

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΟΔΟΝΤΙΑΤΡΩΝ: Μύθοι και Πραγματικότητα

Επειδή τις τελευταίες ημέρες γίνεται προσπάθεια δημιουργίας σύγχυσης σχετικά με το καθεστώς που ισχύει για την οδοντιατρική διαφήμιση ζητήσαμε από το νομικό σύμβουλο του Συλλόγου τεκμηριωμένη άποψη για το θέμα αυτό.

Τα βασικά σημεία του νομικού κειμένου είναι δύο:

- Η διαφήμιση των Οδοντιάτρων απαγορεύεται.
- Υπάρχει διάκριση μεταξύ διαφήμισης Οδοντιάτρου και δικαιώματος ενημέρωσης του κοινού.

Η διαφήμιση των οδοντιάτρων και η δυνατότητα παρουσίας τους στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και το διαδίκτυο αποτελεί αντικείμενο ιδιαίτερων συζητήσεων, ενόψει των διατάξεων νόμων και του Κανονισμού Οδοντιατρικής Δεοντολογίας που απαγορεύουν την οδοντιατρική διαφήμιση.

Κατ' αρχήν θα πρέπει να διερευνήσουμε εάν η απαγόρευση της διαφήμισης των οδοντιάτρων με εθνικό νόμο είναι συμβατή με την κοινοτική νομοθεσία και ιδίως με το άρθρο 81 ΕΚ, σε συνδυασμό με το άρθρο 10 ΕΚ, που αφορά στον ελεύθερο ανταγωνισμό.

Πρέπει να σημειωθεί εκ προοιμίου ότι τόσο από τη νομολογία του ΔΕΚ όσο και από το άρθρο 152 παρ. 5 ΕΚ προκύπτει ότι το δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν δίνει την αρμοδιότητα των κρατών-μελών να διαρρυθμίζουν τα συστήματά τους κοινωνικής ασφάλισης και να θεσπίζουν ειδικότερες διατάξεις για την οργάνωση και την παροχή υγειονομικών υπηρεσιών και ιατρικής περίθαλψης. Η προστασία της δημόσιας υγείας περιλαμβάνεται μεταξύ των επιτακτικών λόγων γενικού συμφέροντος, που μπορούν να δικαιολογήσουν περιορισμούς στις ελευθερίες που εγγυάται η συνθήκη (βλ. σκέψεις στην απόφαση ΔΕΚ της 16.12.2010 στην υπόθεση C-89/08).

Κατά πάγια νομολογία του ΔΕΚ, μολοντί αυτά καθαυτά τα άρθρα 81 ΕΚ και 82 ΕΚ ρυθμίζουν αποκλειστικά τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων και δεν αφορούν στα θεσπιζόμενα από τα κράτη-μέλη νομοθετικά ή κανονιστικά μέτρα, ωστόσο, τα άρθρα αυτά, σε συνδυασμό με το άρθρο 10 ΕΚ, επιβάλλουν στα κράτη-μέλη να μη λαμβάνουν ή διατηρούν σε ισχύ μέτρα, έστω και νομοθετικής ή κανονιστικής φύσεως, που μπορούν να εξουδετερώσουν την πρακτική αποτελεσματικότητα των εφαρμοστέων επί επιχειρήσεων κανόνων ανταγωνισμού. Το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι υπάρχει παράβαση των άρθρων 10 ΕΚ και 81 ΕΚ όταν κράτος-μέλος είτε επιβάλλει ή ευνοεί τη σύναψη συμπράξεων αντιθέτων προς το άρθρο 81 ΕΚ ή ενισχύει τα αποτελέσματα τέτοιων συμπράξεων είτε αφαιρεί από τη δική του κανονιστική ρύθμιση τον κρατικό της χαρακτήρα μεταβιβάζοντας σε ιδιώτες την αρμοδιότητα λήψης αποφάσεων για παρέμβαση σε οικονομικά θέματα.

Αντίθετα, νομοθετική ρύθμιση, που απαγορεύει σε παρέχοντες υπηρεσίες υγείας, στο πλαίσιο άσκησης ελεύθερου επαγγέλματος, να πραγματοποιούν οποιαδήποτε διαφήμιση στον τομέα των υπηρεσιών τους δεν εμπίπτει σε καμία από τις περιπτώσεις συνδυασμένης εφαρμογής των άρθρων 10 ΕΚ και 81 ΕΚ και ως εκ τούτου είναι επιτρεπτή. Σχετική είναι και η από 13.03.2008 απόφαση ΔΕΚ στην υπόθεση C-446/05, που αφορά σε υπηρεσίες οδοντιατρικής περίθαλψης.

