



Commercializzazione dei dati in sanità: interviene la FNOMCeo

Data 29 maggio 2006
Categoria professione

Interviene la Federazione nazionale degli ordini dei Medici sulla commercializzazione dei dati in sanità.

La Federazione degli Ordini dei Medici ha dibattuto l'argomento durante il comitato centrale di venerdì 26 maggio 2006. Aprire un confronto strutturato tra FnomCeo, associazioni professionali mediche, Ministero della Salute, autorità Garante per la privacy e industria farmaceutica per definire un utilizzo etico dei dati 'sensibili' dei cittadini e regole trasparenti per i professionisti e per tutti gli operatori della sanità . E' quanto si propone la Fnomceo, dopo la riunione del Comitato Centrale, venerdì a Milano. La Fnomceo ha seguito con interesse il dibattito emerso negli ultimi giorni sul commercio dei dati in ambito di cure primarie, la proprietà dei dati e la riservatezza sia del cittadino, sia del professionista. La Fnomceo guarda con preoccupazione ad eventuali iniziative di schedatura dei professionisti finalizzate ad iniziative di marketing aggressive e in contraddizione con il valore deontologico dell'appropriatezza dell'uso delle risorse. La Federazione degli Ordini dei medici si propone di affrontare questo tema nella prossima riunione del Codice di Deontologia medica prevista entro il 2006.

Commento di Luca Puccetti

Non è consentito commercializzare i dati, ancorché anonimi, relativi ai pazienti, indipendentemente dal destinatario della cessione.

E' consentito il pagamento dell'opera intellettuale relativa all'analisi dei dati raccolti, fatta salva la assoluta impossibilità nell'elaborato ceduto di risalire alle persone che li hanno originati. A tal fine, per non incorrere in eventuali contestazioni è bene ottenere dagli assistiti un consenso ad hoc in cui l'assistito consenta al medico di poter effettuare analisi dei propri dati, resi anonimi, al fine di redarre elaborati statistici clinici, epidemiologici di cui il medico può disporre la cessione a terzi anche a scopo di lucro. Occorre distinguere poi tra cessione o diffusione di dati e richieste di pareri professionali su slogan per tecniche di marketing, di motivazioni prescrittive generiche e non riferite a persone, ma a abitudini medie del medico, per valutazioni sul profilo di efficacia e tollerabilità di farmaci. Questa attività di consulenza è del tutto diversa e non presenta, ovviamente, alcun problema sia sotto il profilo deontologico che sotto quello legale.