



FNOMCeO

Federazione Nazionale degli Ordini
dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri

*Il Presidente
della Commissione per gli iscritti
all'Albo degli Odontoiatri*

AI PRESIDENTI DELLE CAO

Oggetto: segnalazione su pubblicità sanitaria e conseguenze deontologiche derivanti da trattamento ortodontico con allineatori trasparenti – Dentek-ITA.

Cari Presidenti,

sono a porre alla Vostra attenzione una iniziativa pubblicitaria (all.n.1) promossa da una azienda del comparto odontoiatrico ricevuta da alcuni iscritti agli Albi territoriali degli odontoiatri, che ha per oggetto proposte di collaborazione nei confronti di professionisti odontoiatri riguardanti il trattamento ortodontico con allineatori trasparenti, ricercando studi generalistici presso cui appoggiare i pazienti.

In qualità di Presidente della Commissione Albo Odontoiatri nazionale non posso esimermi dall'evidenziare che tale iniziativa sembra presentare **elementi di criticità sia in relazione alla corretta diffusione della pubblicità sanitaria sia per i connessi aspetti deontologici che ne derivano**, poiché essa va a incidere sulla dignità dell'esercizio professionale dell'odontoiatra e sulle eventuali connesse responsabilità medico-legali inerenti alla diagnosi finalizzata al trattamento o alla cura.

In materia di pubblicità sanitaria l'art. 55 del Codice di Deontologia Medica dispone che **“il medico promuove e attua un'informazione sanitaria accessibile, trasparente rigorosa e prudente, fondata sulle conoscenze scientifiche acquisite e non divulga notizie che alimentino aspettative o timori infondati o in ogni caso idonee a determinare un pregiudizio dell'interesse generale. Il medico nel collaborare con le istituzioni pubbliche o con soggetti privati nell'attività di informazione sanitaria e di educazione alla salute, evita la pubblicità diretta o indiretta della propria attività professionale o la promozione delle proprie prestazioni”**.

L'art. 56 del Codice di Deontologia Medica, inoltre, prevede che “la pubblicità informativa sanitaria del medico e delle strutture sanitarie pubbliche o private, nel perseguire il fine di una scelta

libera e consapevole dei servizi professionali, ha per oggetto esclusivamente i titoli professionali e le specializzazioni, l'attività professionale, le caratteristiche del servizio offerto e l'onorario relativo alle prestazioni. La pubblicità informativa sanitaria, con qualunque mezzo diffusa, rispetta nelle forme e nei contenuti i principi propri della professione medica, dovendo sempre essere veritiera, corretta e funzionale all'oggetto dell'informazione, mai equivoca, ingannevole e denigratoria...Spetta all'Ordine competente per territorio la potestà di verificare la rispondenza della pubblicità informativa sanitaria alle regole deontologiche del presente Codice e prendere i necessari provvedimenti”.

Si rileva che l'art 1, comma 525, della Legge 30 dicembre 2018, n. 145 prevede che “Le comunicazioni informative da parte delle strutture sanitarie private di cura e degli iscritti agli albi degli Ordini delle professioni sanitarie di cui al capo II della legge 11 gennaio 2018, n. 3, in qualsiasi forma giuridica svolgano la loro attività, comprese le società di cui all'articolo 1, comma 153, della legge 4 agosto 2017, n. 124, possono contenere unicamente le informazioni...funzionali a garantire la sicurezza dei trattamenti sanitari, escluso qualsiasi elemento di carattere promozionale o suggestivo, nel rispetto della libera e consapevole determinazione del paziente, a tutela della salute pubblica, della dignità della persona e del suo diritto a una corretta informazione sanitaria”.

L'art 1, comma 536, della Legge 30 dicembre 2018, n. 145 dispone, altresì, che “In caso di violazione delle disposizioni sulle comunicazioni informative sanitarie di cui al comma 525, gli ordini professionali sanitari territoriali, anche su segnalazione delle rispettive Federazioni, procedono in via disciplinare nei confronti dei professionisti o delle società iscritti e segnalano tali violazioni all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai fini dell'eventuale adozione dei provvedimenti sanzionatori di competenza”.

Per quanto concerne, inoltre, gli elementi di criticità connessi agli aspetti deontologici derivanti dal trattamento ortodontico con allineatori trasparenti, così come prospettato dalla società in oggetto, l'articolo 3 del Codice di deontologia Medica prevede che “La diagnosi a fini preventivi, terapeutici e riabilitativi è una diretta, esclusiva e non delegabile competenza del medico e impegna la sua autonomia e responsabilità”.

L'articolo 4 del Codice di deontologia Medica dispone che “l'esercizio professionale del medico è fondato sui principi di libertà, indipendenza, autonomia e responsabilità. Il medico

ispira la propria attività professionale ai principi e alle regole della deontologia professionale senza sottostare a interessi, imposizioni o condizionamenti di qualsiasi natura”.

Ciò detto, in relazione alle criticità inerenti alla **corretta diffusione della pubblicità sanitaria**, questa Commissione Albo Odontoiatri nazionale che precedentemente ha già provveduto a intraprendere le necessarie relazioni istituzionali con il Ministero della Salute al fine di segnalare e monitorare gli aspetti sopraccitati e altri possibili risvolti, intende perseverare nell’opera di sensibilizzazione della medesima autorità vigilante in relazione alla problematica in oggetto.

Tra gli elementi di criticità connessi altresì ai suddetti **aspetti deontologici** riguardanti il trattamento ortodontico con allineatori trasparenti praticato dalla Dentek-ITA, si evidenzia che sia il piano di terapia in generale, la diagnosi e tutti gli altri aspetti clinici, sia l’aspetto economico (preventivo) vengono eseguiti e gestiti dagli specialisti interni della suddetta azienda ossia da soggetti terzi, ciò in quanto nel messaggio pubblicitario in questione si parla di previa accettazione del preventivo di spesa da parte del paziente: in tal caso vi sarebbero i presupposti per la sussistenza di una lesione dell’indipendenza e dell’autonomia professionale nella diagnosi e nella terapia, ovvero nella predisposizione del piano di trattamento.

In conclusione, alla luce delle su esposte osservazioni in riferimento alla fattispecie in esame poiché bene primario per la professione odontoiatrica resta ed è sicuramente la tutela della salute del cittadino, secondo questa Commissione Albo Odontoiatri nazionale, atteso che la diffusione di un messaggio pubblicitario può ritenersi corretta quando è volta a favorire una scelta da parte del paziente libera e consapevole di strutture, servizi e professionisti, si invitano le Commissioni Albo Odontoiatri, nell’ambito della loro competenza territoriale, a svolgere una funzione di vigilanza e controllo nei confronti dei propri iscritti rispetto ai rischi derivanti dalla suddetta iniziativa in termini di lesione dei principi etico-deontologici della libertà e indipendenza del sanitario, che ha dunque la responsabilità di seguire il paziente in tutto il percorso concernente la diagnosi e la terapia.

Cordiali saluti

Raffaele Iandolo

All.n.1

MF/CDL

Documento informatico firmato digitalmente ai sensi del T.U. 445/2000 e del D. Lgs. 82/2005