



FNOMCeO

FNOMCEO 30/05/11
RGP.0004573 2011
CI. 15.01/13

Roma,

Prot. N°:

Rif. Nota:

Resp. Proced.:

Resp. Istrut.:

OGGETTO:

*Collaborazione ANDI-
MENTADENT mese della
prevenzione dentale*

PREG.MO

DOTT. BARTOLOMEO GRIFFA

***PRESIDENTE DELLA COMMISSIONE PER GLI ISCRITTI
ALL'ALBO DEGLI ODONTOIATRI***

INDIRIZZO E-MAIL: PERSONALE

E.P.C.

***AI PRESIDENTI DEGLI ORDINI PROVINCIALI DEI MEDICI
CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI***

INDIRIZZO E-MAIL: LORO SEDI

***AI PRESIDENTI DELLE COMMISSIONI PER GLI ISCRITTI
ALL'ALBO DEGLI ODONTOIATRI***

INDIRIZZO E-MAIL: PERSONALI; ORDINI

Il Presidente della CAO di Torino, Dott. Bartolomeo Griffa, ha riproposto il tema della rispondenza ai principi deontologici della iniziativa concernente la collaborazione tra l'ANDI e la MENTADENT per il mese della prevenzione dentale.

Il tema che riguarda la professione odontoiatrica è stato portato su esplicita richiesta del Dott. Giuseppe Renzo, Presidente della CAO Nazionale, che firma insieme a me questa comunicazione, all'attenzione del Comitato Centrale considerando che queste iniziative di informazione e prevenzione riguardano numerosi settori anche della professione medica.

Il problema è quindi di carattere generale per cui abbiamo ritenuto opportuno trasmettere la risposta a tutti i Presidenti degli ordini ed a tutti i Presidenti CAO.

Il tema è estremamente delicato, in quanto non può considerarsi negativo in modo aprioristico l'obiettivo di fornire esaustive informazioni sulla migliore tutela della salute al fine di permettere scelte consapevoli ai cittadini in merito alla prevenzione di possibili patologie permettendo di privilegiare

percorsi diagnostico terapeutici adeguati alle finalità da perseguire.

Queste campagne di informazione e prevenzione, però, n assumono spesso caratteristiche promozionali, troppo dirette a consentire una forma di competizione tra gli informatori e veicolo pubblicitario per attività di tipo commerciale (ed è il caso sottoposto all'esame), costituendo una prevaricazione rispetto all'interesse generale della tutela della salute.

Altro aspetto che spesso si accompagna alle campagne di prevenzione e di informazione è quello dell'offerta di una prima visita gratuita che da un lato permette certamente al cittadino di avere riscontri ed informazioni sulla sua situazione ma che dall'altro troppo spesso viene a costituire un'evidente violazione dell'art. 54 ultimo comma del codice di deontologia che testualmente prevede: " il medico può in particolari circostanze, prestare gratuitamente la sua opera, purchè tale comportamento non costituisca concorrenza sleale o illecito accaparramento di clientela".

Una ulteriore criticità che si accompagna alle iniziative di formazione e di prevenzione è spesso l'offerta da parte degli sponsor di prodotti e di gadgets che in realtà contribuiscono a rendere meno trasparente e serio lo scopo di tutela della salute che dovrebbe improntare le iniziative stesse.

La Federazione intende con responsabilità, procedere a trovare una linea di equilibrio e di bilanciamento che, da un lato non preveda l'anacronistico divieto di svolgere qualsiasi attività di prevenzione e informazione tramite accordi trasparenti con imprese e ditte commerciali, ma che, fondamentale dall'altro, tuteli i principi deontologici che sono posti poi a tutela, in primis, della salute pubblica e poi della dignità e del decoro della professione.

Per quanto riguarda in particolare il mese della prevenzione dentale, che viene svolto da quasi trent'anni da parte dell'ANDI è giusto notare l'impegno a migliorarne la compatibilità deontologica attraverso l'istituzione di un apposito numero verde che impedisce sostanzialmente la diretta promozione del singolo professionista rinviando il cittadino ad una scelta tra gli studi ed i professionisti vicini aderenti all'iniziativa.

Rimangono però, certamente aspetti critici, come ad esempio, la distribuzione di prodotti commerciali e l'offerta di attività di sbiancamento dentale che certamente poco hanno a che vedere con una vera tutela della salute orale della cittadinanza.

Come già detto, il mese della prevenzione dentale costituisce soltanto un esempio, di una diffusa prassi che in campo sanitario sta producendo il proliferare di iniziative che, mascherate da informazione della cultura e promozione della prevenzione, costituiscono invece forma evidenti di pubblicità di prodotti commerciali insieme alla promozione dell'attività di singoli iscritti agli albi o di strutture sanitarie, svolta anche a mezzo di "redazionali", di interviste e di passaggi televisivi .

La tematica del ruolo dell'Ordine e delle sue funzioni di vigilanza in questo delicato settore è estremamente complessa, anche in considerazione di un quadro normativo di difficile interpretazione che vede un indubbio conflitto tra le tematiche della tutela della libera concorrenza e quelle della difesa della salute dei cittadini.

Gli strumenti in uso all'Ordine risultano superati; soltanto la condivisa visione politica del Ministro della Salute che affida nuovi compiti e ruoli con la legge delega approvata dal Governo potrà consentirci una adeguata regolamentazione.

Il Comitato Centrale sta approfondendo, nel frattempo, anche attraverso l'opera di un'apposita commissione di studio, l'ipotesi di adeguare le linee guida sul tema della pubblicità dell'informazione sanitaria con principi e criteri che consentano di valutare correttamente le campagne di informazione e di prevenzione sulla base dei principi deontologici ma anche in considerazione di dati normativi e giurisprudenziali che possano confortare e rendere cogenti i principi deontologici stessi.

Ci riserviamo, pertanto, di ritornare su questo argomento attraverso la predisposizione di una comunicazione che espliciti più in dettaglio gli orientamenti deontologici e giuridici cui abbiamo fatto riferimento.

IL PRESIDENTE CAO NAZIONALE
Giuseppe Renzo

IL PRESIDENTE
Antonio Bianco