



Avv. Daria Scarciglia

21 gennaio 2026

**RECENSIONI NEGATIVE, DIFFAMAZIONE, E AGGRESSIONI
AI MEDICI VETERINARI: COME GESTIRLE E DIFENDERSI**



ORDINE dei
MEDICI VETERINARI
della Provincia di AREZZO

Webinar



Il problema delle recensioni negative e della diffamazione on-line è legato all'uso dei dispositivi informatici e di internet.

Essere digitalmente “abili” è un requisito fondamentale per qualunque professionista.

Ogni professione oggi richiede competenze informatiche; il settore digitale è trasversale ad ogni professione ed impone l'uso di strumenti e software per svolgere attività quotidiane e compiti specifici.



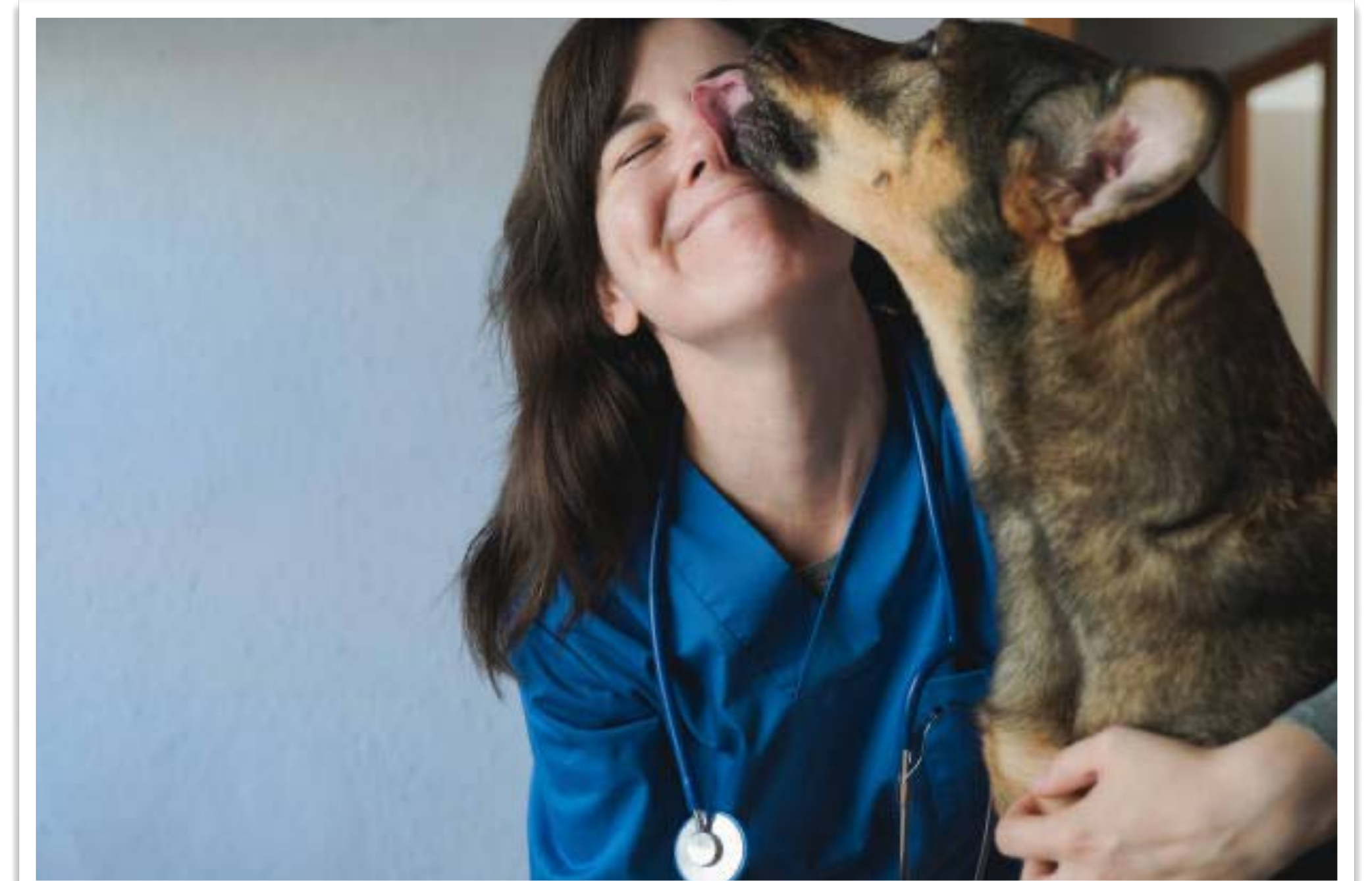
Now solo:

Saper usare i social ed i motori di ricerca significa anche (e forse soprattutto) gestire le interazioni in funzione delle loro potenziali conseguenze.



ESEMPIO

Se, come medico veterinario, pubblico del materiale fotografico, devo essere in grado di selezionare il messaggio che arriva all'utente.



Il contesto delle recensioni in Internet

Le recensioni negative possono essere generate da **esperienze reali negative** o essere completamente **false**.





ESPERIENZA **NEGATIVA**



Un cliente può lasciare una recensione negativa a causa di un **errore medico.**



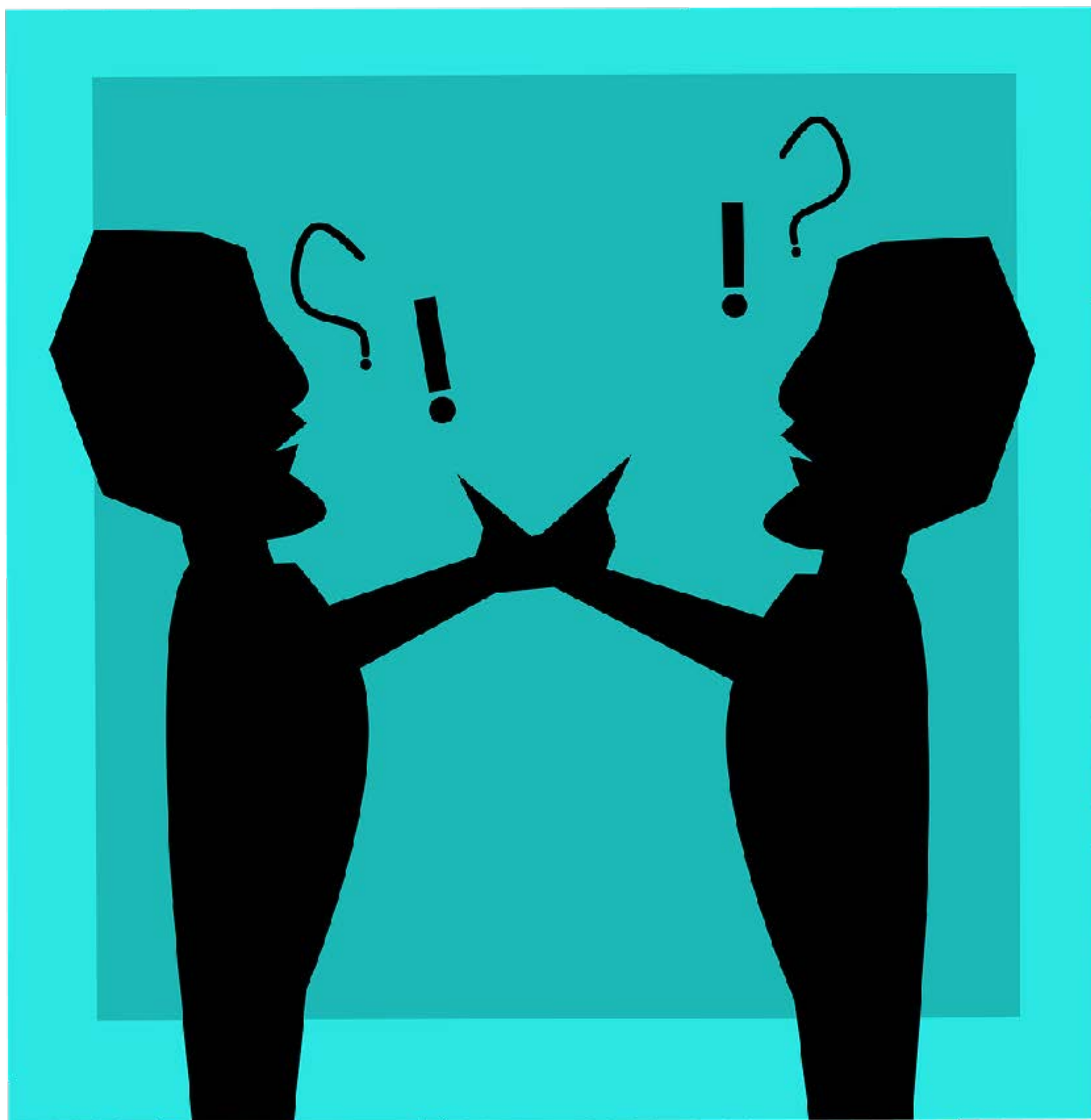
Un errore medico in veterinaria è la mancata applicazione degli standard professionali da parte di un veterinario che causa un danno all'animale e può consistere in una **diagnosi errata**, un **trattamento inappropriato**, un **errore chirurgico** o un'**informazione carente** al proprietario dell'animale paziente.



MEDICAL ERROR

Visita clinica → Esami diagnostici → Diagnosi errata

Visita clinica → ~~Esami diagnostici~~ → Diagnosi errata



INFORMAZIONE **CARENTE** AL CLIENTE

L'errore è non chiarire adeguatamente al cliente che se rifiuta le proposte diagnostiche e terapeutiche, la responsabilità sulla salute e sulla vita dell'animale è solo sua, anche di fronte alla legge.



