

## **Pubblicità ingannevole**

Penso sia giunta l'ora di prendere una posizione chiara e ferma su un fenomeno che sta svilendo la nostra professione al rango commerciale del venditore di detersivi; lungi da me l'intenzione di offendere qualcuno, ma il rapporto tra l'odontoiatra e il paziente è qualcosa di molto diverso e va al di là del mero costo della prestazione.

Il paziente, quando sceglie un odontoiatra, si affida totalmente, non potendo in alcun modo controllare il suo operato, stabilendo con il professionista un rapporto basato sulla fiducia. I veri professionisti, proprio per questo, hanno un enorme obbligo di onestà e responsabilità, avendo a che fare con la salute di una persona che si mette nelle loro mani.

Tutto questo è deteriorato e svilito dalla pubblicità che vediamo affissa sempre più spesso sugli autobus, nei supermercati e un po' ovunque, in cui viene barattato il rapporto di fiducia medico-paziente con prestazioni sempre più a buon mercato (o addirittura gratuite) per ingannare il paziente, convincendolo ad iniziare le cure, per poi "strangolarlo" con finanziamenti o altro, spesso organizzati dagli stessi finanziatori di questi centri low cost.

Mi è capitato di parlare con qualche titolare di questi centri e alla domanda di come facessero a dormire tranquilli la notte mi è stato risposto: "business is business!" (perché dicendolo in inglese fa più marketing); avendo fatto molti corsi di marketing, come li sanno fare solo negli States, dedicando tempo e denaro, questi, poi, andavano messi a frutto.

Ma, nulla di tutto questo ha a che fare con la salute del paziente!

La mia più grande preoccupazione, però, riguarda l'altro fenomeno, ben più grave, della diffusione di questa stessa mentalità tra noi liberi professionisti.

Ho sentito dire da stimati colleghi che dobbiamo difenderci; e questo è giusto!

Ma quello che propongono è di mettere in atto quelle stesse strategie di marketing utilizzate dai centri *low cost*; e questo, secondo me, è tragico!

Infine, ci sono i vecchi mali dell'abusivismo, che si intrecciano con gli interessi di queste nuove società, che vogliono investire in servizi sanitari, perché rendono più di qualsiasi altro investimento.

Vi allego un documento che mi ha inviato il Dr. Giuseppe Renzo, presidente CAO, da cui si evince chiaramente il livello mortificante al quale siamo arrivati in questi ultimi anni.

Penso proprio sia giunto il momento di fare qualcosa e ne abbiamo la possibilità sottoscrivendo la petizione popolare su "change.org" da Gilberto Triestino, contro la pubblicità sanitaria ingannevole.

<https://www.change.org/p/presidente-della-repubblica-stop-pubblicità-medico-od-privato-parere->

correttezza-ordine-medici-tutelare-salute

A questa petizione hanno aderito tutte le società scientifiche del CIC, compresa la nostra, e gran parte del mondo odontoiatrico; ma la cosa veramente importante consiste nel farla arrivare ai diretti interessati, i nostri pazienti, purtroppo le vere vittime di tutta questa faccenda.

**Augusto Malentacca**