

**NOTE ESPLICATIVE IN MERITO ALL'APPLICAZIONE**  
**DELLE NORME DEL NUOVO CODICE DEONTOLOGICO**  
**E DELLE RELATIVE LINEE GUIDA**  
**IN TEMA DI PUBBLICITA' INFORMATIVA SANITARIA**

**CAPO I**

**PUBBLICITA' INFORMATIVA SANITARIA - REGOLE GENERALI**

**1) Pubblicità commerciale**

Non è ammessa alcuna forma di pubblicità meramente commerciale, promozionale e comparativa.

**2) Pubblicità informativa sanitaria**

È consentita ai singoli ed alle strutture sanitarie pubbliche e private la diffusione di messaggi informativi attinenti a titoli, specializzazioni professionali, caratteristiche delle prestazioni e dei servizi sanitari offerti.

La pubblicità informativa sanitaria deve rispettare, nelle forme e nei contenuti, i principi di correttezza informativa, di responsabilità e di decoro professionale, non deve risultare arbitraria e discrezionale ma improntata all'obiettività ed alla veridicità.

**3) Informazione scientifica**

L'informazione scientifica, quale mezzo di comunicazione inerente temi di interesse scientifico ed iniziative di educazione sanitaria, può essere realizzata con libertà di forme e di mezzi purché il messaggio contenga informazioni scientificamente rigorose, obiettive e prudenti, dovendosi astenere dal divulgare notizie su avanzamenti nella ricerca biomedica e su innovazioni in campo sanitario non ancora validate e accreditate da fonti autorevoli o comunque tali da produrre timori infondati, spinte consumistiche o illusorie attese nella pubblica opinione.

**4) Competenze ordinistiche**

È affidato all'Ordine Provinciale sia il compito preventivo di verifica (attraverso apposita commissione) che di controllo successivo (anche in via disciplinare) del rispetto delle regole e dei principi individuati dalle specifiche disposizioni in merito dettate dal Nuovo Codice Deontologico (art. 55-56-57), dalla relativa Linea Guida applicativa ad esso

allegata nella formulazione e nei contenuti approvati dal Consiglio Direttivo di questo Ordine con proprie delibere e dalle presenti note esplicative, ai quali i singoli e le strutture pubbliche e private devono attenersi nell'effettuazione di pubblicità informativa sanitaria, verificando altresì il rispetto dei criteri di trasparenza e veridicità del messaggio.

#### **5) Forme consentite**

La pubblicità informativa sanitaria può essere realizzata mediante le seguenti modalità:

- targhe murarie;
- inserzioni in elenchi telefonici, pagine gialle, elenchi di categoria;
- inserzioni su riviste specializzate, giornali (quotidiani o periodici) destinati al grande pubblico;
- ogni altra forma o strumento idoneo ad assicurare il rispetto dei principi indicati nelle presenti note esplicative con particolare riferimento al decoro professionale, giusta valutazione e verifica ordinistica, da intervenirsi in via preventiva, salvi i casi di controllo successivo disciplinati dall'art. 10.

#### **6) Contenuto della pubblicità informativa sanitaria**

La pubblicità informativa sanitaria, in qualunque modalità sia realizzata, deve obbligatoriamente contenere:

- nome e cognome del sanitario;
- il titolo di medico chirurgo e/o odontoiatra;
- il domicilio professionale.

La pubblicità informativa sanitaria, in qualunque modalità sia realizzata, può inoltre avere ad oggetto gli ulteriori elementi indicati al punto n. 4) della Linea Guida inerente l'applicazione degli art. 55-56-57 del Nuovo Codice Deontologico.

L'uso della qualifica di specialista è consentito soltanto a coloro che abbiano conseguito il relativo diploma ai sensi della normativa vigente. È vietato l'uso di titolo, compresi quelli di specializzazione conseguiti all'estero, se non riconosciuti dallo Stato.

#### **7) Contenuti non ammessi**

Nella pubblicità informativa sanitaria non è ammesso l'inserimento di contenuti ingannevoli, ivi compresa la pubblicazione di notizie che ingenerino aspettative illusorie, che siano false, non verificabili o che possano procurare timori infondati, spinte consumistiche o comportamenti clinicamente inopportuni.

Sono altresì escluse le notizie e le informazioni che rivestono i caratteri di pubblicità promozionale-commerciale, artificiosamente mascherata da informazione sanitaria o che siano lesive della dignità e del decoro della categoria o comunque eticamente disdicevoli.

