

Questo sito web utilizza cookies. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookies [clicca qui](#).

Se accedi a un qualunque elemento sottostante questo banner acconsenti all'uso dei cookies.

ACCONSENTI

# Odontoiatria33

by **edra**

Attualità ▾ Clinica e ricerca ▾ Formazione ▾ Gestione dello studio Anunci

HOME - DIDOMENICA

07 Luglio 2018

Cerca



## La pubblicità sanitaria: regolamentarla o vietarla? Questa mi sembra sia la questione da porre ... unitariamente

Che video poker, gratta e vinci, lotterie, sale bingo, siti di scommesse online e ogni altra forma di gioco d'azzardo sia un problema sociale, non è certo una novità. Così ben venga la norma proposta dal Ministro Di Maio che **vieta ogni forma di pubblicità verso le scommesse**, per evitare di sollecitare un bisogno che si è trasformato per molti in dipendenza. Magari, **la soluzione più utile sarebbe vietare il gioco d'azzardo**, ma poi ci ricordiamo che lo Stato è uno dei primi promotori e beneficiari, e grazie a questi incamera molti introiti. Secondo il rapporto dell'ufficio parlamentare di bilancio, nel 2017 lo Stato ha incassato circa 10 miliardi di euro. Meglio quindi vietarne la pubblicità, tanto così a rimetterci saranno solo le società sportive, gli editori e tutti quelli che grazie a questa pubblicità finanziano parte delle proprie attività, ma non lo Stato.

Cosa c'entra il **gioco d'azzardo con il settore dentale?**

Nulla, però **la norma contenuta nel Decreto Dignità potrebbe diventare un alleato prezioso per chi vuole abolire la pubblicità nel settore odontoiatrico**, sempre che si voglia questo. Ma lo spiego al fondo di questo lungo DiDomenica.

La domanda che pongo ora è: **sulla pubblicità in ambito odontoiatrico o sanitaria, quale è la proposta del settore odontoiatrico?**

Vietarla, modificare le regole ma consentirla, tornare al controllo preventivo dell'Ordine con queste regole, con delle nuove regole?

Quali regole?

Genericamente il settore invoca **l'abolizione della Bersani** e più nello specifico il ritorno del controllo preventivo da parte degli Ordini. Ma il controllo sulla base di quali norme? Secondo l'articolo 56 del **Codice di Deontologia medica** -le norme più restrittive ma non tanto diverse da quanto sentenze ed altro impongono alle società- in tema di pubblicità si può fare molto:

L'OFFICE  
MANAGER  
NELLA TUA  
CLINICA

—  
Coltiva le  
tue risorse  
per far  
crescere il  
tuo studio

DOMI

SCOPRI IL  
MASTER  
FULL TIME

presentare i titoli professionali e le specializzazioni, l'attività professionale, le caratteristiche del servizio offerto e l'onorario (quindi il costo) relativo alle prestazioni, consentita anche la pubblicità comparativa. L'art.54 consente poi, giustamente, al medico ed al **dentista**, la possibilità di effettuare prestazioni gratuite salvo che queste non siano finalizzate ad accaparrare clientela, e questo vale per tutti: catene o piccolo studio che non fa pagare la prima visita, anche se non lo pubblicizza.

Consiglio di leggere quanto il dott. **Mario Grossi**, presidente della Consulta deontologica FNOMCeO [aveva spiegato ad Odontoiatria33](#).

Torniamo alla questione di **quale sia la proposta del settore odontoiatrico in tema di pubblicità**, le richieste da consegnare alla politica. Immaginiamo **l'On. Rossana Boldi**, che è anche **dentista**, interpellata dai colleghi parlamentari che gli chiedono come il settore la pensa. Quale posizione potrà riportare?

Leggendo come **dentista** Odontoiatria33, **in queste settimane l'On Boldi in tema di pubblicità è venuta a sapere** della richiesta di **ANDI** fatta al Ministro Di Maio di regolamentare la pubblicità, quella di CAO C'è (una "corrente" della CAO nazionale, ma essendo la CAO un organo istituzionale e non un sindacato può avere correnti?) di reintrodurre il controllo preventivo dell'Ordine, e l'attivazione della Commissione pubblicità della FNOMCeO per elaborare una proposta che reintroduca la verifica preventiva da parte dell'Ordine e ridefinisca le caratteristiche del messaggio pubblicitario.

