



Pubblicità sanitaria non trasparente: condanna

Data 01 febbraio 2025
Categoria professione

Apprendiamo dalla stampa che la Cassazione (n. 25820/2024) conferma la sanzione inflitta ad un odontoiatra che proponeva con pubblicità ingannevole sconti non specificati e dispositivi su misura non consentiti.

Un odontoiatra, già sanzionato in passato, veniva nuovamente sanzionato dal suo Ordine per aver leso il decoro professionale attraverso messaggi pubblicitari non trasparenti e veritieri.

I mezzi pubblicitari erano consentiti, ma effettuavano pubblicità esprimendosi in modo improprio e incompleto, con concetti non trasparenti e mancanti di veridicità.

La sanzione consisteva nella sospensione dall'esercizio professionale per quattro mesi.

L'odontoiatra ricorreva in appello e poi, dopo conferma della condanna, in Cassazione.

La Suprema Corte confermava la condanna rimarcando che il professionista "attraverso l'utilizzo di volantini, cartelloni pubblicitari stradali o litografie affisse sul retro di mezzi pubblici per il trasporto urbano, in cui campeggiava, con la mera indicazione di un numero verde, il nome della società "Dental Più", a lui riconducibile e in realtà non autorizzata e inattiva; vi si pubblicizzava la realizzazione di impianti, corone e protesi mobili" (dispositivi medici su misura, la cui pubblicità al pubblico è vietata).

Inoltre anche la grafica era ingannevole: "la grafica delle litografie e dei volantini e dei cartelloni era tale da far risaltare ed enfatizzare il dato economico e il contenuto risultava equivoco e suggestivo tale da attrarre la clientela con costi molto bassi, incompatibili con la dignità e il decoro della professione; per esempio, erano utilizzati termini quali 'servizio low cost' e 'gratis' che avevano carattere prettamente commerciale, tendenti a persuadere il possibile cliente attraverso concetti comunicativi emozionali, basati su elementi eccedenti l'ambito informativo previsto dal Codice deontologico e che concretizzavano un tentativo di accaparramento di clientela attraverso un mezzo illecito, con un'immagine ridicolizzante la professione".

Viene rimproverata "la prospettazione di sconti non meglio specificati e non parametrati a un prezzo base, modalità questa indispensabile a tutelare il consumatore e a indirizzarlo sulla base di una scelta libera e consapevole, così disattendendo la ratio della normativa in materia pubblicitaria".

La pubblicità informativa, conclude la Corte, "deve essere funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non deve violare l'obbligo di segreto professionale e non deve essere equivoca, ingannevole o denigratoria".

Commento personale:

inutile soffermarci sull'aspetto della comunicazione "fasulla", di cui abbiamo parlato in diversi articoli precedenti. Però in questo caso, a differenza di altre occasioni, la Autorità sono intervenute, difendendo gli inconsapevoli utenti.

Il consiglio per i colleghi è quello di vagliare con molta attenzione i loro messaggi agli utenti rimanendo rigorosamente, senza errori commessi magari per distrazione, nell'ambito della legge e della deontologia.

Daniele Zamperini