Non è consentito informare l'utenza circa indagini statistiche relative ai servizi sanitari o effettuare comparazioni che non abbiano per esclusivo riferimento i dati resi pubblici dalle autorità sanitarie vigilanti e dalle fonti ufficiali certificate.

Nell'ambito della pubblicità informativa sanitaria non è ammesso ospitare spazi pubblicitari, tanto meno di aziende farmaceutiche o produttrici di dispositivi o tecnologie operanti in campo sanitario.

### **7) Tariffe e costi**

È consentito inserire nella pubblicità informativa sanitaria indicazioni attinenti le tariffe ed i costi complessivi delle prestazioni erogate, fermo restando che tali elementi economici non possono costituire contenuto essenziale del messaggio.

Al fine della tutela del decoro professionale, il contenuto facoltativo di cui al comma precedente non può essere inserito nella pubblicità informativa sanitaria realizzata mediante targhe ed insegne.

### **8) Procedimento di verifica**

La pubblicità informativa sanitaria è soggetta a verifica da parte della competente Commissione dell'Ordine cui risulta iscritto il professionista richiedente o in cui abbia sede la struttura sanitaria (pubblica o privata) richiedente.

Nel caso in cui l'attività cui si riferisce la pubblicità informativa sanitaria sia svolta in una provincia diversa da quella di iscrizione (del professionista) o sede (della struttura sanitaria) richiedenti, la verifica spetta all'Ordine territorialmente competente.

La richiesta di effettuazione di una pubblicità informativa sanitaria deve essere preventivamente presentata dal professionista o dal direttore sanitario della struttura (pubblica o privata) all'Ordine competente ai sensi dei commi precedenti, corredata da una dichiarazione autocertificativa in ordine a descrizione dettagliata del tipo, delle caratteristiche e dei contenuti della pubblicità informativa sanitaria.

Ai fini della verifica, la Commissione ordinistica competente, presa visione della documentazione prodotta dal professionista o dal direttore sanitario ai sensi del comma precedente, verifica il rispetto della disciplina dettata dal Nuovo Codice Deontologico, dalla relativa linea guida applicativa nella formulazione e nei contenuti approvati dal Consiglio

Direttivo di questo Ordine con proprie delibere, dalle presenti note esplicative e dalle disposizioni legislative di settore.

Entro il termine di giorni 30 (trenta) dalla data di presentazione della domanda la Commissione ordinistica competente provvede al completamento della verifica.

### **9) Ambito di applicazione**

Le presenti note esplicative trovano applicazione per ogni forma di pubblicità informativa sanitaria consentita dalle disposizioni normative e deontologiche, da integrarsi con quanto specificamente disposto nel capo II per quanto attiene l'utilizzo degli strumenti informatici e telematici.

La procedura di verifica di cui all'art. 8 delle presenti note esplicative non dispensa il professionista o il direttore sanitario richiedenti dall'ottenimento di ogni eventuale ed ulteriore autorizzazione amministrativa ad altri fini richiesta ai sensi di legge.

## **CAPO II**

### **PUBBLICITA' INFORMATIVA SANITARIA TRAMITE INTERNET**

#### **10) Pubblicità informativa sanitaria tramite internet**

E' consentito effettuare pubblicità informativa sanitaria attraverso siti Internet, nel rispetto delle norme e dei principi dettati in materia dal Codice Deontologico, dalla relativa Linea Guida ad esso allegata, dalle presenti note esplicative e dal D. Lgs. n. 70 del 9 aprile 2003.

Il professionista o il direttore sanitario (in caso di strutture sanitarie pubbliche o private) che intendano effettuare pubblicità informativa sanitaria tramite siti internet devono inoltrare in via preventiva all'Ordine apposita richiesta di effettuazione ai sensi dell'art. 8 delle presenti note esplicative, da rinnovarsi anche nel caso in cui si intenda apportare qualsivoglia variazione all'originaria composizione del sito.

L'Ordine, attraverso i propri organi competenti, provvede in merito alle richieste inoltrate ai sensi del comma precedente secondo le procedure previste e disciplinate dall'art. 8 delle presenti note esplicative, valutando l'effettivo rispetto delle norme in materia di pubblicità informativa sanitaria dettate dal Codice Deontologico e dalla Linea Guida allegata e dal presente regolamento nella formulazione e nei contenuti approvati dal Consiglio Direttivo di questo Ordine con proprie delibere.

