



## **Regolamento Pubblicità Sanitaria**

### **Il Consiglio Direttivo**

- preso atto del superamento del regime autorizzatorio per la pubblicità sanitaria introdotto dalla legge 175/92 e dal successivo D.M. 16 settembre 1994, n. 657
- vista la Legge 4 agosto 2006, n. 248 (cosiddetta legge Bersani) che abroga parte della legge 175/92, imponendo il superamento del regime autorizzatorio da parte degli Ordini professionali, nel punto in cui all'articolo 2, comma b) recita: "il cui rispetto è verificato dall'Ordine"
- visto il D.Lgs 2 agosto 2007, n. 145
- visto il Parere della Corte di Cassazione che, a margine di una sentenza, afferma: "Cass.Sez. III 15 gennaio 2007 n. 652: "recentemente (in data il 4 luglio 2006) è entrato in vigore il DI 223/06, convertito con modificazioni dalla legge 248/06 che, all'articolo 2, ha abrogato le disposizioni legislative e regolamentari che prevedono, con riferimento alle attività libero professionali e intellettuali, tra l'altro il divieto di svolgere pubblicità informativa e, di conseguenza, anche le norme che limitano il diritto di apporre targhe aventi, appunto, scopo pubblicitario"
- visto il Parere dell'Antitrust espresso in data 4 maggio 2007 che indica il superamento del D.M. 16 settembre 1994, n. 657 "regolamento concernente la disciplina delle caratteristiche estetiche delle targhe, insegne e inserzioni per la pubblicità sanitaria"
- visto il Parere espresso dal Ministero della Salute del 2-7-2007 prot. 0828427-P e n. prot. 31805 del 22-10-2007 che indica l'abrogazione del regime autorizzatorio da parte degli Ordini per quanto riguarda la pubblicità in ambito sanitario
- viste le sentenze n°23287 18/11/2010 e n°3717 09/03/2012 della Cassazione

- richiamati gli articoli n. 55-56-57 del Codice deontologico e la linea guida per la pubblicità dell'informazione sanitaria allegata allo stesso Codice che rappresentano il riferimento per i colleghi che intendono attuare una pubblicità sanitaria corretta e veritiera
- riconosciuto che l'Ordine professionale è chiamato a "verificare la trasparenza e veridicità del messaggio pubblicitario", per la duplice tutela dei cittadini, cui garantisce che gli esercenti la professione siano in possesso dei requisiti previsti dalla legge ed operino secondo le norme della deontologia, e dei medici, nei confronti di comportamenti sleali da parte di colleghi nella riunione del 13 novembre 2018, rivisto il Regolamento approvato il 15 maggio 2012

### **Approva le seguenti linee di indirizzo**

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 Codice Deontologico (art. 55-56-57), 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.

**Alla luce di possibili conseguenze legali e deontologiche per una errata pubblicità sanitaria, si ritiene opportuno consigliare agli iscritti di richiedere la valutazione preventiva del messaggio pubblicitario.**

Il D.Lgs 2 agosto 2007, n. 145 in attuazione dell'art. 14 della direttiva 2005/29/CE sulla pubblicità ingannevole, dà le seguenti definizioni:

Pubblicità: qualsiasi forma di messaggio, diffuso in qualsiasi modo, allo scopo di promuovere .... la prestazione di opere e o di servizi.

Pubblicità ingannevole: in qualunque modo induca in errore persone fisiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che a causa del carattere ingannevole possa pregiudicare il loro comportamento economico o che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente.

Pubblicità comparativa: qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente.

L'art. 3 del DLg norma gli elementi di valutazione di pubblicità ingannevole e l'art. 4 le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

Non è ammessa pubblicazione di notizie che rivestano caratteri di pubblicità personale surrettizia.

Non è ammesso ospitare spazi pubblicitari a titolo commerciale, in particolare aziende farmaceutiche o produttrici di dispositivi o tecnologie sanitarie, né ospitare collegamenti ipertestuali.

Non è ammessa pubblicizzazione e vendita né diretta né tramite collegamenti ipertestuali.

È consentito diffondere le tariffe delle prestazioni erogate, ma non devono costituire aspetto esclusivo del messaggio informativo.

La pubblicità del medico e dell'odontoiatra è lecita quando non incentiva artificialmente l'utilizzo di cure mediche oltre il reale bisogno e non è suggestiva, ossia non crea bisogni artificiali di cure.

