

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	
	intellettuali, tra l'altro il divieto di svolgere pubblicità infor-	
	mativa 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 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	
	- riconosciuto 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	

	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-

urgia, 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 co-	
	loro 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 partico-	
	lare disciplina specialistica che esercita, con espressioni che ri-	
	petono la denominazione ufficiale della specialità, ma che non indu-	
	cono in errore o equivoco sul possesso del titolo di specializza-	
	zione, 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 de-	
	nominazione specialistica da parte di professionisti non speciali-	
	sti, 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 la-

vorio; odontoiatria).

Per le associazioni professionali, ogni professionista aderente

all'associazione può indicare il titolo di specializzazione posse-

duto, secondo quanto previsto per le persone fisiche.

Le strutture sanitarie possono indicare il titolo di specializza-

zione posseduto dal Direttore Sanitario e dai professionisti ope-

ranti nella struttura, secondo quanto previsto dall'atto autorizza-

torio

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 denomina-

zione attribuita dall'Università.

ALTRI TITOLI PROFESSIONALI E DI CARRIERA, CURRICULUM FORMATIVO E

PROFESSIONALE

Le persone fisiche possono rendere noto il proprio curriculum forma-

tivo e professionale, citando il possesso di ulteriori titoli pro-

fessionali (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 certifica-	
	bili 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 princi-	
	pio 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 no-	
	menclatori 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 equiparati a corrispondenza chiusa, può consentire la trasmissione di dati sensibili.

Il Presidente

Dr. Franco Ferrero