#### **11) Caratteristiche del sito**

Il sito deve essere registrato come dominio di primo livello a nome del medico e/o odontoiatra interessato o del legale rappresentante della struttura sanitaria pubblica o privata.

Non è consentita l'utilizzazione di spazi Web gratuiti e di redirect su altri providers.

La denominazione del sito Web e l'eventuale indirizzo e-mail devono contenere riferimenti diretti ad identificare il medico, l'odontoiatra o la struttura sanitaria pubblica o privata.

Il sito Web deve essere visualizzabile mediante l'utilizzo dei browser più comuni.

Per la corretta visualizzazione del sito non deve essere richiesta l'installazione di software e/o plug-in, né di cookies.

### **12) Contenuti del sito**

Oltre al contenuto obbligatorio indicato dall'art. 6 comma I, nella home page del sito deve altresì essere indicato l'Ordine Provinciale ed il numero di iscrizione del sanitario.

Il sito deve avere caratteristiche grafiche e cromatiche consone al decoro della professione e non deve contenere alcuna forma di pubblicità meramente commerciale, promozionale e comparativa.

Non sono consentite animazioni ad eccezione dei filmati di carattere scientifico. In tale ipotesi, ove le scene riprodotte possono turbare la sensibilità degli utenti, deve essere richiesto apposito preventivo consenso ai fini dell'accesso alla pagina.

Sono consentiti la riproduzione della piantina stradale atta ad identificare l'ubicazione dello studio medico e/o odontoiatrico e della struttura e l'inserimento di indicazioni attinenti le tariffe ed i costi complessivi delle prestazioni erogate, fermo restando che tali ultimi elementi economici non possono costituire contenuto essenziale del sito.

Nel caso in cui il professionista o la struttura sanitaria pubblica o privata siano convenzionati con una associazione di mutualità volontaria, possono darne informazione al pubblico.

### **13) Spazi pubblicitari e collegamenti**

Il sito Web non deve ospitare spazi pubblicitari (cosiddetti banner) o fare riferimento a prodotti di industrie farmaceutiche o di dispositivi medici legati all'esercizio dell'attività professionale.

Sono esclusi da tale divieto gli spazi pubblicitari tecnici la cui presenza sul sito ha lo scopo di fornire all'utente strumenti utili di visualizzazione dei dati (ad esempio: software

per leggere documenti, software per la comprensione dei dati, ecc.) a condizione che trattasi di programmi shareware o freeware. Sono altresì esclusi gli strumenti utili al proprietario del sito per il controllo e monitoraggio degli accessi (ad esempio: contatori, ecc.)

Il sito può contenere una zona riservata per notizie informative destinate unicamente ai professionisti medici o odontoiatri a condizione che lo stesso sia preventivamente identificato attraverso apposito form e venga rilasciata una password di accesso.

E' consentita l'indicazione di link e siti Web di istituzioni pubbliche di rilievo nazionale (Ministero della Salute, FNOMCEO), e locale (Regioni, Provincie, Comuni), a banche dati di carattere scientifico in ambito sanitario ed a società scientifiche senza fini di lucro.

E' vietato l'inserimento di link a siti di Aziende farmaceutiche o produttrici di dispositivi medici o comunque aventi natura commerciale.

#### **14) Utilizzo della posta elettronica per motivi clinici**

L'utilizzo della posta elettronica (*e-mail*) nei rapporti con i pazienti è consentito purché vengano rispettati tutti i criteri di riservatezza dei dati e dei pazienti cui si riferiscono ed in particolare alle seguenti condizioni:

- a)** ogni messaggio deve contenere l'avvertimento che la visita medica rappresenta il solo strumento diagnostico per un efficace trattamento terapeutico e che i consigli forniti via e-mail vanno intesi come meri suggerimenti di comportamento; va altresì riportato che trattasi di corrispondenza aperta;
- b)** è rigorosamente vietato inviare messaggi contenenti dati sanitari di un paziente ad altro paziente o a terzi;
- c)** è rigorosamente vietato comunicare a terzi o diffondere l'indirizzo di posta elettronica dei pazienti, in particolare per usi pubblicitari o per piani di marketing clinici;
- d)** qualora il medico predisponga un elenco di pazienti suddivisi per patologia, può inviare messaggi agli appartenenti alla lista, evitando che ciascun destinatario possa visualizzare dati relativi agli altri appartenenti alla stessa lista;
- e)** l'utilizzo della posta elettronica nei rapporti tra colleghi ai fini di consulto è consentito purché non venga fornito il nominativo del paziente interessato, né il suo indirizzo né altra informazione che lo renda riconoscibile, se non per quanto strettamente necessario le finalità diagnostiche o terapeutiche;
- f)** la disponibilità di sistemi di posta elettronica sicuri equiparati alla corrispondenza chiusa, può consentire la trasmissione di dati sensibili per quanto previsto dalla normativa sulla tutela dei dati personali.