Codice Deontologico

Art. 29 - Obbligo di informazione e consenso informato nella pratica veterinaria

Il diritto di proprietà comporta la facoltà di **godere** e **disporre** delle cose in modo pieno ed esclusivo, entro i limiti e con l'osservanza degli obblighi previsti dall'ordinamento giuridico.





Scatta il reato di maltrattamento di animali per il padrone che non fa curare il suo cane.

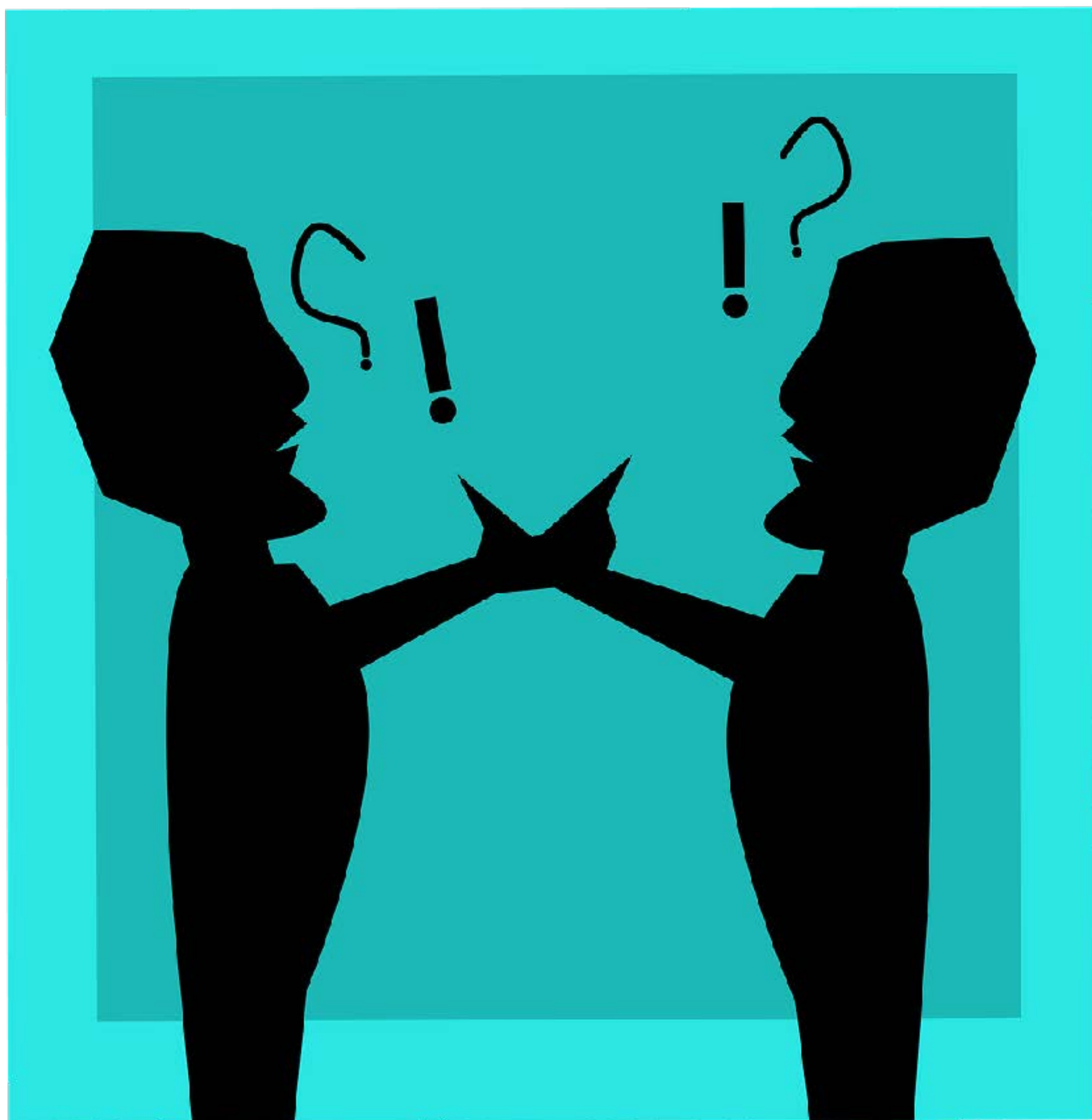
23/05/2019

La Cassazione detta una massima di diritto da tenere presente per evitare processo e condanna. Per la Suprema corte, infatti «Configura la lesione rilevante per il delitto di maltrattamento di animali, articolo 544-ter, **l'omessa cura di una malattia** che determina il protrarsi della patologia con un significativo aggravamento di sofferenze e di un apprezzabile compromissione dell'integrità dell'animale».

Per i giudici, **non è rilevante la volontà di cagionare la malattia**, ma l'aggravamento della patologia che, senza le idonee cure, era peggiorata e aveva sottoposto il cane a grandi sofferenze.

L'assenza di cure deve dunque «ritenersi dolosa, intenzionale e non colposa».

Il proprietario è stato condannato a pagare 10.000 € di multa, oltre a 2.500 € all'associazione animalista che si era costituita parte civile, da aggiungersi alle spese del processo.



INFORMAZIONE **CARENTE** AL CLIENTE

L'errore è non chiarire al cliente che è vietato prescrivere medicinali in assenza di una diagnosi.



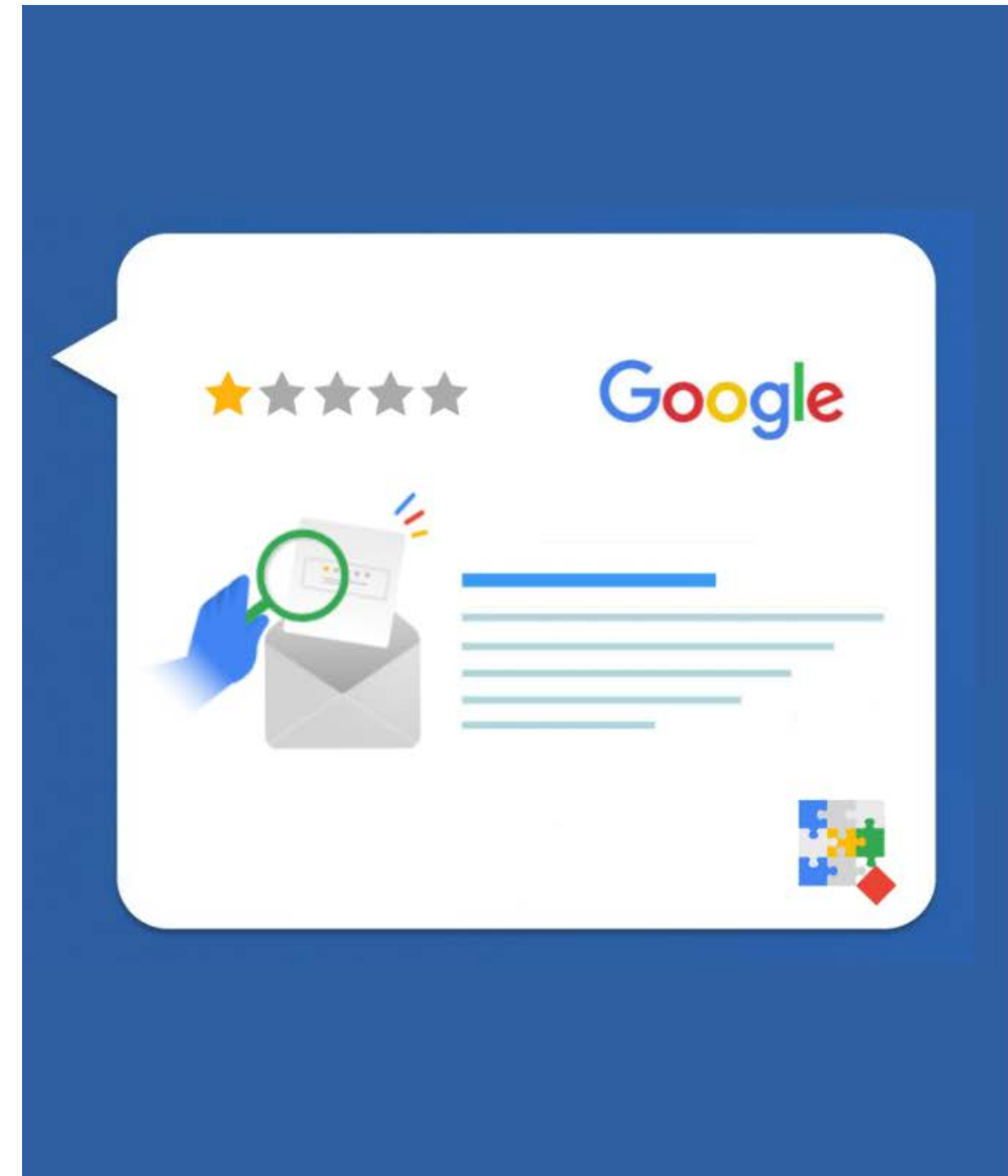
La prescrizione veterinaria può essere emessa soltanto **in seguito** a un esame clinico o a qualsiasi altra adeguata valutazione dello stato di salute dell'animale o del gruppo di animali da parte di un veterinario.
(Reg. UE 2019/6, Art. 105 co. 3)

Sanzione per il veterinario:
Da € 2.600 a € 15.500
(D. Lgs. 218/2023, art. 42 co. 27)

RECENSIONE **FALSA**

Cliente in malafede che riferisce fatti e circostanze non veritieri, commentandoli in modo offensivo.

Occorre essere in grado di documentare la propria prestazione.