Non è ammessa l'offerta di prestazioni gratuite, salvo il caso di iniziative collettive nell'ambito della prevenzione e dello screening o di campagne informative di utilità sociale; è in particolare inammissibile l'offerta gratuita di qualsiasi prestazione sanitaria che comporti interventi fisici o farmacologici per i quali è sempre necessaria una valutazione del rapporto tra costi e benefici su base individuale.

Di seguito sono descritte le caratteristiche del messaggio pubblicitario, così distinte:

**CARATTERISTICHE DEL MESSAGGIO**, ove si elenca una serie di strumenti pubblicitari fra i più diffusi e per ognuno di essi vengono stabilite alcune caratteristiche tipiche.

Lo scopo è quello di tutelare il decoro della professione, evitando il ricorso a forme pubblicitarie di carattere spiccatamente commerciale e propagandistico, come dettagliato dall'art. 56 del Codice Deontologico.

Nella determinazione delle caratteristiche tipiche sono stati assunti, come parametro di riferimento, dati normativi preesistenti, ove applicabili.

Eventuali ulteriori strumenti pubblicitari rispetto a quelli codificati, saranno oggetti di specifica valutazione.

CONTENUTI DEL MESSAGGIO, ove si elencano le varie tipologie di informazione che è possibile fornire all'utenza con a fianco le raccomandazioni sul loro contenuto, tenendo conto della disciplina prevista dal Codice Deontologico ed integrandolo, ove ritenuto necessario.

### CARATTERISTICHE DEL MESSAGGIO

STRUMENTI PUBBLICITARI	CARATTERISTICHE CONSIGLIATE
TARGHE DEGLI STUDI PROFESSIONALI	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 3.000 cmq.</li><li>- Fattura compatta e non luminosa.</li><li>- Possibilità di riportare un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li><li>- Apposizione sull'edificio in cui si svolge l'attività e, quando l'edificio insiste in un complesso recintato, può essere apposta anche sulla recinzione.</li></ul>
TARGHE DELLE STRUTTURE SANITARIE	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 6.000 cmq.</li><li>- Fattura compatta e non luminosa.</li><li>- Possibilità di riportare un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li><li>- Può riportare la denominazione o ragione sociale, nonché i segni distintivi dell'impresa.</li><li>- Apposizione sull'edificio in cui si svolge l'attività e, quando l'edificio insiste in un complesso recintato, può essere apposta anche sulla recinzione.</li></ul>

<p>INSEGNE DELLE STRUTTURE SANITARIE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 20.000 cmq.</li> <li>- Eventuale luminosità non intermittente o lampeggiante.</li> <li>- Possibilità che sull'insegna sia riportato un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li> <li>- Collocazione orizzontale, verticale o a bandiera, sopra l'edificio e, quando l'edificio insiste su un complesso recintato, anche sulla recinzione.</li> </ul>
<p>INSERZIONI SUGLI ELENCHI TELEFONICI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 50 cmq.</li> <li>- Possibilità che nelle inserzioni sia riportato un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li> <li>- Possibilità che, all'interno dell'inserzione, il testo possa essere riquadrato o sottolineato.</li> </ul>
<p>INSERZIONI SUGLI ELENCHI GENERALI DI CATEGORIA (ELENCHI, GUIDE, ANNUARI, ECC.)</p>	<p>Le disposizioni previste per le inserzioni sugli elenchi telefonici non si applicano alle inserzioni sugli elenchi generali di categoria che non pongono limitazioni nei confronti di qualsiasi richiesta di inserzione e che sono volte esclusivamente a dare diffusione a nominativi per categoria professionale, con l'indicazione soltanto dei relativi recapiti telefonici, degli indirizzi e delle attività esercitate.</p>
<p>INSERZIONI SU GIORNALI, QUOTIDIANI E PERIODICI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 350 cmq.</li> <li>- Possibilità che nelle inserzioni sia riportato un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li> </ul>
<p>CARTA INTESTATA, FOGLI DI RICETTARIO, BIGLIETTI DA VISITA, ECC.</p>	<p>Nessuna caratteristica estetica predefinita.</p>

EMITTENTI RADIO-TELEVISIVE LOCALI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gli spot pubblicitari diffusi tramite emittenti radiofoniche locali devono avere durata conforme agli ordinari passaggi pubblicitari e devono recitare un messaggio pubblicitario trasparente e veritiero.</li> <li>- Gli spot pubblicitari diffusi tramite emittenti televisive locali devono avere durata conforme agli ordinari passaggi pubblicitari e devono recitare un messaggio trasparente e veritiero. Le immagini trasmesse durante lo spot pubblicitario possono riprodurre gli ambienti e i locali ove viene svolta l'attività sanitaria pubblicizzata, il professionista o i professionisti titolari dello studio professionale e, previo consenso scritto per la diffusione dei dati, anche i collaboratori, il personale addetto e gli utenti dello studio o della struttura sanitaria. Non possono essere riprodotte immagini che non abbiano diretta attinenza con il contesto operativo di svolgimento dell'attività professionale.</li> </ul>
VOLANTINI INFORMATIVI E DEPLIANTS PUBBLICITARI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La veste grafica del volantino o del depliant deve evitare di utilizzare simboli, colori e caratteri tipografici di richiamo spiccatamente promozionale.</li> <li>- I volantini possono essere diffusi nelle sale di attesa o in apposite bacheche all'interno delle strutture sanitarie, degli studi medici, delle farmacie e delle parafarmacie, come pure all'interno delle sedi di aziende o associazioni di mutualità volontaria integrativa con le quali sia stata stipulata apposita convenzione.</li> <li>- Possono essere recapitati a colleghi, a strutture sanitarie o ai singoli destinatari in busta chiusa, avendo cura di osservare le disposizioni sull'acquisizione del consenso al ricevimento di materiale pubblicitario, previsto dalla legge sulla privacy.</li> </ul>
MANIFESTI E CARTELLONI STRADALI, SU AUTOBUS O TAXI, IN LUOGHI PUBBLICI, SPORTIVI O DI RADUNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono utilizzare cartelli segnaletici stradali allo scopo di fornire alla cittadinanza le necessarie informazioni relativamente all'ubicazione dello studio o della sede della struttura. Tali cartelli segnaletici devono trovarsi nelle immediate vicinanze dello studio o della struttura (di norma entro la distanza di due incroci stradali) e possono riportare la denominazione e l'indirizzo ed, eventualmente, una freccia</li> </ul>

	<p>direzionale. I cartelli segnaletici possono essere collocati in “paline” contenenti altri cartelli segnaletici, sia pubblicitari che di pubblico servizio, su “paline” corrispondenti alle fermate di autobus, taxi, metropolitana, ecc. o in altre collocazioni, purchè nelle immediate vicinanze della sede dello studio o della struttura.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il ricorso a cartelloni pubblicitari stradali è ammesso nelle immediate vicinanze della sede dello studio o della struttura (di norma entro la distanza di due incroci stradali), per le finalità di cui al punto precedente.</li> <li>- E’ sconsigliato il ricorso a striscioni pubblicitari in luoghi pubblici, sportivi e di raduno, a meno che si tratti di iniziative a scopo benefico, educativo o di solidarietà, per le quali la raccolta pubblicitaria è destinata a finanziare progetti di utilità sociale.</li> <li>- Allo stesso modo, non è consentito sponsorizzare eventi o manifestazioni, tranne nel caso in cui si tratti di iniziative a scopo benefico, educativo o di solidarietà, come sopra descritte.</li> <li>- E’ sconsigliato il ricorso a vistose pubblicità su veicoli aziendali e sui veicoli denominati “vele pubblicitarie”.</li> </ul>
<p><b>STRUMENTI PROMOZIONALI MULTIMEDIALI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono realizzare presentazioni multimediali della propria attività professionale, fermo restando che il contenuto delle informazioni inserite nella presentazione deve essere trasparente e veritiero.</li> <li>- I supporti contenenti le presentazioni multimediali (Cd, Dvd, ecc.) possono essere distribuiti, con il consenso dei destinatari, ai colleghi e alle strutture sanitarie e agli utenti, purchè il loro contenuto sia conforme alle regole previste per le trasmissioni televisive locali e per i siti internet.</li> <li>- Le presentazioni multimediali possono essere proiettate nei locali dello studio o della struttura che le ha prodotte.</li> </ul>

## CONTENUTI DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

TIPOLOGIA DI INFORMAZIONE	LINEE DI INDIRIZZO
NOMINATIVO	<p>Se persona fisica, il nome e cognome.</p> <p>Se associazione professionale (studio associato), il nome e cognome di tutti i professionisti che fanno parte dell'associazione.</p> <p>Se struttura sanitaria, la denominazione o ragione sociale oggetto di autorizzazione ed i dati del Direttore Sanitario (nome, cognome e titoli).</p> <p>Per quanto riguarda le società fra professionisti, nome, cognome e titoli professionali di tutti i professionisti interessati.</p>
TITOLO ACCADEMICO	<p>Tutte le persone fisiche iscritte agli Albi possono utilizzare il titolo accademico di "Dottore" in forma estesa o abbreviata, al maschile o al femminile.</p> <p>Possono far uso del titolo di "Professore", in forma estesa o abbreviata, al maschile o al femminile, i seguenti soggetti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- professori universitari di ruolo ordinari, straordinari, associati e aggregati.;</li><li>- professori a contratto, ex artt. 25 e 100 del DPR 382/1980 e art. 4 DPR 162/1982. Per costoro, la dizione "Professore" deve essere accompagnata dalla indicazione, senza abbreviazioni, "a contratto in ....., presso l'Università... L'uso del titolo è limitato al periodo di insegnamento</li><li>- liberi docenti, con docenza confermata ex art. 10 Legge 1175/1958. Per costoro, la dizione "Professore" deve essere accompagnata dalla indicazione, senza abbreviazioni, "libero docente in ....." specificando la materia nella quale è stata conseguita la libera docenza.</li></ul>



TITOLO PROFESSIONALE	<p>Gli iscritti all'Albo dei Medici Chirurghi possono indicare il titolo professionale di "Medico Chirurgo". Gli iscritti all'Albo degli Odontoiatri, sia in quanto laureati in Odontoiatria e Protesi Dentaria che in quanto laureati Medicina e Chirurgia, possono indicare il titolo professionale di "Odontoiatra".</p> <p>Gli iscritti ad entrambi gli Albi, possono indicare il titolo professionale di "Medico Chirurgo Odontoiatra".</p>
DOMICILIO PROFESSIONALE	<p>Le persone fisiche possono indicare l'indirizzo dello studio professionale.</p> <p>Le associazioni professionali devono indicare l'indirizzo dello studio ove viene svolta la professione in forma associata.</p> <p>Le strutture sanitarie devono indicare l'indirizzo corrispondente alla sede di svolgimento dell'attività sanitaria autorizzata.</p> <p>In presenza di più studi o sedi, possono essere indicati gli indirizzi dello studio o sede principale e di quelli secondari.</p>
TITOLI DI SPECIALIZZAZIONE	<p>Le persone fisiche possono indicare il titolo di specializzazione conseguito presso le Università italiane senza abbreviazioni che possano indurre in equivoco e utilizzando l'esatta denominazione universitaria.</p> <p>I titoli di specializzazione conseguiti in un Paese dell'Unione Europea possono essere utilizzati, nella corrispondente denominazione italiana, se riconosciuti ai sensi del D.Lvo 368/1999. In tal caso, può essere utilizzata la denominazione della specializzazione anche nella lingua di origine.</p> <p>I titoli di specializzazione conseguiti in un Paese estero, non appartenente all'Unione Europea, possono essere utilizzati, nella corrispondente denominazione italiana, se riconosciuti ai sensi del DPR 394/1999. Anche in tal caso, può essere utilizzata anche la denominazione della specializzazione nella lingua di origine.</p> <p>Le persone fisiche possono indicare il titolo di "Medico Psicoterapeuta", se inserite nell'elenco speciale annesso all'Albo dei Medici Chirurghi, previsto dalla Legge 56/1989.</p> <p>I professionisti in possesso del titolo di formazione in Medicina Generale possono indicare il titolo di: "Medico di Medicina Generale", al pari di coloro che svolgono tale attività in quanto abilitati entro il 31.12.1994.</p>