Σημειώνω ότι οι ρυθμίσεις της Οδηγίας 2006/123 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, που προβλέπουν στην παροχή υπηρεσιών, δεν εφαρμόζονται στις υπηρεσίες υγειονομικής



Του Λάμπρου
Αντωνίου

Δικηγόρου -
Νομικού
Συμβούλου
Οδοντιατρικού
Συλλόγου Αττικής

κής περίθαλψης που προσφέρονται από επαγγελματίες του τομέα υγείας σε ασθενείς για την αξιολόγηση, διατήρηση ή αποκατάσταση της υγείας τους, ανεξάρτητα από τον τρόπο που οργανώνονται ή αν είναι δημόσιες ή ιδιωτικές, εφόσον ασκούνται αποκλειστικά από νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα (βλ. και άρθρο 4 του νόμου 3844/2010 «Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2006/123 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά και άλλες διατάξεις» - ΦΕΚ 63 Α').

Περαιτέρω, θα πρέπει να διερευνήσουμε εάν η απαγόρευση διαφήμισης των οδοντιάτρων με εθνικό νόμο είναι συμβατή με τις διατάξεις του Συντάγματος και ιδίως αυτές που αφορούν στην οικονομική ελευθερία.

Η απαγόρευση της διαφήμισης αποτελεί, κατ' αρχήν, περιορισμό της οικονομικής ελευθερίας, ειδική εκδήλωση της οποίας αποτελεί η ελευθερία των διαφημίσεων, η οποία είναι ουσιώδης για τη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς.

Τυχόν περιορισμοί είναι θεμιτοί για λόγους δημοσίου συμφέροντος. Το δημόσιο συμφέρον έχει ιδίως ανάγκη της προστασίας από την ισχυρή ροπή προς εμπορία της ιατρικής και τις πολλαπλές παραβιάσεις των κανόνων δεοντολογίας (κανόνες που έχουν συνταγματική κάλυψη - άρθρο 21 παρ. 3 Σ), από την ενδεχόμενη χαμηλή ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, την αυξημένη πλασματική ζήτηση εξετάσεων και την υπέρμετρη επιβάρυνση του κοινού.

Με την απαγόρευση της διαφήμισης, που συνιστά θεμιτό περιορισμό, προστατεύονται ιδίως αφενός τα δικαιώματα των οδοντιάτρων ως προς συμπεριφορές και πρακτικές, ιδίως με την προσέλκυση πελατείας, που θα οδηγούσαν σε ανισότητα και αφετέρου κυρίως τα δικαιώματα των ασθενών (πελατών) για ακριβή και ορθή πληροφόρηση όσον αφορά σε θέματα υγείας, αφού η υγεία είναι υπέρτατο αγαθό για τον άνθρωπο και η επιλογή των οδοντιάτρων πρέπει να γίνεται με επιστημονικά κριτήρια και όχι με άλλους τρόπους δημόσιας προβολής. Ιδίως δε, όταν στις υπηρεσίες υγείας υπάρχει «ασυμμετρία πληροφόρησης». Ο καταναλωτής υπηρεσιών υγείας δεν έχει τις απαραίτητες γνώσεις να κρίνει για την πάθησή του, τις θεραπευτικές επιλογές και τους κινδύνους και βέβαια δεν μπορεί να αξιολογήσει την ποιότητα της παροχής (βλ. αριθμ. 2446/2008 απόφαση του Τριμελούς Διοικητικού Εφετείου Αθηνών, που αφορά σε υπόθεση επιβολής πειθαρχικής ποινής σε οδοντίατρο για διαφήμιση).

Διατάξεις που απαγορεύουν τη διαφήμιση οδοντιάτρων είναι ιδίως:

1. Το άρθρο 6 του ν. 2194/1994, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, με το οποίο απαγορεύεται η ιατρική διαφήμιση. Στην έννοια της απαγόρευσης υπάγεται ενδεικτικά οποιαδήποτε ανάρτη-

ση σε δημόσιο χώρο διαφημιστικών πινακίδων ή επιγραφών, αγγελίες, δημοσιεύματα, διαφημιστικά έντυπα ή ανακοινώσεις με οποιοδήποτε μέσο δημοσιότητα, που γίνονται με σκοπό τη διαφήμιση.

2. Το άρθρο 15 του Π.Δ. 84/2001 «Όροι, προϋποθέσεις, διαδικασία και προδιαγραφές για την ίδρυση και λειτουργία Ιδιωτικών Φορέων Παροχής Υπηρεσιών Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας» (Φ.Ε.Κ. 70 Α'), με το οποίο απαγορεύεται στους ιδιωτικούς φορείς παροχής υπηρεσιών πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας η με οποιονδήποτε τρόπο διαφήμιση και προβολή.

3. Το άρθρο 21 του Π.Δ. 39/2009 «Κώδικας Οδοντιατρικής Δεοντολογίας» (Φ.Ε.Κ. 55 Α'), με το οποίο απαγορεύεται κάθε άμεση ή έμμεση ενέργεια διαφήμισης ή δημοσιότητας και το άρθρο 22 του ίδιου Π.Δ., με το οποίο ο οδοντίατρος απαγορεύεται να διαφημίζεται άμεσα ή έμμεσα στον ημερήσιο τύπο, το Χρυσό Οδηγό, τους κινηματογράφους, το ραδιόφωνο, την τηλεόραση, τα ηλεκτρονικά δίκτυα - διαδίκτυα καθώς και σε οποιοδήποτε άλλο μέσο μαζικής ενημέρωσης.

Οι άνω διατάξεις δεν διόγονται με τις διατάξεις του ν. 3919/2011 «Αρχή της επαγγελματικής ελευθερίας, κατάργηση αδικαιολογήτων περιορισμών στην πρόσβαση και άσκηση επαγγελματιών» (ΦΕΚ 32 Α'), κατά το μέρος που ήθελε κριθεί ότι αφορά στους οδοντιάτρους, δεδομένου ότι οι περιορισμοί που αίρονται και αναφέρονται στην παρ. 2 του άρθρου 2, κατά περιριστική και όχι ενδεικτική απαρίθμηση, λαμβανομένης υπόψη της διατάξεως της παρ. 3 του ίδιου άρθρου, δεν αφορούν στην οδοντιατρική διαφήμιση (βλ. αριθμ. πρωτ. Υ3Β/ΓΠ/οικ. 107786/08.11.2012 έγγραφο Υπουργείου Υγείας).

Διαφορετικό θέμα είναι το δικαίωμα και η υποχρέωση του οδοντιάτρου για ενημέρωση του κοινού σε θέματα της ειδικότητάς του ή του γνωστικού του αντικειμένου και σύμφωνα με τις αρχές και τις κείμενες διατάξεις που διέπουν την άσκηση του επαγγέλματός τους και τη Δεοντολογία.

Η δυνατότητα αυτή απορρέει κυρίως από το άρθρο 5 παραγρ. 1 του Συντάγματος, που προβλέπει ότι ο καθένας έχει το δικαίωμα να αναπτύσσει ελεύθερα την προσωπικότητά του και να συμμετέχει στην κοινωνική και οικονομική ζωή, εφόσον δεν προσβάλλει τα δικαιώματα των άλλων και δεν παραβιάζει το Σύνταγμα ή τα χρηστά ήθη και το άρθρο 14 παραγρ. 1 του Συντάγματος και το άρθρο 10 της Σύμβασης της Ρώμης «περί Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων και Θεμελιωδών Ελευθεριών», που προβλέπουν και κατοχυρώνουν το δικαίωμα της ελευθερίας της έκφρασης, της ελεύθερης εκδήλωσης της σκέψης και της γνώμης, με την επιφύλαξη του νόμου.

Το δικαίωμα στην προσωπικότητα αποτελεί πλέγμα αγαθών που συνδέουν την υπόσταση του προσώπου, με το οποίο είναι αναπόσπαστα συνδεδεμένα. Τέτοιο προστατευόμενο αγαθό, μεταξύ άλλων, είναι και η ελευθερία, που περιλαμβάνει τη δυνατότητα ακώλυτης ανάπτυξης κάθε ανθρώπινης ενέργειας, που μπορεί να συνίσταται στην ελεύθερη τέλεση κάθε πράξης που ανάγεται στην επαγγελματική, οικονομική, επιστημονική και λοιπή κοινωνική δράση.

Η εμφάνιση των οδοντιάτρων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, σύμφωνα με τα προαναφερόμενα, θα πρέπει να διέπεται από ορισμένους κανόνες, όπως αυτοί προκύπτουν από τις αρχές και τις κείμενες διατάξεις που διέπουν την άσκηση του επαγγέλματός τους και τη Δεοντολογία. Ειδικότερα :

Η ενημέρωση του κοινού πρέπει να στηρίζεται αποκλειστικά σε στοιχεία απόλυτα τεκμηριωμένα και διεθνώς παραδεδομένα και να είναι πλήρης.

Η εμφάνιση των οδοντιάτρων πρέπει να περιορίζεται στα απολύτως αναγκαία για την ενημέρωση πλαίσια και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να προκύπτει ή να υποκρύπτεται σκοπός διαφήμισης. Ενδεικτικά αναφέρω ότι εάν με αφορμή την ενημέρωση παρουσιάζονται εργασίες σε ασθενείς και ιδίως φωτογραφίες πριν και μετά την επέμβαση ώστε να προβάλλεται το αποτέλεσμα και να δίδεται η δυνατότητα σύγκρισης, γίνεται αναφορά σε ασθενείς και ιδίως «επώνυμους», γίνεται σύγκριση με συναδέλφους τότε είναι προφανές ότι γίνεται καθ' υπέρβαση των ορίων ενημέρωσης και έχουμε διαφήμιση.

Πρέπει να αποφεύγεται η έκφραση απόψεων που μπορούν να προκαλέσουν κίνδυνο σύγχυσης ή παραπλάνησης του κοινού και ο σχολιασμός θέσεων ή πράξεων συναδέλφων.

Η οποιαδήποτε εμφάνιση πρέπει να γίνεται με τρόπο που να εξασφαλίζεται και να προάγεται η τιμή και η αξιοπρέπεια του επαγγέλματος και ο σεβασμός και η εμπιστοσύνη του κοινού προς αυτό (βλ. και την από 04.05.1998 απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου του Οδοντιατρικού Συλλόγου Αττικής).

Πρέπει να σημειώσω ότι στην περίπτωση διαφήμισης οδοντιάτρων από ραδιοτηλεοπτικό σταθμό υπάρχει ενδεχόμενο ευθύνης και του σταθμού, ιδίως στην περίπτωση που υπό το πρόσχημα της ενημέρωσης προέβαλε συγκεκαλυμμένα τον οδοντίατρο. Συγκεκριμένη διαφήμιση αποτελεί η προφορική ή οπτική παρουσίαση σε πρόγραμμα υπηρεσιών όταν η παρουσίαση αυτή γίνεται σκόπιμα από το ραδιοτηλεοπτικό φορέα με διαφημιστικό σκοπό και ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά στο χαρακτήρα αυτής της παρουσίασης. Σχετική είναι η αριθμ. 63/10.03.2004 απόφαση του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, με την οποία επιβλήθηκε πρόστιμο 25.000 ευρώ σε ιδιωτικό τηλεοπτικό σταθμό για συγκεκαλυμμένη διαφήμιση οδοντιάτρου.

Αντίστοιχες προσεγγίσεις υπάρχουν και για την εμφάνιση των οδοντιάτρων στο διαδίκτυο, που αποτελεί πλέον μέρος της καθημερινότητας.

Γίνεται δεκτό ότι οι οδοντίατροι μπορούν να διατηρούν ιστοσελίδα στην οποία αναφέρονται ιδίως το ονοματεπώνυμο τους, η αναγνωρισμένη ειδικότητα, οι ακαδημαϊκοί τίτλοι, η διεύθυνση, οι ημέρες και ώρες εργασίας.

Το όνομα που επιλέγεται για την ιστοσελίδα ή την ηλεκτρονική διεύθυνση πρέπει να συνάδει με την επαγγελματική ευπρέπεια και αξιοπρέπεια και να ανταποκρίνεται στις πραγματικά παρεχόμενες υπηρεσίες.

Η ιστοσελίδα πρέπει να αναφέρει το χρόνο της τελευταίας ενημέρωσης και οποιαδήποτε πιθανή σύγκρουση συμφερόντων. Μπορεί να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τις συμβάσεις ή την με οποιαδήποτε τρόπο συνεργασία με το Δημόσιο, τα Ταμεία και τους ασφαλιστικούς φορείς.

Οι πληροφορίες που παρέχονται στην ιστοσελίδα πρέπει να είναι ακριβείς, αντικειμενικές, κατανοητές και σύμφωνες με τις κείμενες διατάξεις και τη Δεοντολογία. Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να οδηγούν σε παραπλάνηση του κοινού ή σε συγκριτική εκτίμηση προσόντων ή πτυχίων (βλ. το άρθρο 23 του Κώδικα Οδοντιατρικής Δεοντολογίας).

Στα πλαίσια της έννομης τάξης μας η οδοντιατρική διαφήμιση απαγορεύεται. Οι οδοντίατροι μπορούν - θα μπορούσα να πω έχουν υποχρέωση - να ενημερώνουν το κοινό σε οδοντιατρικά θέματα. Η όποια παρουσία τους θα πρέπει να γίνεται με βάση τις αρχές και τις κείμενες διατάξεις που διέπουν την άσκηση του επαγγέλματός τους και τη Δεοντολογία. Και με βάση τους κανόνες αυτούς αξιολογούνται και κρίνονται κάθε φορά.