



ORDINE DEI MEDICI CHIRURGHI E ODONTOIATRI DELLA PROVINCIA DI CUNEO

12100 CUNEO - Via Mameli, 4 bis – Tel.0171692195-Fax 0171692708 –
sito: www.omceo.cuneo.it e.mail: segreteria@omceo.cuneo.it

Regole di comportamento in materia di informazione sanitaria e guida pratica

Recentemente la legge di bilancio e alcune sentenze hanno integrato e aggiornato le regole per una corretta pubblicità sanitaria chiarendo che non devono comparire elementi di "carattere promozionale o suggestionale". Lo scopo della complessa normativa era e resta quello di evitare che una informazione di tipo suggestionale o scorretta possa influenzare le scelte dei cittadini in un ambito estremamente sensibile come quello della salute. Come già specificato nella prima legge "liberalizzatrice", la c.d. Bersani, tali regole si applicano a qualunque tipo di messaggio, con qualunque mezzo diffuso (quindi stampa, radio, tv, insegne, web, social network...).

- Il soggetto che effettua pubblicità informativa sanitaria deve essere colui che è in possesso della speciale autorizzazione amministrativa (SSUU Cass. Civ. 5 novembre 1993 n.10942) e, nel caso di personalità giuridica, deve essere chiaramente indicato il nome, cognome e titoli professionali del medico incaricato della direzione sanitaria (art. 4 legge 175/92). A partire dal 1/05/2019, il direttore sanitario dovrà essere iscritto **obbligatoriamente** presso l'Ordine provinciale dove esercita tale funzione.

Tale soggetto può informare il pubblico, oltre che sulle modalità attraverso le quali può essere contattato (numeri telefonici, indirizzo civico ed e-mail, giorni ed orari apertura) di specifici aspetti che riguardano la sua attività professionale. Nel dettaglio può informare circa:

- *i titoli e le specializzazioni professionali, con valore legale ottenuti e/o riconosciuti in Italia, utilizzando l'esatta dizione degli stessi*
- *le caratteristiche del servizio offerto, cioè quali attività professionali vengono da lui svolte (a titolo esemplificativo, e non esaustivo: conservativa, endodonzia, protesi, implantologia, ecc.; oppure neurologia, radiodiagnostica, cardiologia, oculistica ecc.)*
- *il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni, cioè senza "spezzettare" la prestazione, ma deve essere indicato il valore complessivo dell'onorario che verrà richiesto al cittadino per quel tipo di prestazione, questo secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio.*

La pubblicità informativa sanitaria, inoltre, 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".

Tutto ciò che non rientra nei punti precedenti, è vietato; così come sono vietati messaggi sleali, equivoci, ingannevoli o denigratori.

Quindi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, è vietato:

- Violare il segreto professionale ;ai sensi della normativa sulla privacy, il viso è considerato al pari di "nome e cognome": tale vincolo può essere superato solo nel caso di "giusta causa" e non per il "proprio o l'altrui profitto" (vedasi art. 622 c.p. sia l'aggravante prevista dall'art.10 del Codice Deontologico)
- Utilizzare testimonials
- Visite o prestazioni gratuite, se non in casi particolari e limitati nel tempo
- Immagini, slogan, video, post "evocativi" e non strettamente funzionali all'oggetto della comunicazione
- Sconti di qualunque tipo
- master privati o conseguiti all'estero senza riconoscimento legale in Italia e/o specializzazioni inesistenti
- Pubblicizzare dispositivi medici o nomi di marchi commerciali
- La denominazione e la descrizione dello studio/struttura che si possa interpretare come riferita a una complessità strutturale, organizzativa e di prestazioni inesistente.
- le informazioni sanitarie o i redazionali descrittivi tecniche o modalità operative, anche quando contenutisticamente corrette, che evocano il possesso di particolari abilità o enfatizzano l'uso di particolari attrezzature o possano rivestire carattere comparativo.

Informazioni consentite:

- I titoli di specializzazione, di libera docenza, i master universitari, i dottorati di ricerca, i titoli di carriera, i titoli accademici ed eventuali altri titoli.
- Le metodiche diagnostiche e/o terapeutiche effettivamente utilizzate e ogni altra informazione rivolta alla salvaguardia e alla sicurezza del paziente,
- Le prestazioni sanitarie effettuate direttamente dal professionista e parcellate.

- Denominazione dello studio, indirizzo di svolgimento dell'attività, orari di apertura, modalità di prenotazione delle visite e degli accessi ambulatoriali e/o domiciliari, eventuale presenza di collaboratori e di personale con l'indicazione dei relativi profili professionali e le branche specialistiche con i nominativi dei sanitari afferenti e del sanitario responsabile, il nominativo del Direttore sanitario, obbligatorio quando presente.
- Una mappa stradale di accesso allo studio o alla struttura.