	<p>I professionisti che esercitano le funzioni di “Medico competente” ai sensi del D.Lvo 626/1994, possono indicare il titolo: “Medico competente D.Lvo 626/1994”. Il professionista non specialista può fare menzione della particolare disciplina specialistica che esercita, con espressioni che ripetono la denominazione ufficiale della specialità, ma che non inducono in errore o equivoco sul possesso del titolo di specializzazione, quando abbia svolto attività professionale nella disciplina medesima per un periodo almeno pari alla durata legale del relativo corso universitario di specializzazione con un impegno a tempo pieno, presso strutture sanitarie o istituzioni private autorizzate.</p> <p>L’attività svolta e la sua durata devono essere comprovate mediante attestato rilasciato dal responsabile sanitario della struttura o istituzione. Non può comunque essere consentito l’utilizzo della denominazione specialistica da parte di professionisti non specialisti, per quelle attività che, per legge, possono essere esercitate solo da professionisti in possesso di specifici titoli (ad esempio: anestesia, radioterapia e radiologia; psicoterapia; medicina del lavoro; odontoiatria).</p> <p>Per le associazioni professionali, ogni professionista aderente all’associazione può indicare il titolo di specializzazione posseduto, secondo quanto previsto per le persone fisiche.</p> <p>Le strutture sanitarie possono indicare il titolo di specializzazione posseduto dal Direttore Sanitario e dai professionisti operanti nella struttura, secondo quanto previsto dall’atto autorizzatorio.</p>
MASTER UNIVERSITARI	<p>I professionisti possono indicare il possesso del titolo di Master se conseguito presso Università italiane a norma del Decreto Ministeriale 509/1999, utilizzando la dizione: “Master universitario in .....” con indicazione della denominazione attribuita dall’Università.</p>

<p>ALTRI TITOLI PROFESSIONALI E DI CARRIERA, CURRICULUM FORMATIVO E PROFESSIONALE</p>	<p>Le persone fisiche possono rendere noto il proprio curriculum formativo e professionale, citando il possesso di ulteriori titoli professionali (ad esempio: dottorati di ricerca) o di carriera (ad esempio: incarichi e responsabilità presso strutture sanitarie pubbliche e private, attività di tutoraggio o di docenza, ecc.), la partecipazione a corsi di perfezionamento universitari, la frequenza di eventi formativi accreditati ECM, la pubblicazione di lavori scientifici, ecc.</p> <p>I dati riportati nel curriculum devono essere obiettivi e certificabili e devono consentire di individuare le autorità o i soggetti pubblici e privati presso i quali poterne ottenere conferma.</p>
---	--

## ATTIVITA' SVOLTA E SERVIZI PRESTATI

Le persone fisiche possono indicare l'attività effettivamente svolta presso lo studio professionale ed i servizi in concreto offerti alla cittadinanza.

Le associazioni professionali possono indicare tali informazioni, relativamente ai professionisti associati.

Per quanto riguarda l'attività effettivamente svolta ed i servizi in concreto erogati, deve essere utilizzata una terminologia descrittiva che consenta di fornire una informazione corretta, senza al contempo ingenerare equivoci circa il possesso di particolari titoli. A questo scopo, è opportuno fare riferimento, sia per le attività svolte che per i servizi prestati, alla terminologia descrittiva contenuta nel Nomenclatore regionale o altrimenti a giudizio dell'Ordine, nel caso in cui non sussistano tali riferimenti. In particolare ciò riguarda le cosiddette "Medicine non Convenzionali", per le quali l'Ordine farà riferimento alle indicazioni della FNOMCeO ed al regolamento applicativo dell'Omceo di Piacenza. La pubblicizzazione di titoli e competenze che non hanno riscontri oggettivi è considerata pubblicità ingannevole e, come tale, perseguibile disciplinarmente.

In ogni caso non può essere utilizzata, per la descrizione dell'attività e dei servizi, una terminologia manifestamente di fantasia o di natura meramente reclamistica, che possa attrarre i pazienti sulla base di indicazioni non concrete o non veritiere.

Le strutture sanitarie possono indicare tutte le attività svolte ed i servizi prestati, in quanto oggetto di autorizzazione. Pertanto, nell'ambito delle branche autorizzate ed al fine di fornire all'utenza una più ampia informazione, le strutture possono anche indicare con maggior dettaglio le attività ed i servizi erogati, fermo restando che deve farsi uso di una terminologia che non sia manifestamente di fantasia o meramente reclamistica e che, al contrario, sia scientificamente fondata. Per il resto, valgono le medesime regole sopra descritte per i professionisti.