RECENSIONE PER **ESPERIENZA NEGATIVA** o RECENSIONE **FALSA**

In entrambi i casi, comunque, all'origine della recensione c'è l'intenzione di una ritorsione nei confronti del veterinario o della struttura.



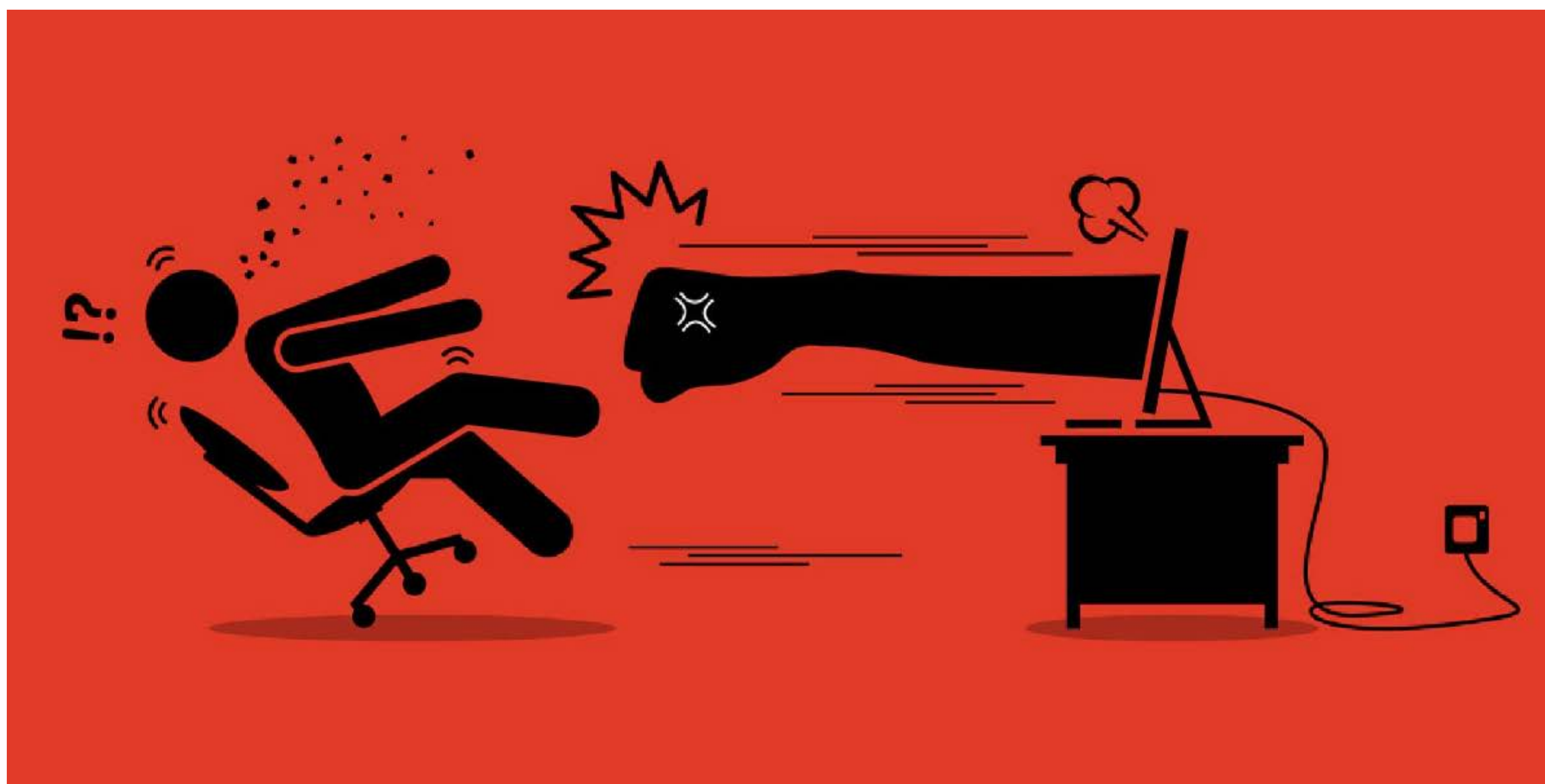
Occorre analizzare il fenomeno



Per un professionista o per una struttura veterinaria, le recensioni negative possono causare la perdita di fatturato, poiché possono spingere le persone a rivolgersi altrove.

DIFFAMAZIONE

Una recensione negativa non è necessariamente un atto diffamatorio rilevante ai sensi del codice penale.



Diffamazione - art. 595 c.p.

“Chiunque, comunicando con più persone, *offende la reputazione di una persona non presente*, è punito con la reclusione fino a un anno o con la multa fino a 1.032 €.”

Aggravanti:

- Offesa consistente nell'attribuzione di un fatto determinato.
- Offesa arrecata con il mezzo della stampa o con altro mezzo di pubblicità.



Ricorre il reato di **diffamazione** quando:

- La recensione è falsa.
- La recensione arreca apertamente danno alla reputazione del professionista o della struttura veterinaria.
- Le affermazioni contenute nella recensione sono vere ma calunniose, cioè travalicano i limiti del diritto di critica, usando un linguaggio lesivo della dignità altrui.



ESEMPI



“Il mio cane stava male, l’ho portato alla Clinica XYZ e gli hanno fatto un sacco di esami inutili e costosi. Si sono approfittati per spillarmi un sacco di soldi.”

Ricorre la diffamazione solo se l’affermazione è falsa.

“Il mio cane stava male, l’ho portato alla Clinica XYZ e gli hanno fatto un sacco di esami inutili e costosi. Sono stati dei ladri.”

Ricorre la diffamazione anche se l’affermazione è vera.

ESEMPI

“Il mio cane stava male, l’ho portato alla Clinica XYZ, lo hanno visitato ma non hanno capito che cosa avesse. Alla fine il mio cane è morto e non hanno fatto niente per salvarlo.”

Ricorre la diffamazione solo se l’affermazione è falsa.



“Il mio cane stava male, l’ho portato alla Clinica XYZ, lo hanno visitato ma non hanno capito che cosa avesse. Alla fine il mio cane è morto e me l’hanno ammazzato loro.”

Ricorre la diffamazione anche se l’affermazione è vera.

ESEMPI

“Il mio cane stava male, l’ho portato alla Clinica XYZ, lo hanno visitato, gli hanno fatto un sacco di esami e di terapie. Alla fine il mio cane non è guarito ed io ci ho rimesso un sacco di soldi.”

Ricorre la diffamazione solo se l’affermazione è falsa.

“Il mio cane stava male, l’ho portato alla Clinica XYZ, lo hanno visitato, gli hanno fatto un sacco di esami e di terapie. Alla fine il mio cane non è guarito ed io sono stato truffato.”

Ricorre la diffamazione anche se l’affermazione è vera.



Quando il contenuto è **offensivo**?



L'offesa deve travalicare i normali limiti del **diritto di critica**. Il confine è costituito dalla cosiddetta «continenza» dell'esposizione, ossia la moderazione del linguaggio. In altri termini la critica non deve risolversi in un gratuito attacco all'altrui persona, dettato solo dall'intento di umiliarla e screditarla.

Quando il contenuto è **offensivo**?

La legge non specifica concretamente cosa debba intendersi per “offesa”. Secondo la giurisprudenza è offensivo tutto ciò che **lede le qualità personali, morali, sociali, professionali, di un individuo.**

Non è necessario esprimersi con parolacce. Secondo la giurisprudenza, l’offesa è integrata anche dall’invio di **emoji** che rappresentino concetti offensivi come, ad esempio, quello a forma di pagliaccio, di escrementi o di faccina che vomita.



Ci si deve difendere



Che **fare**?

Analizzare il profilo del recensore: cercare indizi di account creati di recente, senza foto del profilo o con poche recensioni.



Che fare?

Verificare la corrispondenza con i propri clienti: confrontare le recensioni con la propria anagrafica clienti.

Scheda anagrafica cliente - ROSSI MARIO

Scheda anagrafica cliente - ROSSI MARIO

Salva (F12) | Stampa (F9) | Messaggio | Navigatore | Elimina | Altro | Fidelity | Uscita (ESC)

Anagrafica (F5)

Codice primario : 3 Anagrafica non attiva

Codici di ricerca alternativi :

Tipo anagrafica : PERSONA FISICA Persona fisica

Cognome : ROSSI

Nome : MARIO

Indirizzo : PIAZZA MAZZINI, 5

Cap : 47921

Citta' : RIMINI Google Maps

Provincia : RN

Nazione : IT Italia (IT)

Zona : nord Nord Italia

Codice fiscale : MRARSS50A01H170I

Partita IVA :

Categoria : Privato

Settore di attivita' (tabella) : Servizi

Settore di attivita' (descrittivo) :

Lingua : Italiano

Data creazione : 23/06/2006

Ultime modifiche : 17/03/2021

Codice lotteria :

Fatturazione elettronica

Tipo destinazione : Automatico

Pagamento : R.B. 30gg D.F.

Listino : Listino predefinito azienda (Listino al pubblico)

Agente :

Creazione : 23/06/2006 - Ultima modifica : 17/03/2021

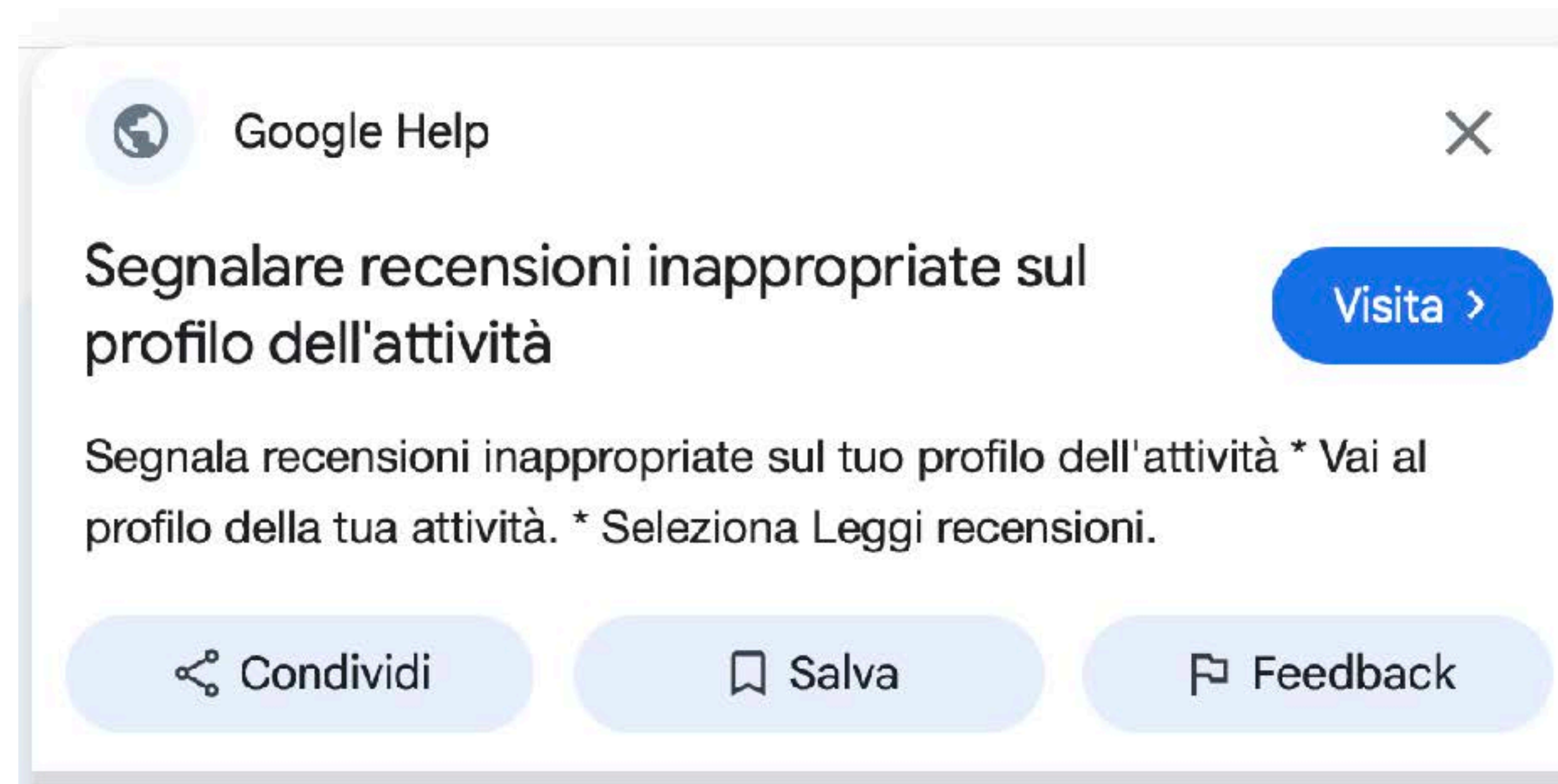
Informatica Shop Srl

Ready Pro 2021.2.0

17/03/2021 17:42

Che **fare**?

Richiedere la rimozione: le piattaforme hanno la responsabilità di controllare e rimuovere contenuti falsi o offensivi.



Che **fare**?

Adire le vie legali.



Adire le vie **legali**



DIFFIDA

Se la diffamazione è **fondata**, si inizia con il tempestivo invio al responsabile di una **diffida**, con cui si chiede l'immediata rimozione della recensione, con l'avvertenza che in difetto si adirà l'autorità giudiziaria, facendo salva ogni ulteriore azione finalizzata al risarcimento del danno.

Adire le vie **legali**

Se la recensione non viene rimossa, si sporge **querela** alla Procura della Repubblica presso il Tribunale o in qualsiasi ufficio di polizia giudiziaria, allegando l'esposizione dei fatti, la documentazione a supporto e chiedendo espressamente la punizione del responsabile, con dichiarazione di costituzione di parte civile.



Adire le vie **legali**



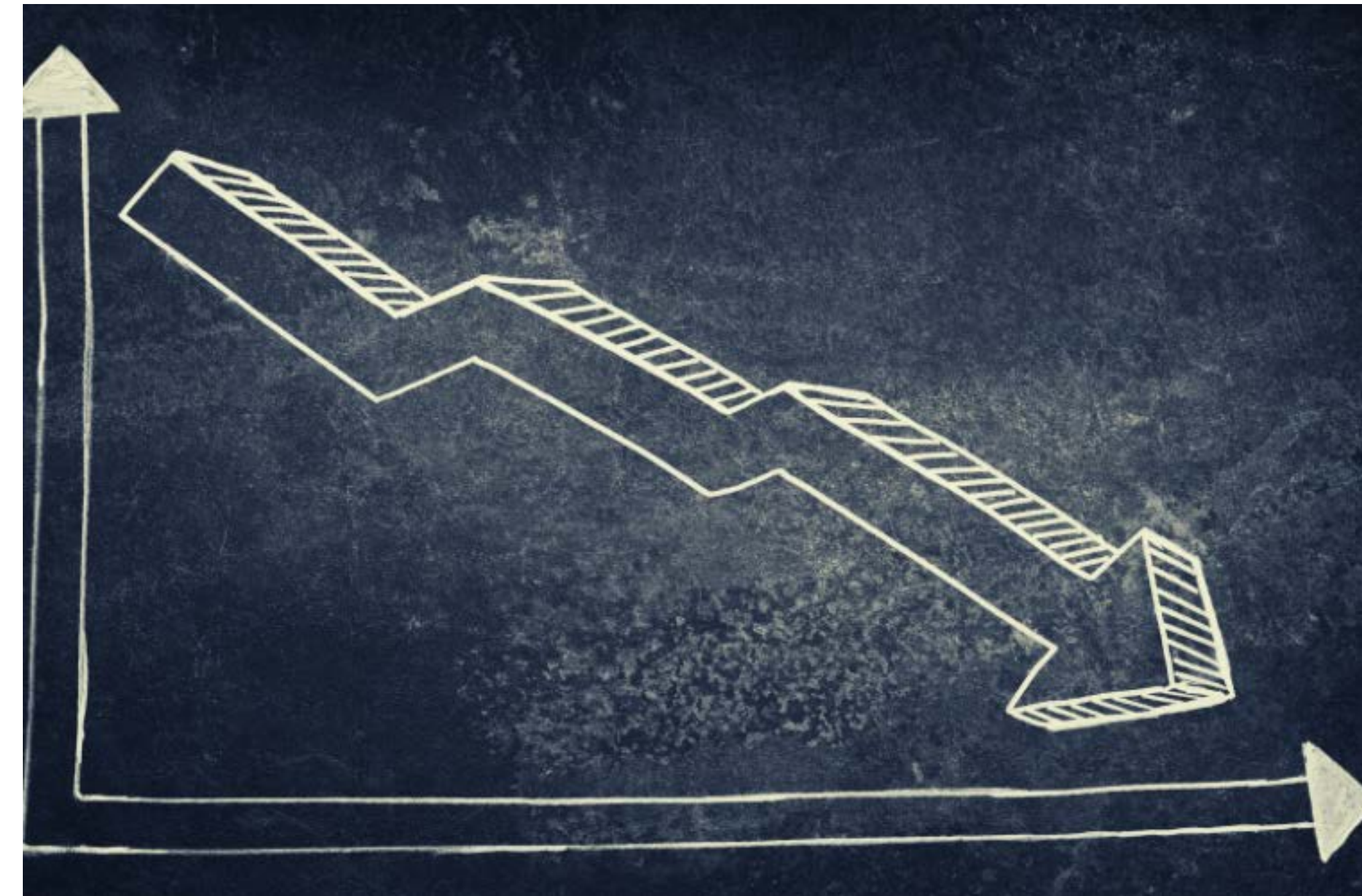
Inoltre, si può agire in **sede civile** per il **risarcimento** del danno.

Il **risarcimento** del danno

Danno patrimoniale

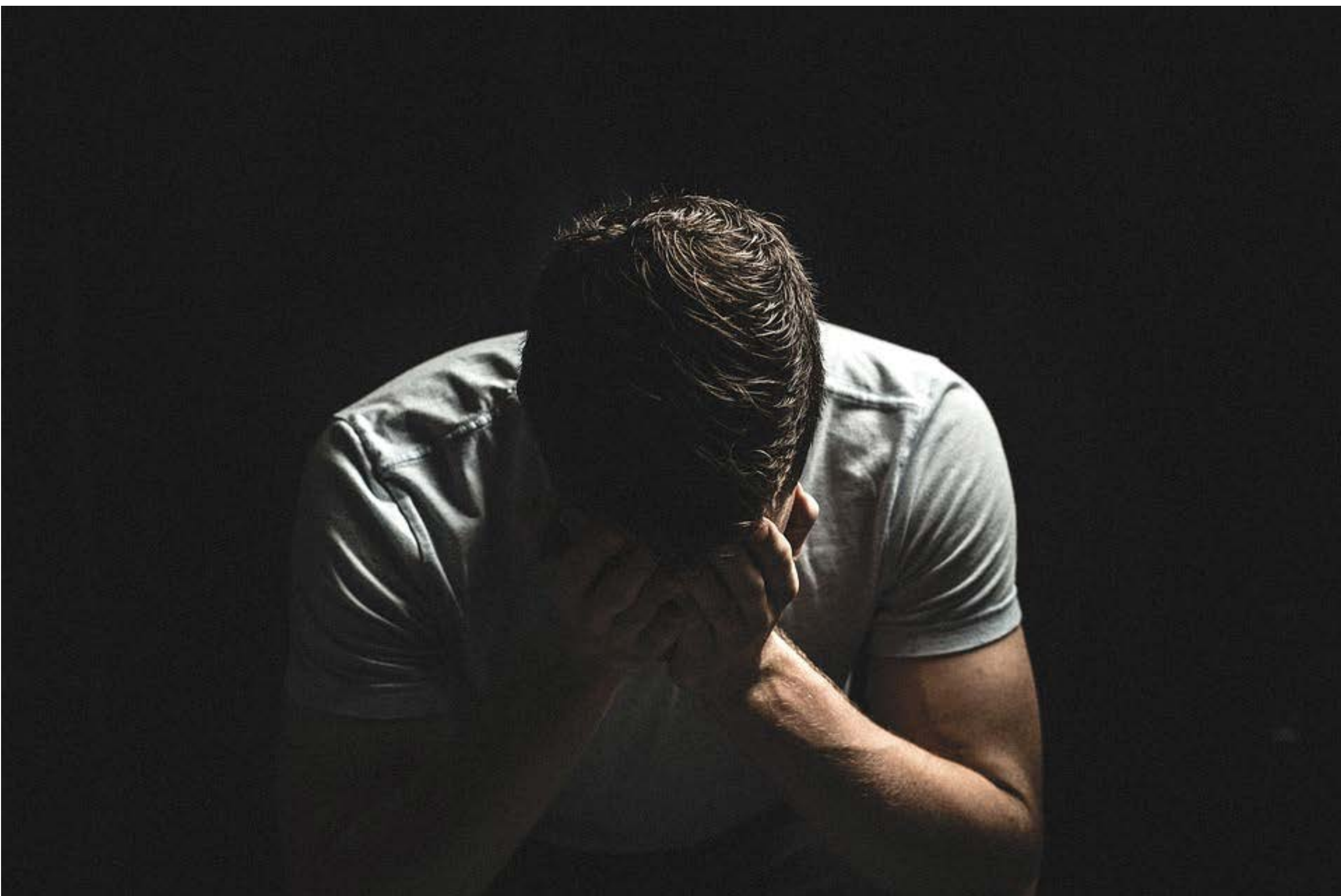
Il danno patrimoniale è un pregiudizio economico che colpisce il patrimonio del danneggiato, a causa di un illecito, ed è composto di due elementi:

- Il danno emergente, vale a dire la perdita economica diretta (spese sostenute a causa dell'illecito);
- Il lucro cessante, vale a dire il mancato guadagno (perdita di clientela).



Il **risarcimento** del danno

Danno non patrimoniale



Il danno non patrimoniale è un pregiudizio che colpisce beni e interessi della persona non direttamente quantificabili in denaro, come la salute, l'integrità psico-fisica, la privacy o i rapporti familiari.

Può essere risarcito solo nei casi previsti dalla legge.

Il danno non patrimoniale derivante da una recensione negativa è risarcibile solo se l'offesa costituisce diffamazione.

Il **risarcimento** del danno

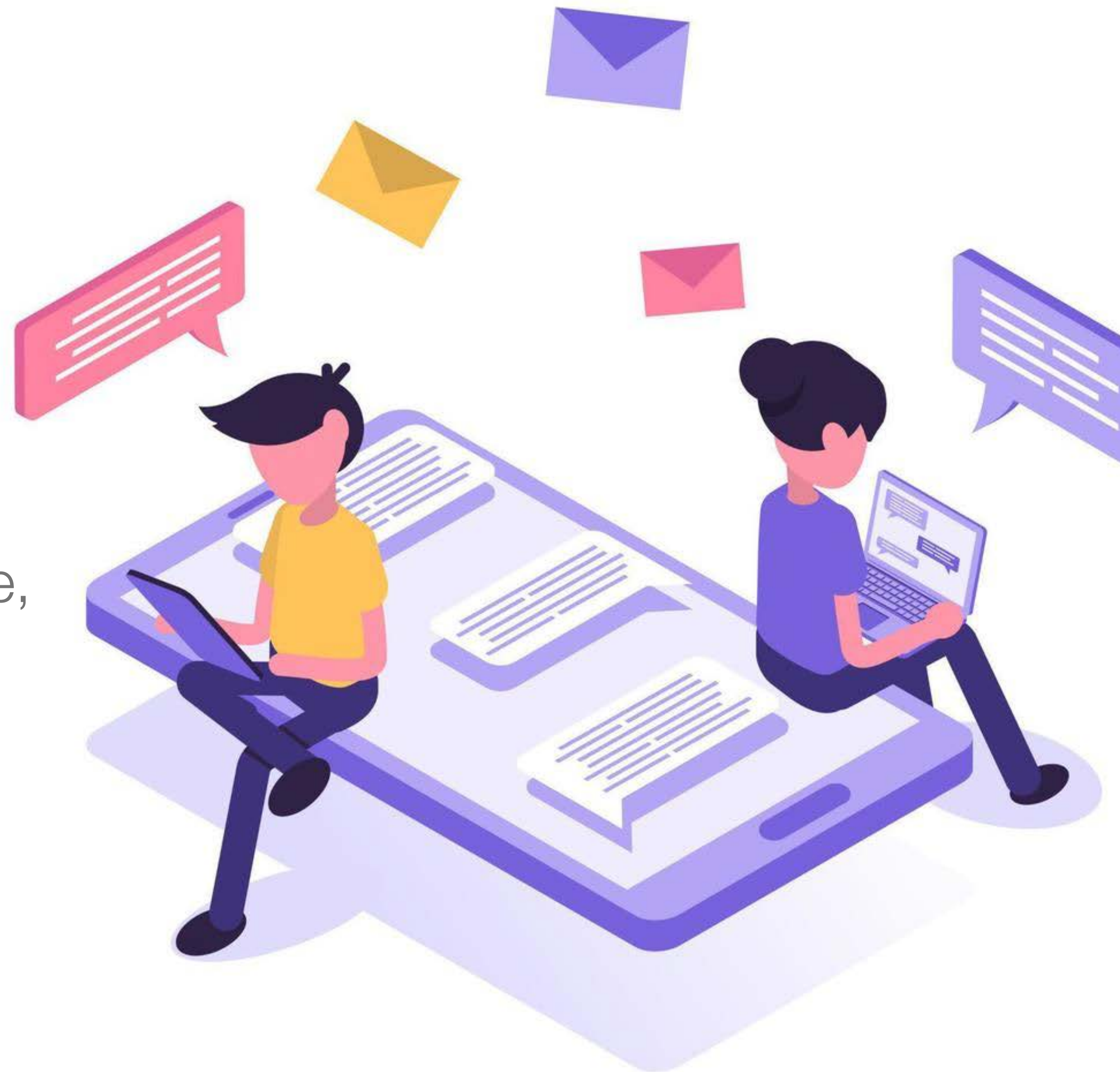
Il risarcimento del danno è parametrato ad una serie di fattori:

- Il tipo di offesa o il fatto attribuito al professionista;
- La qualità del professionista;
- La permanenza online dell'offesa;
- Il numero di persone che possono leggere l'offesa.