Nell'informazione WEB:

- Collegamenti ipertestuali purché rivolti soltanto verso autorità, organismi e istituzioni indipendenti Esempio: Ordini professionali, Ministero della Salute, Istituto Superiore di Sanità, Servizio Sanitario Regionale, Università, Società Scientifiche.
- Spazi pubblicitari tecnici al solo scopo di fornire all'utente utili strumenti per la navigazione

Spetta alle Commissioni dell'Ordine valutare la trasparenza e veridicità del messaggio informativo, che esso non contenga alcun elemento di carattere promozionale o suggestivo, e ciò a tutela della salute pubblica.

RIFERIMENTI NORMATIVI

Informazione ai Cittadini

1. **La pubblicità della professione medica deve svolgersi secondo specifiche prescrizioni di legge (ad esempio SSUU Cass. Civ. n.10151 del 14/10/1998).**
2. **Legge 4 agosto 2006 n°.248, art. 2 (Legge Bersani).** Abroga alcuni articoli della legge 175/92 ed elimina l'autorizzazione preventiva dell'informazione al pubblico.
3. **Legge 14 settembre 2011 n°. 148, art. 3 e D.P.R. 7 agosto 2012, n°. 137, art. 4** prevedono che sia "ammessa con ogni mezzo la pubblicità informativa avente ad oggetto l'attività delle professioni regolamentate, le specializzazioni, i titoli posseduti attinenti alla professioni, la struttura dello studio professionale e i compensi richiesti per le prestazioni. La pubblicità informativa dev'essere funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non deve violare l'obbligo del segreto professionale e non deve essere equivoca, ingannevole o denigratoria
4. **Legge 30 Dicembre 2018 n°. 145, commi 525, 536** si consente la comunicazione informativa distinguendola dalla pubblicità commerciale che viene vietata. Si proibisce qualsiasi elemento di carattere promozionale o suggestivo, e si stabilisce il potere sanzionatorio degli ordini professionali nei confronti dei professionisti o delle società e la segnalazione all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Nella stessa legge si prevede che :
Tutte le strutture private di cura sono tenute a dotarsi di Direttore sanitario iscritto all'albo territoriale in cui hanno sede operativa entro centoventi giorni dalla data di pubblicazione della presente legge.
5. **Sentenza Cassazione a sezioni riunite n. 23287 del 2010** chiamata a decidere su una pubblicità di avvocati vieta di "effettuare alcuna forma di pubblicità con slogan evocativi o suggestivi, privi di contenuto informativo professionale, e quindi lesivi del decoro e della dignità professionale".
6. **Sentenza Cassazione a sezioni riunite 3 maggio 2013, n. 10304** completa il quadro occupandosi della pubblicità mascherata da articolo giornalistico/intervista (e per ciò stesso vietata in quanto tendente a ingannare), valutandone anche il contenuto.
7. **Codice Deontologia Medica** del 2014 modificato nel 2016 art. 54, 55 e 56

Dispositivi medici

1. **D.Lgs. 24 febbraio 1997, n. 46 (attuazione della direttiva 93/42/CEE) art. 21** vieta la pubblicità dei dispositivi che possono essere venduti soltanto su prescrizione medica o essere impiegati eventualmente con l'assistenza di un medico o altro professionista sanitario.
2. **Sentenza CCEPS dep. 29 gennaio 2019, n°. 68/18** ribadisce il divieto della pubblicità di un dispositivo medico.

Messaggio suggestivo

- La Cassazione SS.UU. 23287/2010 vieta di effettuare alcuna forma di pubblicità con slogan evocativi o suggestivi. Questi messaggi se sono privi di contenuto informativo professionale sono lesivi del decoro e della dignità professionale.

Ulteriori riferimenti e chiarimenti

<https://www.caoce.it/wp-content/uploads/2018/11/LA-PUBBLICITA%E2%80%99-SANITARIA.pdf>

Ricordiamo, infine, che esiste un limite di spesa (art. 9-bis legge 175/92) pari al 5 per cento del reddito dichiarato per l'anno precedente. Poniamo anche l'attenzione su quanto contenuto nel **comma 536 art. 1 Legge 30 Dicembre 2018 n°. 145, e cioè l'obbligo per il direttore sanitario di iscrizione all'Ordine dove tale funzione è esercitata entro e non oltre il 30/04/2019**. Tale funzione deve essere poi comunicata tempestivamente all'Ordine, pena violazione dell'art. 69 Codice di Deontologia Medica.