Nel caso in cui le persone fisiche, le associazioni professionali e le strutture sanitarie si avvalgano, per l'erogazione delle prestazioni sanitarie, di particolari strumenti o attrezzature, possono indicare il tipo di strumento o attrezzatura posseduta, avendo cura di non citare il nominativo del produttore e dando assicurazione che l'apparecchiatura risponde ai requisiti di conformità previsti dalla normativa vigente.

	<p>Può essere indicato il tipo di prestazioni e di risultati diagnostici e/o terapeutici che l'apparecchiatura è in grado di fornire, purchè tale informazione sia scientificamente fondata e senza, pertanto, ingenerare negli utenti illusorie ed immotivate aspettative di successo. E' opportuno che il titolare dello studio professionale o i professionisti aderenti all'associazione professionale esibiscano, durante l'attività professionale, il tesserino di iscrizione o altro mezzo identificativo rilasciato all'Ordine.</p>
<p>MODALITA' D' ACCESSO</p>	<p>Le persone fisiche, le associazioni professionali e le strutture sanitarie, oltre all'indirizzo di svolgimento dell'attività possono indicare gli orari di apertura dello studio o della sede e le modalità di prenotazione delle visite e degli accessi ambulatoriali e/o domiciliari. Può essere pubblicata una mappa stradale, per facilitare l'accesso allo studio o alla sede della struttura.</p> <p>Può essere pubblicato il numero telefonico dello studio o della struttura, il numero di fax, eventuali indirizzi di posta elettronica e l'eventuale indirizzo del sito internet del professionista, dell'associazione professionale o della struttura.</p> <p>Possono essere pubblicate informazioni sui documenti necessari, sia amministrativi che sanitari, che l'utente deve produrre in sede di accettazione presso lo studio professionale o la struttura sanitaria.</p>
<p>COLLABORATORI E PERSONALE AUSILIARIO</p>	<p>Le persone fisiche e le associazioni professionali possono indicare l'eventuale presenza di personale medico, infermieristico o ausiliario che opera presso lo studio professionale.</p> <p>In ogni caso si deve trattare di personale in possesso dei requisiti legali per lo svolgimento delle rispettive attività.</p> <p>Le strutture sanitarie possono indicare i nominativi e i titoli del personale medico, infermieristico o ausiliario che opera presso la sede della struttura, con particolare riguardo ai nominativi dei responsabili delle varie branche specialistiche oggetto di autorizzazione. Il personale medico che opera presso la struttura a qualsiasi titolo deve esibire, durante l'attività professionale, il tesserino di iscrizione o altro mezzo identificativo rilasciato all'Ordine.</p>

TARIFFE	<p>Nel regime libero-professionale, fermo restando il principio dell'intesa diretta fra professionista e cittadino, le tariffe devono essere commisurate alla difficoltà, alla complessità e alla qualità della prestazione, tenendo conto delle competenze e dei mezzi impegnati e non possono essere subordinate ai risultati delle prestazioni medesime.</p> <p>Le tariffe devono essere indicate in modo chiaro con riferimento alle singole prestazioni professionali, o a gruppi di prestazioni fra loro coordinate, sulla base della elencazione contenuta nei nomenclatori e devono essere espresse in euro. Per le prestazioni sanitarie che, a norma delle leggi fiscali devono essere gravate di IVA, deve essere indicata la percentuale di imposta da aggiungere al compenso.</p> <p>La pubblicizzazione delle tariffe non deve, comunque, costituire l'aspetto esclusivo del messaggio pubblicitario.</p> <p>L'effettuazione di prestazioni a titolo gratuito è possibile limitatamente ai seguenti casi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nel corso di programmi collettivi e sociali di prevenzione e screening;</li> <li>- in situazioni specifiche ed episodiche, sulla base di considerazioni personali nei confronti del singolo paziente;</li> <li>- nei confronti di assistiti che versino in situazioni di indigenza o emarginazione sociale;</li> <li>- nei confronti dei colleghi e dei loro familiari.</li> </ul>
ADESIONE A MUTUE INTEGRATIVE	<p>I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono indicare l'eventuale adesione ad associazioni di mutualità volontaria integrativa con le quali hanno stipulato apposita convenzione per erogare prestazioni sanitarie in favore dei soci delle associazioni medesime.</p> <p>Le tariffe praticate ai pazienti associati a mutue integrative possono essere indicate a valore assoluto, oppure indicando chiaramente la percentuale di riduzione rispetto alla tariffa ordinariamente applicata.</p>