Quindi l'On. Boldi ed i suoi colleghi parlamentari si ritroveranno, come sempre, a dover ricevere la "processione" di vari soggetti, più o meno autorevoli e più o meno rappresentativi del settore **odontoiatrico**, che proporranno interventi più o meno simili.

E **la politica come si comporterà?** Si schiererà con uno di questi soggetti **appoggiando** la sua proposta, farà la **sintesi** delle proposte oppure metterà quelle proposte nel **cestino** pensando: "se non sanno loro cosa vogliono, perché ci devo perdere tempo io?" E poi in Parlamento, a bussare, ci sono anche **coloro che la pubblicità vogliono continuare a farla** e che attraverso i propri lobbisti cercheranno di convincere la politica che la pubblicità serve a creare concorrenza e fare costare meno le cure.

Per fare "l'alternativo" (il ruolo della stampa è anche quello di sollecitare, proporre) **mi permetto di suggerire** una proposta che non ho sentito avanzare dai rappresentanti del settore ma che su Facebook e tra i **dentisti** è quella più evocata: **vietare completamente la pubblicità delle prestazioni sanitarie/odontoiatriche**. Non per limitare la concorrenza tra i professionisti (questo era lo spirito della Bersani), ma perché **una cura non è un servizio da promuovere ma una necessità**: tutti noi eviteremo volentieri di stare male, di doverci fare curare a nostre spese.

E poi **la pubblicità non può essere informativa, la pubblicità crea un bisogno**, suggerisce una soluzione, la più conveniente per chi vende il servizio o il prodotto pubblicizzato. Le informazioni di servizio danno indicazioni su dove opera lo studio, i recapiti, anche i costi, **ma non sono una pubblicità**, fare passare che sono la stessa cosa è ingannare il paziente.

Peraltro **per vietare la pubblicità sanitaria**, o solo quella **odontoiatrica**, **basterebbe convincere il Ministro del Lavoro Luigi Di Maio**, e la politica, ad aggiungere al fondo all'articolo del Decreto Dignità sulla pubblicità dei giochi d'azzardo una frase tipo: **le stesse norme si applicano anche alla pubblicità in abito odontoiatrico per evitare ogni forma di condizionamento e di promozione economica di un atto medico**.

Una strada che renderebbe inutile perfino l'abolizione dell'articolo 2 della **Bersani** che, peraltro, **riguarda tutte le professioni** e non solo quella **odontoiatrica**. Quindi la sua abolizione dovrebbe essere condivisa anche dai rappresentanti delle altre professioni protette.

Non sarebbe più logico, ed utile, che **il fronte del NO si parlasse decidendo quale richiesta portare**, quale modifica legislativa fare apportare ed eventualmente quale nuova norma introdurre?

Una proposta da portare, unitariamente, alle istituzioni magari facendola recapitare all'Ordine, oggi diventato organo sussidiario dello Stato.

Altrimenti il rischio è che il tema della pubblicità **rimanga un argomento buono per farsi belli con la pancia della categoria**, fare la corsa a chi raccoglie più firme virtuali o come nel caso di Odontoiatria33, ottenere molti click ogni volta che si parla dell'argomento. Un po' come succede con i video dei gattini sui siti d'informazione.

f t G+ in

Tag



**B<sup>2</sup> =** **BEVELO**  
 Supporto allo sviluppo  
 Supporto agli obiettivi di business della vostra struttura  
 Educazione d'impresa in odontoiatria  
 Strumenti di supporto alla scelta d'impresa  
 Servizi di business academy  
 SCOPRI DI PIÙ SU BEVELO >

## Annuncio in Evidenza

21 Giugno 2018

**Cercasi deposito dentale per distribuzione prodotti in Italia e lancio nuovo prodotto**

Produttore internazionale, specializzato in matrici sezionali cerca deposito per distribuzione prodotti per l'Italia e lancio nuovo

## Speciale in Evidenza

28 Giugno 2018

**Nuove acquisizioni in tema di placca batterica: come modificarla per renderla meno aggressiva**

Il microbiota orale: i mezzi per diminuirne la patogenicità al fine di salvaguardare tessuti dentali e parodontali



**Odontoiatria33**  
 NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO SULLA PRIVACY cosa cambia per lo studio odontoiatrico  
 Videoformazione di 60 minuti  
 ECM Autoformazione  
 10,00 EURO IVA 22% INCLUSA  
**GDPR**

**medikey**  
 Per ricevere la nostra newsletter, entra a far parte della community