

COMMISSIONE ALBO ODONTOIATRI

LINEA GUIDA

Il delicato settore della pubblicità della professione medica deve svolgersi secondo specifiche prescrizioni di legge (SSUU Cass. Civ. n.10151 del 14/10/1998).

Cosa prescrive la legge? Si può informare il pubblico che:

- Esiste uno specifico soggetto (persona fisica o persona giuridica) il quale possiede la speciale autorizzazione amministrativa (e quindi possiede tutti i requisiti previsti dalla legge) per poter svolgere l'attività sanitaria (nel nostro caso, odontoiatrica). Il soggetto che effettua pubblicità deve essere colui che è in possesso della speciale autorizzazione amministrativa (SSUU Cass. Civ. 5 novembre 1993 n.10942) e, nel caso di personalità giuridica, deve essere chiaramente indicato il nome, cognome e titoli professionali del medico incaricato della direzione sanitaria (art. 4 legge 175/92).

Tale soggetto può, altresì, informare il pubblico, oltre che sulle modalità attraverso le quali può essere contattato (numeri telefonici, indirizzo civico ed e-mail, giorni ed orari apertura) di specifici aspetti che riguardano la sua attività professionale. Nel dettaglio può informare circa:

- *i titoli e le specializzazioni professionali*, con valore legale ottenuti e/o riconosciuti in Italia, utilizzando l'esatta dizione degli stessi
- *le caratteristiche del servizio offerto*, cioè quali attività professionali vengono da lui svolte (a titolo esemplificativo, e non esaustivo: conservativa, o otturazioni, endodontia o devitalizzazioni, protesi, ortodonia, implantologia, ecc.)
- *il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni*, cioè senza "spezzettare" la prestazione, ma deve essere indicato il valore complessivo dell'onorario che verrà richiesto al cittadino per quel tipo di prestazione

e questo

- *secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio*

spetta alle Commissioni dell'Ordine valutare la trasparenza e veridicità del messaggio informativo, che esso non contenga alcun elemento di carattere promozionale o suggestivo, e ciò a tutela della salute pubblica.

Tutto ciò che non rientra nei punti precedenti, è vietato; così come sono vietati messaggi sleali, equivoci, ingannevoli o denigratori.

Quindi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, è vietato:

- Violare il segreto professionale (ricordiamo che, ai sensi della normativa sulla privacy, il viso è considerato al pari di "nome e cognome", cioè far vedere il viso, in maniera riconoscibile, equivale ad indicare il nome e il cognome del soggetto): tale vincolo può essere superato solo nel caso di "giusta causa" e non per il "proprio o l'altrui profitto" che è invece espressamente l'elemento caratterizzante sia il reato (vedasi art. 622 c.p.) sia l'aggravante prevista dall'art.10 del Codice Deontologico
- Utilizzare testimonials
- Pubblicizzare visite gratuite, se non in casi particolari e limitati nel tempo
- Pubblicizzare sconti
- Attribuirsi finti master e/o specializzazioni inesistenti e/o titoli non riconosciuti (ad es. "esperto")

COMMISSIONE ALBO ODONTOIATRI

- Pubblicizzare dispositivi medici (art. 21 D. Lgs. 24 febbraio 1997, n. 46 di attuazione della direttiva 93/42/CEE)
- Pubblicizzare descrivendo tecniche e/o modalità operative e/o l'uso di particolari attrezzature
- Utilizzare dizioni non corrispondenti al nominativo del soggetto autorizzato o utilizzare particolari diciture (quale, ad es. "clinica") che cercano di far intendere una particolare complessità strutturale o il possesso di ulteriori autorizzazioni che non si possiedono

Ricordiamo, infine, che esiste un limite di spesa (art. 9-bis legge 175/92) pari al 5 per cento del reddito dichiarato per l'anno precedente.

IL PRESIDENTE
Dott. Sandro Sanvenero