<p>EDUCAZIONE SANITARIA E INDAGINI STATISTICHE</p>	<p>I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono pubblicare messaggi contenenti temi di educazione sanitaria, in relazione alle specifiche competenze dei professionisti o della struttura sanitaria. In ogni caso, allorchè vengono fornite informazioni di carattere medico-sanitario, è raccomandato che venga citata la letteratura scientifica di riferimento, al fine di attestarne la fondatezza scientifica. L'educazione sanitaria deve, pertanto, basarsi su dati scientificamente convalidati o in adesione a linee guida professionali o, ancora, in attuazione a campagne di sensibilizzazione promosse da organismi e istituzioni sanitarie.</p> <p>Nell'ambito dell'educazione sanitaria, possono essere pubblicati risultati di indagini statistiche anche relative a specifiche prestazioni sanitarie e anche in modo comparativo, purchè venga fatto riferimento a dati resi pubblici o comunque elaborati dai competenti organismi e istituzioni sanitarie o da fonti ufficiali certificate.</p>
<p>PARTICOLARITA' PER LA DIFFUSIONE DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO TRAMITE LA RETE INTERNET</p>	<p>I siti devono essere registrati su domini nazionali e/o dell'Unione Europea, a garanzia dell'individuazione dell'operatore e del committente pubblicitario.</p> <p>Inoltre i siti internet devono prevedere obbligatoriamente i seguenti elementi di informazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- indicazione dell'Ordine professionale presso cui il professionista o i professionisti sono iscritti, con relativo numero di iscrizione. Per le strutture sanitarie, dovranno essere riportati i dati del Direttore Sanitario;</li> <li>- indicazione degli estremi della laurea e dell'abilitazione e l'Università che li ha rilasciati;</li> <li>- il numero di partita IVA per i professionisti che esercitano in regime di libera professione e per le strutture sanitarie;</li> <li>- la dichiarazione, sotto la personale responsabilità del titolare del sito, che i contenuti del sito sono conformi alle linee guida approvate dall'Ordine.</li> </ul> <p>Nel sito possono essere presenti collegamenti ipertestuali, purchè rivolti verso siti internet di autorità, organismi ed istituzioni indipendenti (ad esempio: Ordine professionale, Ministero della Salute, Istituto Superiore di Sanità, Servizio Sanitario Regionale, Università, Società scientifiche, ecc.).</p>

	<p>Nel sito possono essere presenti spazi pubblicitari tecnici, allo scopo di fornire all'utente utili strumenti per la consultazione e navigazione (ad esempio: collegamenti per prelevare software per la visualizzazione dei documenti, per la compressione o decompressione dei files, per il download, ecc.). Non è ammesso ospitare sul sito spazi pubblicitari commerciali, tantomeno di aziende farmaceutiche o produttrici di dispositivi medici, né proporre la vendita di farmaci, dispositivi medici o altri beni e servizi. Ogni informazione medica e sanitaria contenuta nel sito internet deve chiaramente essere accompagnata da un avvertimento per gli utenti che li avvisi che la visita medica tradizionale rappresenta il solo strumento diagnostico per un efficace trattamento terapeutico e che gli eventuali suggerimenti contenuti nel sito vanno intesi come meri consigli di comportamento, non sostitutivi della visita medica.</p> <p>E' fortemente raccomandata l'adesione ai principi stabiliti dalla Health on the net Foundation in merito all'informazione fornita su internet in materia di medicina e di sanità. Tali principi sono consultabili sul sito: <a href="http://www.hon.ch/HONcode/Italian">http://www.hon.ch/HONcode/Italian</a> e l'adesione a tali principi consente al titolare del sito di poter inserire nella propria home page il logo della Health On the Net Foundation a garanzia degli utenti.</p>
EMAIL	<p>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.</p> <p>È vietata ogni operazione che violi la privacy.</p> <p>La disponibilità di sistemi di posta elettronica securizzati equiparati a corrispondenza chiusa, può consentire la trasmissione di dati sensibili.</p>
RADIO E TV	<p>Il medico che prende parte a trasmissioni radiofoniche e televisive non deve concretizzare in esse la promozione o lo sfruttamento pubblicitario del suo nome o di altri colleghi. È altresì tenuto al rispetto delle regole deontologiche.</p>