

REGOLE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI INFORMAZIONE SANITARIA E GUIDA PRATICA

APPROVATO DAL CONSIGLIO DIRETTIVO DELL'ORDINE IN DATA 18.04.2019

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 persona 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 evocino il possesso di particolari abilità o enfatizzino 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.
- 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 parcelle.
- 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 art. 1, 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. **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.