

26 settembre 2014

Limiti alla pubblicità, dall'Antitrust stangata di 800mila euro all'Ordine dei medici

di Rosanna Magnano

Stangata da 832mila euro dell'Antitrust alla Fnomceo, Federazione nazionale dell'Ordine dei medici, per i divieti e paletti sulla pubblicità in materia sanitaria contenuti nel codice deontologico del 2006 e nelle Linee guida applicative, che secondo il Garante costituiscono «illecite restrizioni della concorrenza». In particolare l'Antitrust si sofferma sul parametro del "decoro professionale", che dovrebbe caratterizzare la pubblicità dell'informazione in materia sanitaria, e sul divieto di pubblicità promozionale. E' quanto prevede il Provvedimento n. 25078 pubblicato sull'ultimo bollettino di oggi.

L'istruttoria è partita l'anno scorso su segnalazione di singoli professionisti, studi odontoiatrici e di Groupon che hanno denunciato di essere stati soggetti a sanzioni disciplinari da parte di singoli Ordini dei medici e degli odontoiatri per aver violato le norme deontologiche facendosi pubblicità.

Medici e odontoiatri, secondo il diritto Antitrust possono essere qualificati come vere e proprie «imprese» in quanto «prestano stabilmente a titolo oneroso e in forma indipendente i propri servizi professionali» e «svolgono attività economica». E gli ordini dei medici e le associazioni di ordini come la Fnomceo «in quanto enti rappresentativi di imprese che offrono sul mercato in modo indipendente e stabile i propri servizi professionali, debbono pertanto essere considerati come associazioni di imprese ai sensi dell'art. 101 del TFUE».

Sotto la lente del Garante le disposizioni di cui all'art. 56 del Codice deontologico 2006 e dei punti 5 e 9 delle Linee guida, ritenute «idonee ad ostacolare ingiustificatamente l'attività pubblicitaria dei medici e degli odontoiatri, costituiscono illecite restrizioni della concorrenza. Tali disposizioni integrano un'unica intesa restrittiva della concorrenza in violazione dell'articolo 101 del TFUE».

Nel vecchio codice Fnomceo si legge infatti che «La pubblicità dell'informazione in materia sanitaria, fornita da singoli o da strutture sanitarie pubbliche o private, non può prescindere, nelle forme e nei contenuti, da principi di correttezza informativa, responsabilità e decoro professionale. La pubblicità promozionale e comparativa è vietata».

Poco cambia, secondo l'Antitrust, anche con il nuovo Codice di deontologia medica del 2014, che pure non prevede il parametro del "decoro professionale" e il divieto di "pubblicità promozionale"

«Si rileva infatti che - sottolinea l'Authority - nonostante sia stato eliminato dall'art. 56 il parametro del "decoro professionale" a cui si doveva adeguare la pubblicità sanitaria, è stata tuttavia introdotta, al secondo comma, una serie di parametri alcuni dei quali molto generici e non previsti dalla vigente normativa [la pubblicità sanitaria dovrebbe essere "prudente, obiettiva, pertinente] e pertanto potenzialmente suscettibili di una applicazione restrittiva della concorrenza, analogamente a quanto riscontrato per il concetto di "decoro professionale».

Il Garante osserva inoltre che «pur essendo stato eliminato dall'art. 56 il divieto di "pubblicità promozionale", è ancora previsto, al terzo comma, un generale divieto di pubblicità comparativa che, come illustrato in precedenza, oltre a non essere conforme al vigente dettato normativo, costituisce un'ingiustificata limitazione dell'attività promozionale delle professioni sanitarie».

Nelle proprie memorie difensive, la Fnomceo ha argomentato che «Nel nuovo testo è comunque stato riconosciuto che la pubblicità comparativa è ammessa se basata su conosciuti termini e parametri oggettivi di confronto».

Ma per l'Antitrust non basta: «In realtà, contrariamente a quanto sostenuto dalla Parte nelle proprie memorie - si legge nel provvedimento - anche la nuova versione della disposizione, prevedendo un divieto di "forme di pubblicità comparativa delle prestazioni", senza ulteriori specificazioni, risulta applicabile ad ogni tipologia di pubblicità comparativa, se si considera che il termine "prestazioni" comprende ogni servizio offerto da professionisti o da strutture sanitarie che intendano promuoversi ricorrendo a tale forma di pubblicità».

In conclusione l'Antitrust delibera:

a) che la Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri ha posto in essere un'intesa restrittiva della concorrenza, ai sensi dell'articolo 101 del TFUE, consistente nell'adozione e diffusione del Codice di deontologia medica 2006 e delle Linee Guida;

b) che la Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri assuma misure atte a porre prontamente termine all'illecito riscontrato e si astenga in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata;

c) di irrogare alla Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri, in ragione di quanto indicato in motivazione, la sanzione amministrativa pecuniaria nella misura di 831.816 euro (ottocentotrentunomilaottocentesedici euro);

d) che la Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri assuma misure atte a porre

termine all'illecito riscontrato e che, entro il 31 gennaio 2015, dia comunicazione all'Autorità delle misure a tal fine adottate, trasmettendo una specifica relazione scritta.

26 settembre 2014

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati