



*ORDINE DEI MEDICI CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI
DELLA PROVINCIA DI TRENTO*

*Via V. Zambra, 16 – 38121 Trento
Cod. Fisc. 80013290228*

Metodologia della Pubblicità Sanitaria

Alla luce della Legge 30 dicembre 2018, n. 145 (c.d. legge di bilancio 2019), che ha introdotto specifiche norme per la informazione pubblicitaria in campo sanitario, è utile riassumere le modalità di valutazione della stessa, così da fornire degli elementi per poter esprimere un parere preventivo sulle richieste degli iscritti ed avere delle linee di riferimento per poter procedere contro eventuali abusi in questo campo.

Nella legge richiamata, è stato soprattutto stabilito che **non devono comparire elementi di "carattere promozionale o suggestivo"** (inteso anche come capacità suggestionale).

La legge, dunque, (non più solo il Codice Deontologico) ha stabilito in maniera inequivocabile la netta distinzione fra pubblicità commerciale ed informazione sanitaria.

Quest'ultima, quindi, in linea con i richiami deontologici alla dignità ed al decoro della professione, dovrà attenersi scrupolosamente alle norme vigenti ed agli articoli del Codice stesso, di seguito richiamati.

Alla fine del testo sono riportati per sintesi i riferimenti normativi essenziali, alla cui lettura si rimanda.

Sono inoltre consultabili, per l'ambito Odontoiatrico, le specifiche "Raccomandazioni nell'interpretazione del messaggio informativo in Odontoiatria", approvate dalla CAO Nazionale.

Alla fine del testo sono riportati per sintesi i riferimenti normativi essenziali, ricordando che il testo base rimane comunque la legge 175/92, abrogata di alcuni articoli.

Definizione

Si definisce INFORMAZIONE pubblicitaria in campo sanitario la **comunicazione** ai cittadini attraverso **qualsiasi mezzo** mediatico, delle **informazioni** relative all'attività svolta, compresi titoli, ubicazioni topografiche e altre informazioni utili a localizzare la sede dove reperire i servizi offerti.

Titolarità della pubblicità

Possono effettuare pubblicità informativa solo coloro che siano in possesso della titolarità dell'attività sanitaria specifica, ossia il **titolare della Struttura** semplice o complessa (Ambulatorio, clinica o altro) o il **titolare dello Studio Medico** o Odontoiatrico, regolarmente abilitato alla professione e iscritto all'Albo.



**ORDINE DEI MEDICI CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI
DELLA PROVINCIA DI TRENTO**

*Via V. Zambra, 16 – 38121 Trento
Cod. Fisc. 80013290228*

Nel caso di strutture o società, i rapporti con l'Ordine saranno tenuti dal relativo Direttore Sanitario, il quale si assume la responsabilità deontologica della correttezza del messaggio informativo/pubblicitario.

In tutti i casi di presenza di un Direttore Sanitario, i dati atti ad identificarlo (generalità e qualifica) dovranno essere obbligatoriamente riportati in tutti i messaggi e le pubblicazioni destinati al pubblico (art. 4 legge 175/92).

Obblighi

Dal 1 maggio 2019 il **Direttore Sanitario deve essere obbligatoriamente iscritto all'Ordine dei Medici della Provincia in cui ha sede l'attività**. Questo anche nel caso in cui l' esercente abbia un'attività personale, al di fuori della Direzione Sanitaria (proprio studio, consulente ecc.) prevalente in altra provincia. È fatto obbligo all'iscritto comunicare al proprio Ordine la qualifica di Direttore Sanitario e, nel caso di dimissioni dall'incarico, comunicare tempestivamente la decadenza da questo ruolo.

Mezzi utilizzabili

È possibile effettuare opera di **informazione** al pubblico attraverso canali quali stampa, televisione, radio, cartellonista, Web ed altro a patto che il canale pubblicitario prescelto non sia disdicevole per il decoro professionale, sia per la tipologia, che per il luogo in cui avviene la pubblicità.

Caratteristiche

La informazione sanitaria deve essere "**accessibile, trasparente, rigorosa e prudente, fondata sulle conoscenze scientifiche acquisite e non deve divulgare notizie che alimentino aspettative o timori infondati o, in ogni caso, idonee a determinare un pregiudizio dell'interesse generale**".

Non dovranno comparire in essa, inoltre, **elementi di "carattere promozionale o suggestivo"**, (inteso anche come suggestionale), ossia immagini o testi che possano far pensare al cittadino che con determinate diagnosi o terapia possano ottenere risultati mirabolanti, oppure che non abbiano relazione con il percorso sanitario (es: immagini di personaggi testimonial felici e sorridenti come risultato della terapia stessa, quando invece sono mere immagini suggestive).

Il messaggio informativo pubblicitario potrà contenere sia elementi per il contatto (numeri telefonici, indirizzo stradale, indirizzo mail, sito web, presenza sui social media, orari di apertura), che **informazioni specifiche riguardanti l'attività professionale**.

In conclusione, nel messaggio sono **ammesse esclusivamente** le informazioni riguardanti:

- I titoli e le specializzazioni professionali legalmente ottenuti, riconosciuti e validati.
- I Master e Corsi di Perfezionamento riconosciuti dalle Istituzioni pubbliche, su argomenti specifici.



**ORDINE DEI MEDICI CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI
DELLA PROVINCIA DI TRENTO**

*Via V. Zambra, 16 – 38121 Trento
Cod. Fisc. 80013290228*

- La tipologia dell'attività.
- Le caratteristiche del servizio offerto.
- L'onorario relativo alle prestazioni, purché in maniera chiara, precisa, inequivocabile, non come unico o prevalente elemento dell' informazione, mai promozionale.

Si devono invece aver presenti norme restrittive, fra le quali:

- Non sono consentiti messaggi equivoci, poco chiari, ingannevoli, né denigratori nei confronti di altre categorie o colleghi;
- Non sono consentiti messaggi comparativi verso colleghi, specie in riferimento a terapie specifiche;
- Non sono consentite notizie su metodologie, pratiche, innovazioni, efficacia, apparecchiature o strumentazioni, terapie, se non definitivamente approvati e validati dalle Istituzioni preposte e dalla Comunità Scientifica.
- Non sono consentite, in generale, notizie prive di fondamenti scientifici certi, validati dalla Comunità Scientifica.
- Non sono consentiti messaggi che pubblicizzino metodologie come innovative, quando esse siano terapie abituali.
- La pubblicità non può violare la normativa della privacy: non è consentita la pubblicazione del viso del paziente o casi in cui esso sia facilmente riconoscibile da altri (salvo specifica liberatoria);
- Non è consentita pubblicità evocativa; esempio: contenere immagini di modelli o testimonial o visi che potrebbero richiamare l'esito della prestazione stessa;
- Non è consentita la pubblicità emozionale, ovvero tendente a dimostrare uno stato di benessere fisico o psichico, in relazione ad una determinata terapia (quali visi sorridenti o compiaciuti di ipotetici pazienti, o immagini accattivanti, specie se avulsi dal contesto);
- Non è consentito pubblicizzare prestazioni in forma di gratuità o di bonus;
- Non è consentito pubblicizzare uno sconto percentuale verso il proprio o altrui tariffario;
- Non è consentito pubblicizzare dispositivi medici con marchi commerciali o marchi commerciali stessi;
- Non è consentito pubblicizzare tecniche operative che "enfaticizzano" particolari abilità personali o particolari attrezzature.

Raccomandazioni: Glossario e Casistica

Sono consultabili Glossario e Casistica al seguente LINK:

<https://www.ordinemediciperugia.it/modulistica-docman/regolamenti/192-raccomandazioni-nella-interpretazione-del-messaggio-informativo-in-odontoiatria/file>

Qualora abbiate dei dubbi sulla forma e sui contenuti delle vostre iniziative di informazione e Pubblicità Sanitaria è possibile richiedere un parere preventivo non vincolante all'Ordine, ricordandovi



*ORDINE DEI MEDICI CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI
DELLA PROVINCIA DI TRENTO*

*Via V. Zambra, 16 – 38121 Trento
Cod. Fisc. 80013290228*

che la responsabilità è e rimane sempre a carico del Professionista, inviando una PEC all'indirizzo segreteria.tn@pec.omceo.it

SANZIONI

La norma prevede, in caso di violazione, che l'Ordine professionale possa agire contro il professionista iscritto e/o la società di professionisti (STP), mentre l'organo deputato ad agire contro le società civili titolari dell'autorizzazione sanitaria sarà l'Autorità Garante delle Comunicazioni (AGCOM), anche su segnalazione dell'Ordine.

NORMATIVA IN MATERIA DI INFORMAZIONE SANITARIA

- Codice Deontologia Medica del 2014 con modifiche del 2016 – articoli 54, 55, 56, 57 e 69
- Legge 5 febbraio 1992, n. 175 artt. 4, 5, 8 e 9
- Decreto Legislativo 24 febbraio 1997, n. 46 art. 21
- Legge 4 agosto 2006, n. 248 art. 2
- Decreto Legge 13 agosto 2011 n. 138 art. 3, comma 5, coordinato con la Legge di conversione 14 settembre 2011, n. 148
- Decreto del Presidente della Repubblica 7 agosto 2012 n. 137, art. 4
- Legge di bilancio 2019, art. 1 commi 525 e 536 (GU n.302 del 31-12-2018)