'approfondito elaborato, accluso alla presente, realizzato in seduta congiunta da numerosi Presidenti provinciali delle Commissioni per gli Iscritti all'Albo degli Odontoiatri, ivi evidenziando tutte le problematiche legate alla pubblicità sanitaria e alle connesse sfaccettature pregiudizievoli che si riverberano inevitabilmente a danno della salute dei cittadini.

L'allegato documento evidenzia *ictu oculi* che la legge n.175/1992 ha introdotto rigide regole sul contenuto e sul mezzo del messaggio pubblicitario, nonché il potere autorizzatorio dell'Ordine professionale da estrinsecarsi con la concessione del nulla osta preventivo alla diffusione del messaggio stesso. E che, successivamente, la legislazione italiana, con intento liberalizzatorio, è intervenuta con la legge n.248/2006, cosiddetta legge Bersani, con il cui art.2 ha autorizzato lo svolgimento della "pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto, nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio il cui rispetto è verificato dall'Ordine". Conseguentemente, senza l'abrogazione della precedente legge n.175/1992, con questo solo articolo 2 è stata eliminata la preventiva potestà autorizzativa che l'Ordine professionale esercitava per il controllo del testo pubblicitario, e, ampliando l'oggetto e i mezzi di divulgazione dell'informazione, ha reso il tutto di non facile controllo e contenimento.

Appare di tutta evidenza che, al fine di tutelare la salute pubblica, i vincoli previsti dal legislatore in capo al messaggio pubblicitario assolvono inconfutabilmente allo scopo di non far deviare la scelta dell'utenza attraverso proposte di carattere allettante.

Purtroppo, nonostante le buone intenzioni del legislatore di ammodernare il sistema pubblicitario, abbiamo dovuto affrontare uno scenario di reale ingovernabilità di informazioni sanitarie, sino ad arrivare all'assurdità di leggere notizie su terapie infondate, illusoriamente miracolose se non addirittura inesistenti o da stregoneria, nonché all'utilizzo di anarchici strumenti di divulgazione che, per la loro insita velocità di veicolazione, hanno spesse volte sedotto l'utenza coinvolgendola emotivamente in scelte terapeutiche sbagliate e pericolose in quanto dannose per la propria salute. Scelte indotte da spinte consumistiche proiettate al raggiungimento di quel personale profitto che a sua volta ha incoraggiato la costituzione di società commerciali, o comunque di strutture dove l'investimento, in contrapposizione ai valori di una decorosa professione, mira esclusivamente all'accaparramento di un ricco ritorno economico.

Inoltre, cosa ancor più grave, si deve constatare, che l'attuale sistema di controllo, sostanzialmente quello della verifica, e repressivo, quindi disciplinare, del fenomeno, si dimostra non adeguato a garantire la tutela della salute pubblica.

Questo perché le sanzioni disciplinari irrogate a posteriori perdono la loro deterrenza, sia per le lungaggini temporali dei procedimenti disciplinari, sia per la tipologia delle sanzioni applicabili. Emblematico è il caso, a tutti ben noto, della pubblicizzazione della terapia del cancro con il bicarbonato, per il quale il medico veniva radiato dall'Ordine nell'anno 2002 ed il provvedimento inibitorio sulla pubblicità veniva invece adottato dall'AGCM nell'anno 2009... sette anni dopo!

Si desidera attirare la viva attenzione del Sig. Ministro sulla circostanza che le ricadute sul piano della salute odontoiatrica della popolazione, causate da pubblicità promozionali aggressive, hanno indotto la Spagna (dove il fenomeno delle società commerciali odontoiatriche ha avuto origine) a portare la Comisión de Sanidad del Congreso de los Diputados, su sollecitazione del Consejo General de Dentistas, ad approvare un progetto di legge per regolamentare la pubblicità sanitaria e vietarne i contenuti di offerte e tariffe scontate.

Ma allora, Illustre Sig. Ministro, perché non auspicarci che anche in Italia venga adottato un provvedimento analogo? Non tanto per il decoro e l'autonomia della professione medica e odontoiatrica, bensì per il superiore interesse della salute pubblica.

Premesso tutto quanto sopra, si ritiene, infatti, necessaria ed improcrastinabile una revisione normativa dell'intero regime di libertà della pubblicità sanitaria, constatato che i valori della trasparenza, veridicità, non ingannevolezza ed equivocità sono stati prevaricati dal superiore principio della libera concorrenza di mercato e dall'illusorio ampliamento della facoltà di scelta da parte dell'utenza, con una regolamentazione quindi che abroghi integralmente le vigenti disposizioni liberalizzanti, ispirandosi anche ai principi contenuti nella sentenza del 4 maggio 2017 della Corte di Giustizia Europea, affermativi della legittimità delle limitazioni pubblicitarie a soddisfacimento dell'interesse generale della tutela della salute e della dignità professionale.

Confidando nella disponibilità massima del Sig. Ministro della Salute, i Presidenti provinciali delle Commissioni per gli Iscritti all'Albo degli Odontoiatri uniti sotto la cifra "CAO c'è", per le motivazioni esaustivamente esplicitate nell'allegato documento, auspicano che l'Autorità ministeriale possa attivarsi per l'emanazione di una regolamentazione che, *ex adverso* del decreto Bersani, faccia integrale ritorno alla legge n.175/92 che certamente, stante la rigidità formale dei suoi vincoli, è l'unica fonte normativa garantista per la salute dei cittadini, con restituzione del controllo preventivo mediante rilascio del nulla osta da parte dell'Ordine professionale.

Una potestà autorizzativa, Signor Ministro, che trova il suo fondamento nella più alta funzione attribuita all'Ordine, di essere organismo sussidiario dello Stato posto a tutela della salute pubblica.