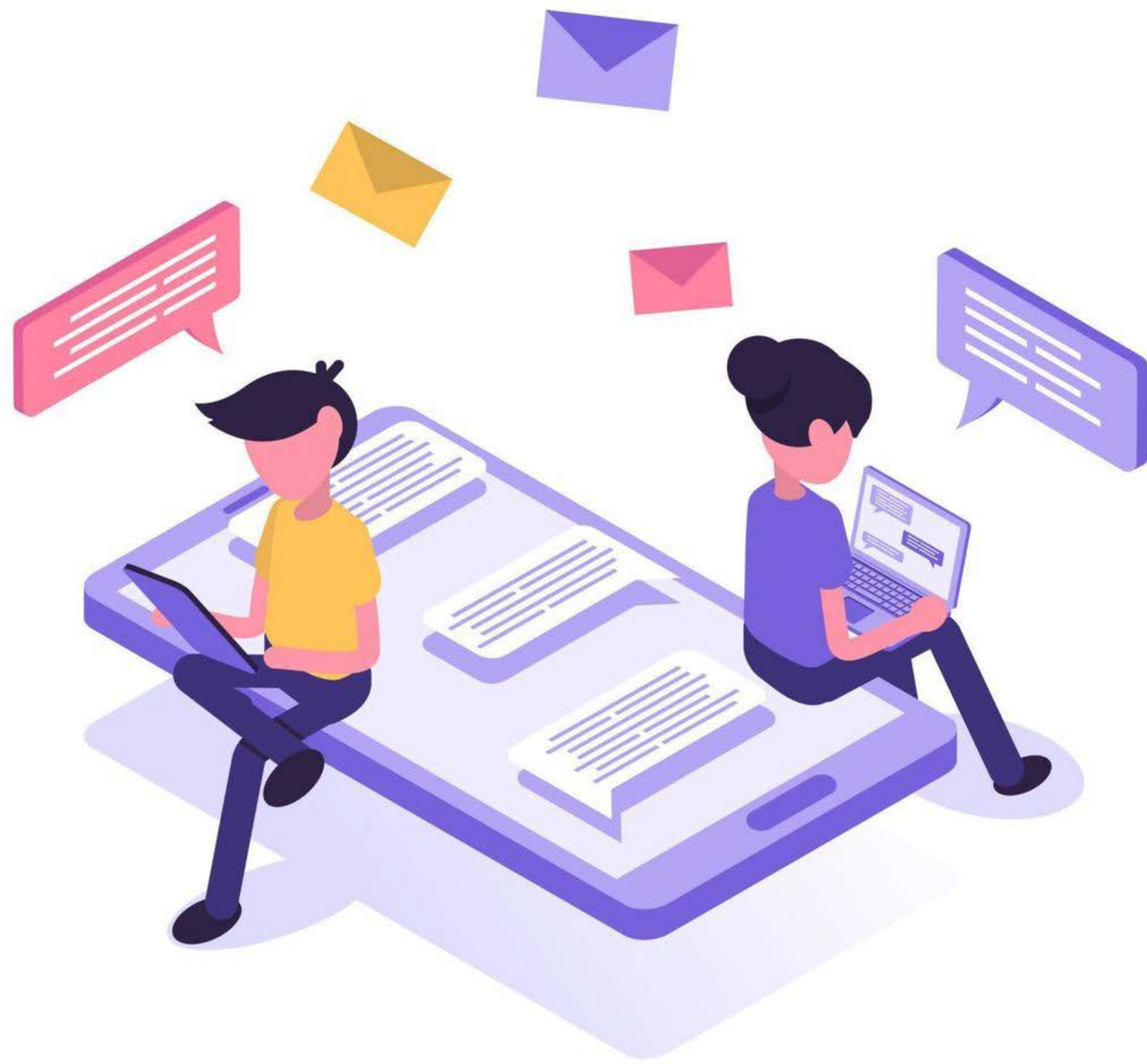


Attenzione!

Quando la persona offesa è presente online al momento della pubblicazione, non si tratta di diffamazione ma di **ingiuria**.



Attenzione!



L'ingiuria è un **illecito civile** e, pertanto, richiede una causa di tipo civile. La sanzione è costituita innanzitutto dal risarcimento del danno secondo i parametri visti per la diffamazione.

All'esito della sentenza, il giudice condanna il responsabile anche ad una **sanzione amministrativa** da pagare allo Stato che va da 100 a 8.000 €.

Invece, per l'ingiuria aggravata (consistente nell'attribuzione alla vittima di un fatto determinato) la sanzione va da 200 a 12.000 €.

Adire le vie **legali**

Naturalmente tutto questo ha dei costi spesso elevati per le **spese legali**.

In Italia vige il “**principio della soccombenza**” (chi perde una causa è tenuto a pagare le spese legali sostenute dalla parte vittoriosa), ma le spese vanno anticipate, senza un’effettiva garanzia di recuperarle.



Percorso **alternativo** alle vie legali

Per evitare gli esborsi legati alle spese legali, **se si è in grado di sostenere e documentare le proprie ragioni**, si può replicare pubblicamente o privatamente alla recensione negativa, riportando la propria versione dei fatti e le prove a sostegno.



Dani Park

I had a terrible experience at this practice.

➔ Response posted to Google

We'd like to apologize for your experience. We make an effort to delight all of our patients, and we're sorry we didn't meet your expectations. Please give us a call at 555-555-5555 so we can make this right.



Mario Rossi

3 recensioni



un anno fa

Gentile Sig. Tizio, siamo dispiaciuti per il suo risentimento nei nostri confronti, ma tengo a precisare che quanto da lei riportato non risponde al vero e che i fatti si sono svolti in modo diverso da quanto lei afferma. Infatti,

...

Per queste ragioni, riteniamo che la sua recensione sia ingiustamente diffamatoria nei nostri confronti, e ne chiediamo l'immediata rimozione, fatta salva ogni eventuale ulteriore azione da parte nostra, a tutela della nostra reputazione personale e professionale.



Mario Rossi

3 recensioni



un anno fa

Naturalmente, **se la recensione negativa è veritiera**, si chiede di poterne parlare in privato, si chiede scusa e si offre una forma di riparazione.

È importante **proteggere** la propria immagine online.



ATTI DI AGGRESSIONE





Ci si deve difendere

Chiamare le forze dell'ordine e **denunciare.**



Occorre agire in **prevenzione**



Agire in **prevenzione**

significa predisporre ad impedire il verificarsi di fatti indesiderati o dannosi.



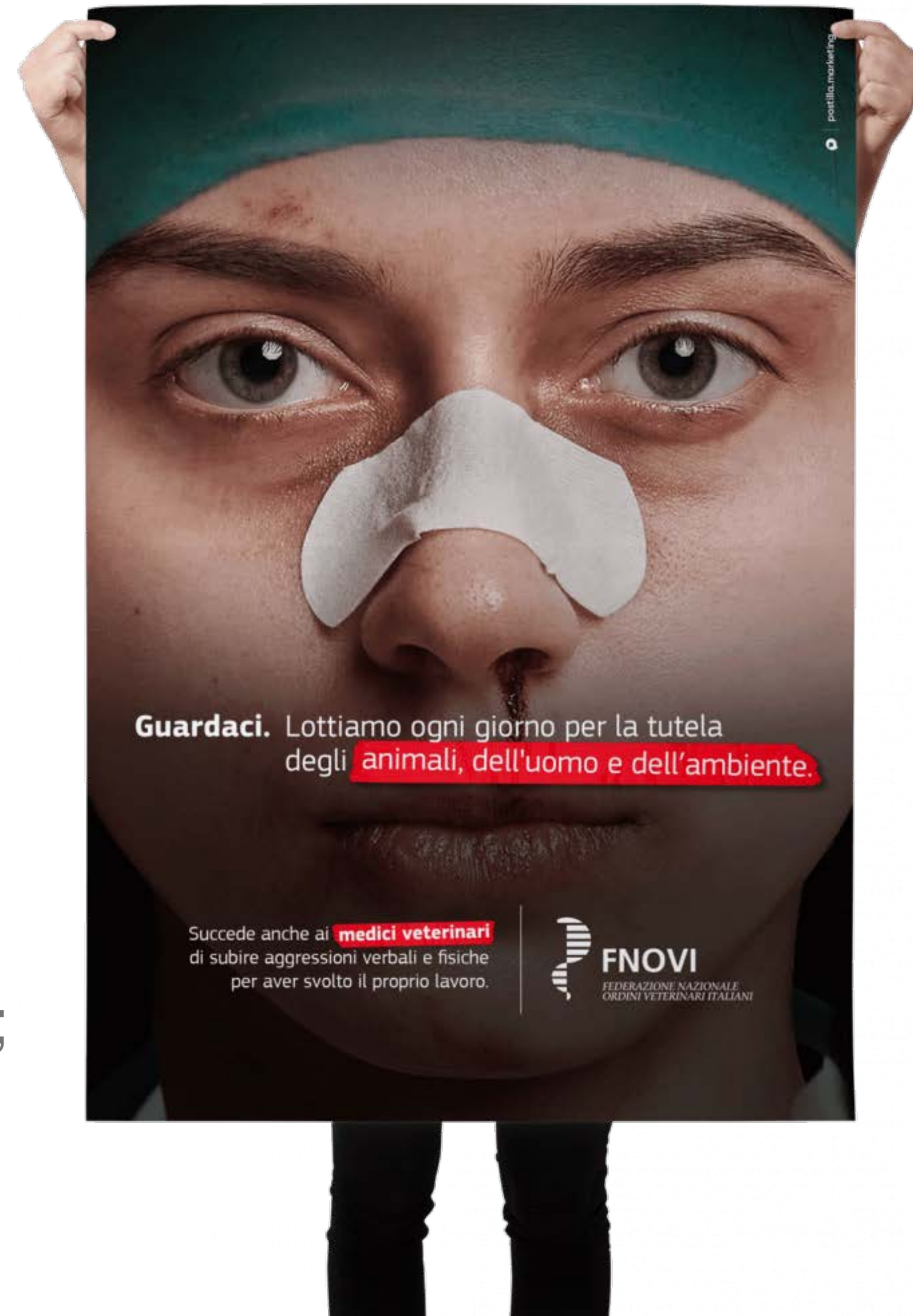
(nel rispetto delle norme sulla privacy e sui luoghi di lavoro)

Agire in **prevenzione**

ATTENZIONE

Fattori di rischio dell'aggressività da parte dell'utenza:

- Necessità di scaricare una frustrazione;
- Dolore;
- Percezione sbagliata della relazione con il curante;
- **Aspettative.**



Esiste una stretta **correlazione** tra pubblicità e aspettative

Il cliente che si rivolge ad un veterinario ha delle aspettative generate dal tipo di messaggio pubblicitario che ha ricevuto e, più in generale, dal tipo di immagine che il veterinario e la struttura trasmettono.



ATTENZIONE!



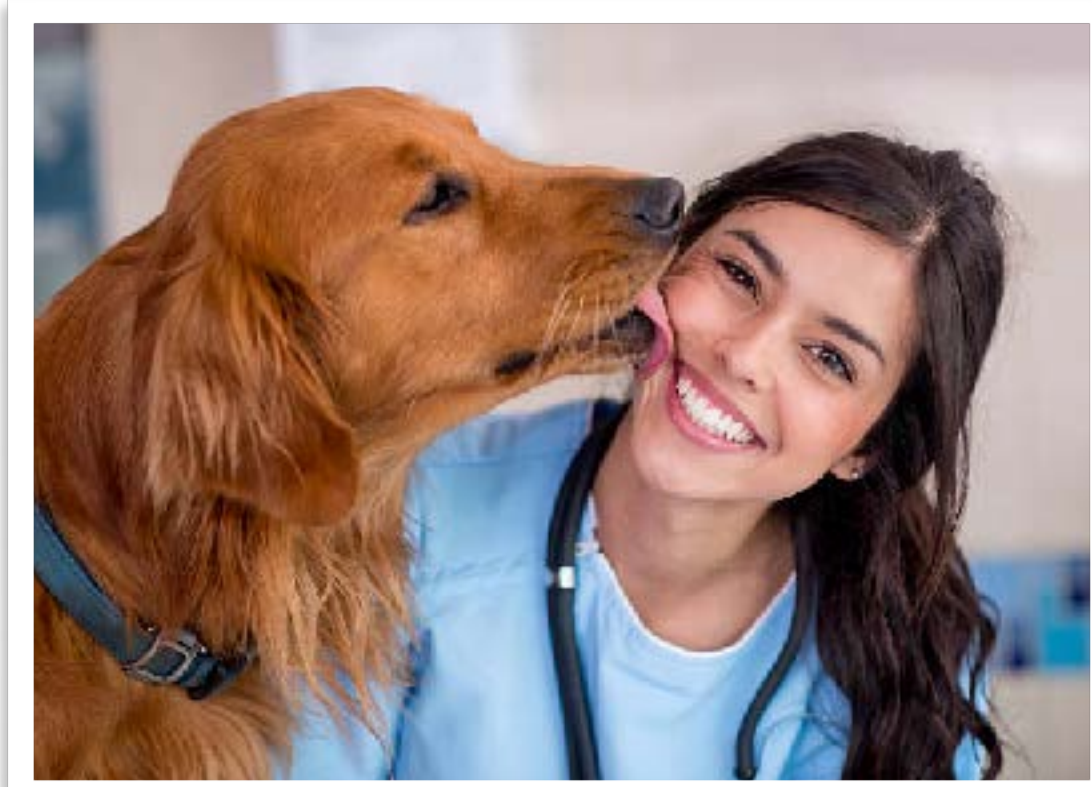
Internet e i “social” non sono spazi privati.

Di conseguenza...



- se pubblico contenuti di carattere “privato”, posso contaminare la mia reputazione come professionista;
- se voglio promuovere la mia immagine come professionista, devo conoscere i principi ed i meccanismi della comunicazione.

Esiste una stretta **correlazione** tra pubblicità e aspettative



Messaggio trasmesso:

- Ama il mio animale quanto me.
- È un amico.

Cosa mi aspetto da un amico?

- Che faccia tutto quello che gli chiedo.
- Che mi faccia pagare poco o niente.



Esiste una stretta **correlazione** tra pubblicità e aspettati

GRATIS!

PACCHETTO CANE ANZIANO
BASE

€540

Messaggio trasmesso:

- Costa poco.
- Vale poco.

Cosa mi aspetto da un veterinario che vale poco?

- Che si approfitti di me.
- Che non sia del tutto onesto.

50%
OFF



Esiste una stretta **correlazione** tra pubblicità e aspettative



Messaggio trasmesso:

- Veterinario professionale
- Informazione completa e trasparente
- Responsabilità

Cosa mi aspetto da un professionista competente?

- Potermi fidare

Una **corretta pubblicità sanitaria** consente di trasmettere informazioni affidabili e, di conseguenza, di colmare il “gap” tra le aspettative del cliente ed il contesto.



Chi sono gli esperti di pubblicità?



I professionisti della comunicazione.

Campagna pubblicitaria: serie coordinata di messaggi pubblicitari che, veicolati attraverso uno o più media, mirano a raggiungere un obiettivo prefissato.



Essere nel mondo dei **Social Media**

ha trasformato chiunque in un marketing manager, art director e copywriter.



In realtà, si è solo molto abbassato il livello della “comunicazione”.



Dr. Qualazampa 

Riferimenti **normativi**

Art. 51 Codice Deontologico dei Medici Veterinari

Pubblicità informativa sanitaria

Al Medico Veterinario e alle strutture medico veterinarie è consentita la pubblicità informativa circa l'attività professionale; possono essere indicati i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto nonché l'onorario relativo alle prestazioni.





Riferimenti **normativi**

Art. 51 Codice Deontologico dei Medici Veterinari

Le informazioni non devono essere
equivocche, ingannevoli, comparative e
suggestive.

La pubblicità deve essere resa secondo
correttezza, trasparenza e verità, il cui rispetto
è verificato dall'Ordine di appartenenza e/o
dall'Ordine competente per territorio.

Riferimenti **normativi**

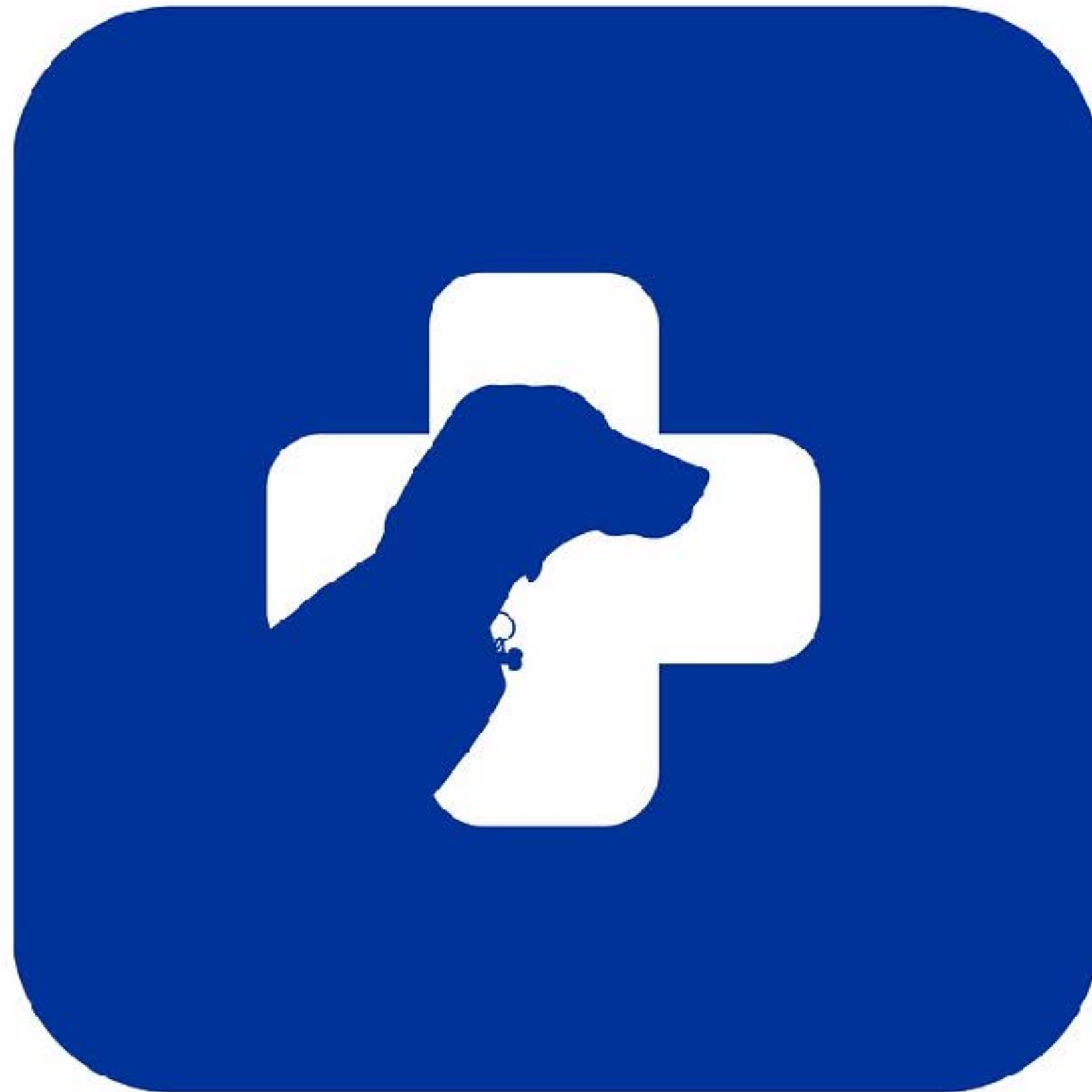
*Art. 51 Codice Deontologico
dei Medici Veterinari*



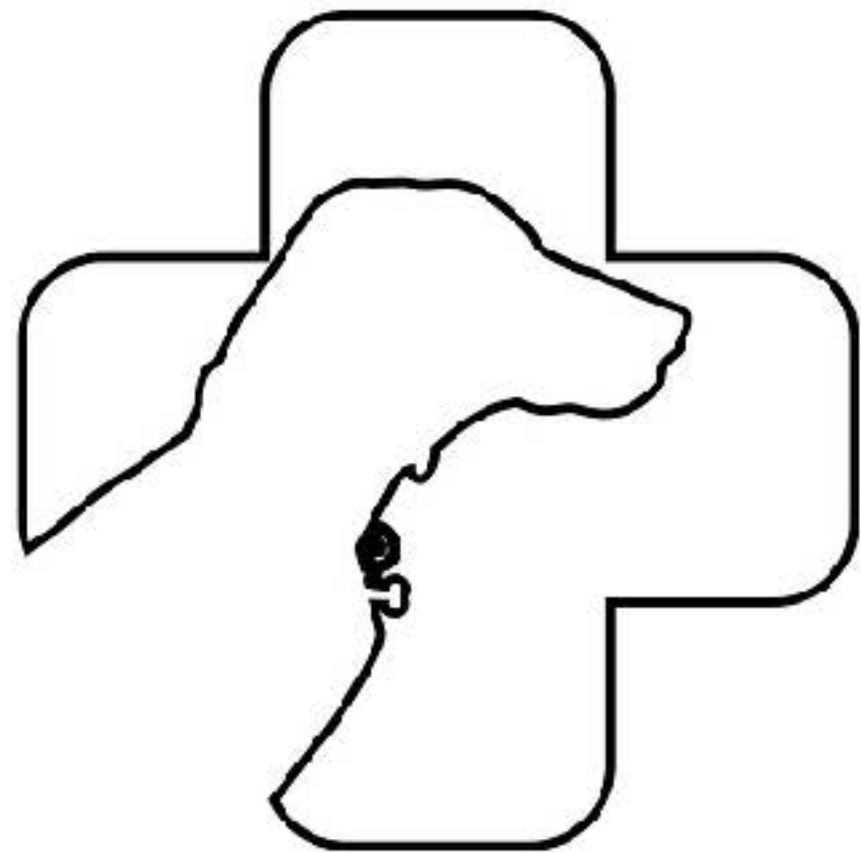
Il Medico Veterinario che partecipa, collabora od offre testimonianza all'informazione sanitaria deve osservare i principi di rigore scientifico, di onestà intellettuale e di prudenza evitando qualsiasi forma diretta o indiretta di pubblicità commerciale personale o a favore di altri.

E' vietata ogni forma di pubblicità occulta o non palese.

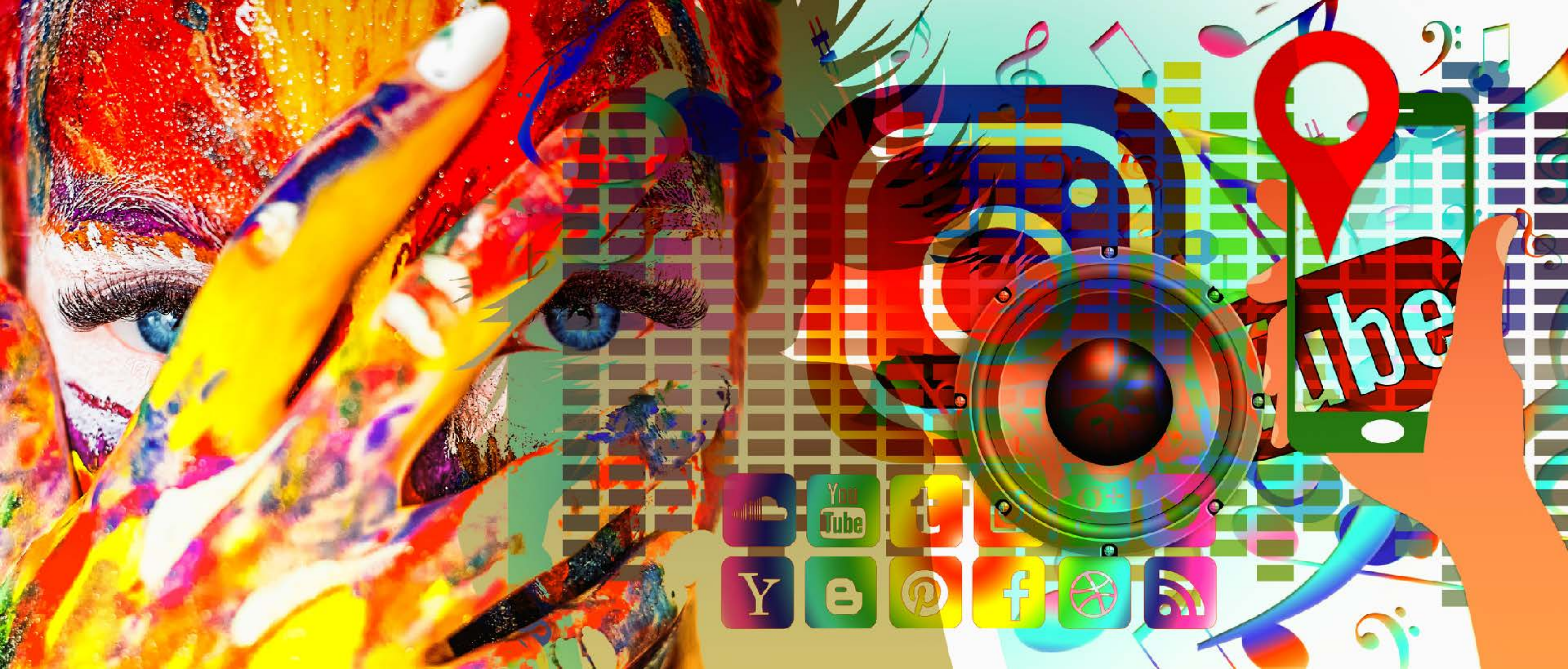
Riferimenti **normativi**



La **legge di bilancio 2019** art. 1 co. 525 e 536 ha introdotto specifiche norme per la pubblicità in campo sanitario.

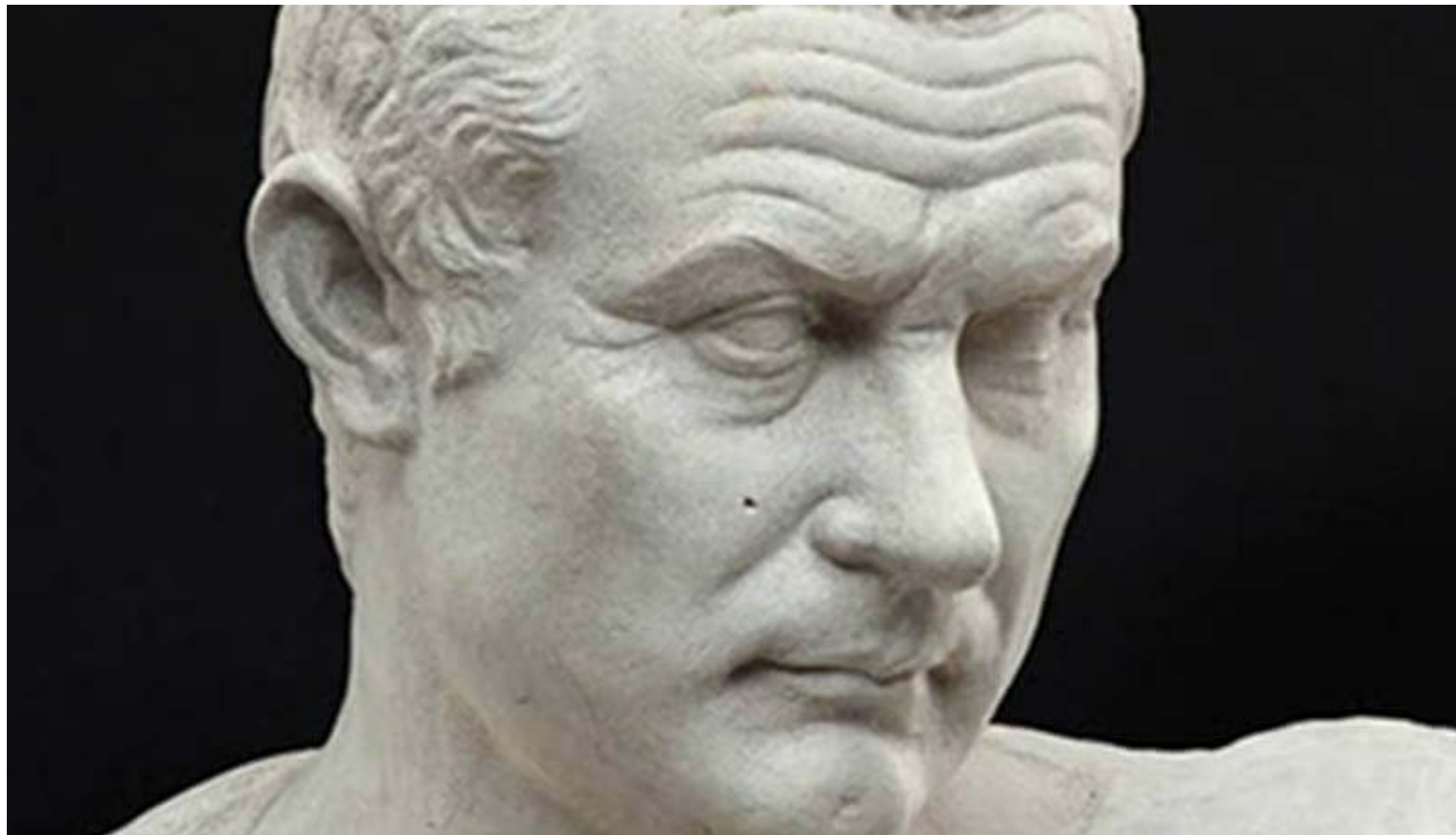


Le comunicazioni informative da parte delle strutture sanitarie private di cura e degli iscritti agli albi degli Ordini delle professioni sanitarie possono contenere unicamente le informazioni circa i titoli e le specializzazioni, le caratteristiche del servizio offerto e il prezzo delle prestazioni, secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio, funzionali a garantire la sicurezza dei trattamenti sanitari, **con esclusione di qualsiasi elemento di carattere promozionale o suggestivo**, nel rispetto della libera e consapevole determinazione del cliente, a tutela della salute pubblica, della dignità della persona e del suo diritto a una corretta informazione sanitaria.



Occorre sviluppare e coltivare delle **abilità** nell'ambito della **comunicazione**,
come parte del proprio percorso di formazione professionale.

Grazie per l'attenzione!



“Non c'è nulla che le male lingue non possano peggiorare.”

Terenzio
(Publio Terenzio Afro)
190 a.C. - 159 a.C.
Commediografo

Avv. Daria Scarciglia



Via Tintoretto, 5
41051 Castelnuovo R. (MO)



+39 348 2686869



daria.scarciglia@gmail.com

PEC

daria.scarciglia@ordineavvmodena.it



www.dariascarciglia.it