

ORDINE PROVINCIALE MEDICI CHIRURGHI E ODONTOIATRI

Provincia di Biella

(ENTE DI DIRITTO PUBBLICO D.L.C.P.S del 13/09/1946 n 233)

**REGOLAMENTO PUBBLICITÀ SANITARIA DELL'ORDINE PROVINCIALE DEI MEDICI
CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI DI BIELLA A MANIFESTAZIONI
SCIENTIFICHE E CULTURALI APPROVATO CON DELIBERA DEL**

Deliberazione del Consiglio Direttivo n°79 del 17/10/2022

Il Consiglio Direttivo, la Commissione Albo Medici e la Commissione

Albo Odontoiatri.

- preso atto del superamento del regime autorizzatorio per la pub-

blicità 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 verifi-

cato 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 Dl	
	223/06, convertito con modificazioni dalla legge 248/06 che, all'ar-	
	ticolo 2, ha abrogato le disposizioni legislative e regolamentari	
	che prevedono, con riferimento alle attività libero professionali e	
	intellettuale, tra l'altro il divieto di svolgere pubblicità infor-	
	mattiva e, di conseguenza, anche le norme che limitano il diritto di	
	apportare 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 esteti-	
	che 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	
	- ricosciuto che l'Ordine professionale è chiamato a "verificare	
	la trasparenza e veridicità del messaggio pubblicitario", per la du-	
	plice tutela dei cittadini, cui garantisce che gli esercenti la pro-	
	fessione siano in possesso dei requisiti previsti dalla legge ed	
	operino secondo le norme della deontologia, e dei medici, nei con-	
	fronti 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 veri-	
	fica (attraverso apposita Commissione) che di controllo succes-	
	sivo (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 sin-	
	goli 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 mes-	
	saggio.	
	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 pub-	
	blicitario. 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 ser-	
	vizi.	
	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 eco-	
	nomico 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 necessario.

TIPOLOGIA DI INFORMAZIONE LINEE DI INDIRIZZO:

NOMINATIVO Se persona fisica, il nome e cognome.

Se associazione professionale (studio associato), il nome e cognome di tutti i professionisti che fanno parte dell'associazione.

Se struttura sanitaria, la denominazione o ragione sociale oggetto di autorizzazione ed i dati del Direttore Sanitario (nome, cognome e titoli).

Per quanto riguarda le società fra professionisti, nome, cognome e titoli professionali di tutti i professionisti interessati.

TITOLO ACCADEMICO Tutte le persone fisiche iscritte agli Albi possono utilizzare il titolo accademico di "Dottore" in forma estesa o abbreviata, al maschile o al femminile.

Possono far uso del titolo di "Professore", in forma estesa o abbreviata, al maschile o al femminile, i seguenti soggetti:

- **professori universitari** di ruolo ordinari, straordinari, associati e aggregati.;

- **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 pe-

riodo di insegnamento"

- **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" spe-

cificando la materia nella quale è stata conseguita la libera do-

cenza.

TITOLO PROFESSIONALE: 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 Odon-

toiatria e Protesi Dentaria che in quanto laureati Medicina e Chi-

rurgia, possono indicare il titolo professionale di "Odontoiatra".

Gli iscritti ad entrambi gli Albi, possono indicare il titolo pro-

fessionale di "Medico

Chirurgo Odontoiatra".

DOMICILIO PROFESSIONALE: Le persone fisiche possono indicare l'indi-

rizzo dello studio professionale.

Le associazioni professionali devono indicare l'indirizzo dello stu-

dio ove viene svolta la professione in forma associata.

Le strutture sanitarie devono indicare l'indirizzo corrispondente

alla sede di svolgimento dell'attività sanitaria autorizzata.

In presenza di più studi o sedi, possono essere indicati gli indirizzi dello studio o sede principale e di quelli secondari.

TITOLI DI SPECIALIZZAZIONE: 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.

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.

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.

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.

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.

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.

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).

Per le associazioni professionali, ogni professionista aderente all'associazione può indicare il titolo di specializzazione posseduto, secondo quanto previsto per le persone fisiche.

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

MASTER UNIVERSITARI: 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.

ALTRI TITOLI PROFESSIONALI E DI CARRIERA, CURRICULUM FORMATIVO E PROFESSIONALE

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.

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.

TARIFFE: 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.

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.

La pubblicizzazione delle tariffe non deve, comunque, costituire

l'aspetto esclusivo del messaggio pubblicitario.

L'effettuazione di prestazioni a titolo gratuito è possibile limitatamente ai seguenti casi:

- nel corso di programmi collettivi e sociali di prevenzione e screening;

- in situazioni specifiche ed episodiche, sulla base di considerazioni personali nei confronti del singolo paziente;

- nei confronti di assistiti che versino in situazioni di indigenza o emarginazione sociale;

- nei confronti dei colleghi e dei loro familiari.

PARTICOLARITA' PER LA DIFFUSIONE DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO TRAMITE

LA RETE INTERNET

I siti devono essere registrati su domini nazionali e/o dell'Unione Europea, a garanzia dell'individuazione dell'operatore e del committente pubblicitario.

Inoltre i siti internet devono prevedere obbligatoriamente i seguenti elementi di informazione:

- 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;	
	- indicazione degli estremi della laurea e dell'abilitazione e l'Università che li ha rilasciati;	
	- il numero di partita IVA per i professionisti che esercitano in regime di libera professione e per le strutture sanitarie;	
	- la dichiarazione, sotto la personale responsabilità del titolare del sito, che i contenuti del sito sono conformi alle linee guida approvate dall'Ordine.	
	Nel sito possono essere presenti collegamenti ipertestuali, purché 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.).	
	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.	
	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: http://www.hon.ch/HONcode/Italian 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 EMAIL 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.	
	È vietata ogni operazione che violi la privacy.	

La disponibilità di sistemi di posta elettronica sicuri equipa-
rati a corrispondenza chiusa, può consentire la trasmissione di dati
sensibili.

Il Presidente

Dr. Franco Ferrero