### **15) Strutture sanitarie**

La struttura sanitaria, qualunque sia l'ambito di attività, deve indicare nella home – page del proprio sito:

- a) gli estremi dell'autorizzazione all'esercizio di attività sanitaria rilasciata dall'autorità competente;
- b) il nominativo del Direttore Sanitario e relativa qualifica professionale;
- c) le eventuali branche specialistiche oggetto di autorizzazione, con indicazione per ciascuna branca del nominativo del soggetto responsabile con relativa qualifica professionale nonché, anche in altra pagina;
- d) la Carta dei Servizi Sanitari o comunque informazione similare.

Per quanto concerne le notizie informative di esclusivo interesse dei professionisti medici od odontoiatri, è compito del Direttore Sanitario verificare la veridicità delle dichiarazioni degli utenti, anche tramite la collaborazione dell'Ordine professionale. Non appena sarà tecnicamente possibile, tale identificazione potrà essere verificata tramite la firma digitale.

## **CAPO III**

### **PUBBLICITA' INFORMATIVA SANITARIA E MEDICINE NON CONVENZIONALI**

### **16) Medicine non convenzionali**

E' consentito inserire nelle pubblicità informative sanitarie realizzate ai sensi dei capi precedenti il riferimento alla pratica di medicine non convenzionali solo qualora il sanitario possa attestare il proprio percorso formativo e le proprie competenze e professionalità nelle seguenti discipline riconosciute dalla delibera di Terni del 2002 da parte della FNOMCeO: Medicina Antroposofica, Medicina Ayurvedica, Omotossicologia, Fitoterapia, Medicina Omeopatica, Agopuntura, Medicina Tradizionale Cinese, Osteopatia, Chiropratica secondo una delle seguenti modalità:

- a) Certificazione di una scuola almeno biennale, ad orientamento clinico, frequentata per un minimo di 200 ore di monte orario che attesti la formazione teorica e il superamento

di un esame finale nonché autocertificazione attestante l'esercizio professionale non convenzionale da almeno 3 anni.

Tali scuole devono garantire i seguenti requisiti:

I - Il responsabile didattico della scuola deve essere medico;

II - I docenti titolari/ordinari della formazione devono essere medici salvo casi particolari di apporto di ulteriori competenze in riferimento alla didattica (giurisprudenza, farmacia, ecc.);

III - La scuola deve avere un minimo di tre docenti titolari e comunque la componente medica deve essere almeno di 2/3 del corpo docente.

b) Certificazione di pratica clinica nella materia, effettuata in struttura pubblica e/o privata, da almeno due anni, rilasciata dal direttore sanitario o comunque dal responsabile sanitario della struttura.

c) Qualora gli Ordini ritengano sussistere una acclarata competenza e professionalità clinica del richiedente potranno valutare in alternativa ai requisiti di cui ai punti a) e b) - ai fini della verifica del messaggio da pubblicizzare - il possesso di almeno 3 dei seguenti titoli aggiuntivi:

I - Pubblicazioni nella specifica disciplina su libri, riviste mediche dotate di comitato scientifico o comunicazioni a convegni;

II - Partecipazione a convegni in qualità di organizzatore scientifico;

III - Effettuazione di attività didattiche non continuative sulla materia;

IV - Partecipazione a corsi formativi quali master universitari, seminari, corsi intensivi nella materia;

V - Partecipazione a convegni sulla materia nei cinque anni precedenti la richiesta dell'attestazione.

### **17) Limiti temporali di efficacia e validità**

Le disposizioni contenute all'art. 16) delle presenti note esplicative dovranno essere riconsiderate in via confermativa o modificativa decorsi sei mesi dalla data della delibera di approvazione delle presenti note esplicative.

### **18) Attestazione delle competenze**

Al fine della attestazione delle competenze richieste dagli articoli precedenti il sanitario interessato deve procurarsi presso le strutture e gli enti sopra indicati e quindi fornire

all'Ordine ogni documentazione idonea a certificare l'effettivo conseguimento dei titoli sopra indicati.