

Nuove Disposizioni in materia di Pubblicità Sanitaria

Note di indirizzo, in ordine a pubblicità ed informazione sanitaria:

Visti:

- **Legge 4 agosto 2006, n. 248** (cosiddetta legge Bersani) che abroga la legge 175/92 nelle parti riguardanti la pubblicità sanitaria, 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”*
- **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 Dl 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”*
- **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”*
- **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; 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
- **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 coloro 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”*;

Si ritiene:

I professionisti e la strutture che erogano prestazioni sanitarie, per quanto concerne i contenuti, possono effettuare pubblicità sanitaria attenendosi al dettato degli artt. 55-56-57 del Codice deontologico (allegato: [Nuovo Codice deontologico](#)) e in conformità alla linea guida per la pubblicità dell'informazione sanitaria allegata

allo stesso Codice (allegato: [Linee Guida FNOMCeO](#)) nel rispetto dei criteri di trasparenza e veridicità del messaggio. Non operano più i limiti sulla tipologia, forma, dimensioni e caratteristiche estetiche dei supporti contenenti la pubblicità sanitaria posti in essere dalla legge 175/92 e dal successivo D.M. 16 settembre 1994, n. 657. Il riferimento è ora dato dai Regolamenti edilizi comunali e dagli articoli del Codice della strada.

La domanda di pubblicità sanitaria deve essere inoltrata al Comune di competenza. L'Ordine dei medici chirurghi e odontoiatri di Vibo Valentia non è più tenuto a rilasciare il preventivo nulla-osta previsto dalla legge 175/92 a medici, odontoiatri, strutture complesse.

Resta la responsabilità di ogni professionista e del direttore sanitario per le strutture complesse qualora si ravvisi che il messaggio pubblicitario non sia veritiero, trasparente e rispettoso delle norme dettate dal Codice deontologico.

La verifica del rispetto dei criteri di veridicità e trasparenza verrà effettuata dall'Ordine dei medici chirurghi e odontoiatri di Vibo Valentia sia con interventi di controllo ex-post sulla pubblicità divulgata, come previsto dalla legge, sia sotto forma di parere preventivo che verrà fornito agli iscritti, quale servizio del nostro Ordine, su richiesta di coloro che desiderano effettuare pubblicità, fornendo così la certezza che essa avviene nel rispetto delle norme dettate dal Codice deontologico. Vale in quest'ultimo caso il principio del silenzio-assenso se il parere non viene espresso dall'Ordine dei medici e degli odontoiatri entro trenta giorni dalla richiesta.

I titoli indicati nel messaggio pubblicitario devono essere posseduti dal medico o dall'odontoiatra e conformi a quanto imposto dalle leggi e dalla normativa vigente.

La competenza e la valutazione del rispetto dei principi deontologici è espletata dall'Ordine professionale presso cui è iscritto il sanitario.

Per l'eventuale pagamento delle tasse di pubblica affissione relativa a targhe e insegne si consiglia di consultare l'Ufficio competente del Comune dove è sito lo studio.

Si ricorda che targhe, ricettario, siti (etc...) rientrano nella normativa sulla pubblicità.

I testi delle relative leggi, (allegato: [Legge n. 175 del 1992 e successive modifiche ed integrazioni](#)) il codice deontologico (allegato: [Nuovo Codice deontologico](#)) e le linee guida della FNOMCeO (allegato: [Linee Guida FNOMCeO](#)) sono scaricabili dal nostro sito www.omceovv.it nella sezione "[CHI SIAMO](#)".

A seguire il testo integrale degli artt. 55, 56, 57

NUOVO CODICE DEONTOLOGICO

Art. 55 - Informazione Sanitaria

Nella comunicazione in materia sanitaria è sempre necessaria la massima cautela al fine di fornire una efficace e trasparente informazione al cittadino.

Il medico deve attenersi in materia di comunicazione ai criteri contenuti nel presente Codice in tema di pubblicità e informazione sanitaria; l'Ordine vigila sulla corretta applicazione dei criteri stessi.

Il medico collabora con le istituzioni pubbliche al fine di una corretta informazione sanitaria ed una

corretta educazione alla salute.

Art. 56 - Pubblicità dell'Informazione Sanitaria

La pubblicità dell'informazione in materia sanitaria, fornita da singoli o da strutture sanitarie pubbliche o private, non può prescindere, nelle forme e nei contenuti, da principi di correttezza informativa, responsabilità e decoro professionale.

La pubblicità promozionale e comparativa è vietata.

Per consentire ai cittadini una scelta libera e consapevole tra strutture, servizi e professionisti è indispensabile che l'informazione, con qualsiasi mezzo diffusa, non sia arbitraria e discrezionale, ma obiettiva, veritiera, corredata da dati oggettivi e controllabili e autorizzata dall'Ordine competente per territorio.

Il medico che partecipa, collabora od offre patrocinio o testimonianza alla informazione sanitaria non deve mai venir meno a principi di rigore scientifico, di onestà intellettuale e di prudenza, escludendo qualsiasi forma anche indiretta di pubblicità commerciale personale o a favore di altri.

Il medico non deve divulgare notizie su avanzamenti nella ricerca biomedica e su innovazioni in campo sanitario, non ancora validate e accreditate dal punto di vista scientifico in particolare se tali da alimentare infondate attese e speranze illusorie.

Art. 57 - Divieto di Patrocinio

Il medico singolo o componente di associazioni scientifiche o professionali non deve concedere avallo o patrocinio a iniziative o forme di pubblicità o comunque promozionali a favore di aziende o istituzioni relativamente a prodotti sanitari o commerciali.

Allegati:

- [Nuovo Codice deontologico](#)
- [Linee Guida FNOMCeO](#)
- [Legge n. 175 del 1992 e successive modifiche ed integrazioni](#)
-