

LINEE ESPLICATIVE SULLA PUBBLICITA' SANITARIA

A margine del Codice Deontologico, la FNOMCeO ha pubblicato le seguenti linee guida relative agli articoli 55- 56 – 57 dello stesso.

LINEA-GUIDA INERENTE L'APPLICAZIONE DEGLI ARTT. 55-56-57 DEL CODICE DI DEONTOLOGIA MEDICA

1) Premessa

La presente linea-guida in attuazione degli artt. 55-56-57 del Codice di Deontologia Medica è riferita a qualsivoglia forma di pubblicità dell'informazione, comunque e con qualsiasi mezzo diffusa, compreso l'uso di carta intestata e di ricettari, utilizzata nell'esercizio della professione in forma individuale o societaria o comunque nello svolgimento delle funzioni di Direttore sanitario di strutture autorizzate.

2) Definizioni

Ai fini della presente linea-guida, si intendono:

Prestatore di servizi: la persona fisica (medico o odontoiatra) o giuridica (struttura sanitaria pubblica o privata) che eroga un servizio sanitario. Nella presente linea-guida si usa la parola "medico" al posto di "prestatore di servizi", pur riferendosi ugualmente a persone fisiche o giuridiche.

Pubblicità: qualsiasi forma di messaggio, in qualsiasi modo diffuso, con lo scopo di promuovere le prestazioni professionali in forma singola o societaria. La pubblicità deve essere, comunque, riconoscibile, veritiera e corretta.

Pubblicità ingannevole: qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione, sia idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge, e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento.

Pubblicità comparativa: qualsiasi pubblicità che pone a confronto in modo esplicito o implicito uno o più concorrenti di servizi rispetto a quelli offerti da chi effettua la pubblicità.

Informazione sanitaria: qualsiasi notizia utile e funzionale al cittadino per la scelta libera e consapevole di strutture, servizi e professionisti. Le notizie devono essere tali da garantire sempre la tutela della salute individuale e della collettività.

3) Elementi costitutivi dell'informazione sanitaria

Il medico su ogni comunicazione informativa dovrà inserire:

- nome e cognome
- il titolo di medico chirurgo e/o odontoiatra
- il domicilio professionale

L'informazione tramite siti Internet deve essere rispondente al D.Lgs n. 70 del 9 aprile 2003 e dovrà contenere:

- il nome, la denominazione o la ragione sociale;
- il domicilio o la sede legale;
- gli estremi che permettono di contattarlo rapidamente e di comunicare direttamente ed efficacemente, compreso l'indirizzo di posta elettronica;
- l'Ordine professionale presso cui è iscritto e il numero di iscrizione;
- gli estremi della laurea e dell'abilitazione e l'Università che li ha rilasciati;
- la dichiarazione, sotto la propria responsabilità, che il messaggio informativo è diramato nel rispetto della presente linea guida;
- il numero della partita IVA qualora eserciti un'attività soggetta ad imposta.

Inoltre dovrà contenere gli estremi della comunicazione inviata all'Ordine provinciale relativa all'autodichiarazione del sito Internet rispondente ai contenuti della presente linea-guida.

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

4) Ulteriori elementi dell'informazione

- i titoli di specializzazione, di libera docenza, i master universitari, dottorati di ricerca, i titoli di carriera, titoli accademici ed eventuali altri titoli. I titoli riportati devono essere verificabili; a tal fine è fatto obbligo indicare le autorità che li hanno rilasciati e/o i soggetti presso i quali ottenerne conferma;
- il curriculum degli studi universitari e delle attività professionali svolte e certificate anche relativamente alla durata, presso strutture pubbliche o private, le metodiche diagnostiche e/o terapeutiche effettivamente utilizzate e ogni altra informazione rivolta alla salvaguardia e alla sicurezza del paziente, certificato negli aspetti quali-quantitativi dal direttore o responsabile sanitario;
- il medico non specialista può fare menzione della particolare disciplina specialistica che esercita, con espressioni che ripetano la denominazione ufficiale della specialità e che non inducano 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 presso strutture sanitarie o istituzioni private a cui si applicano le norme, in tema di autorizzazione e vigilanza, di cui all'art. 43 della Legge 23 dicembre 1978, n. 833. L'attività svolta e la sua durata devono essere comprovate mediante attestato rilasciato dal direttore o dal responsabile sanitario della struttura o istituzione;
- nell'indicazione delle attività svolte e dei servizi prestati può farsi riferimento al Tariffario Nazionale o ai Nomenclatori Regionali. L'Ordine valuterà l'indicazione di attività non contemplate negli elenchi di cui sopra, in modo particolare le cosiddette Medicine e Pratiche non convenzionali già individuate quale atto medico dalla FNOMCeO e, comunque, per tali finalità già oggetto di specifiche deliberazioni del Comitato Centrale. In ogni caso dovranno restare escluse le attività manifestamente di fantasia o di natura meramente reclamistica, che possono attrarre i pazienti sulla base di indicazioni non concrete o veritiere;
- ogni attività oggetto di informazione deve fare riferimento a prestazioni sanitarie effettuate direttamente dal professionista e, ove indicato, con presidi o attrezzature esistenti nel suo studio. In ogni caso l'effettiva disponibilità di quanto necessario per l'effettuazione della prestazione nel proprio studio costituirà elemento determinante di valutazione della veridicità e trasparenza del messaggio pubblicitario;
- pagine dedicate all'educazione sanitaria in relazione alle specifiche competenze del professionista;
- l'indirizzo di svolgimento dell'attività, gli orari di apertura, le modalità di prenotazione delle visite e degli accessi ambulatoriali e/o domiciliari, l'eventuale presenza di collaboratori e di personale con l'indicazione dei relativi profili professionali e, per le strutture sanitarie, le branche

- specialistiche con i nominativi dei sanitari afferenti e del sanitario responsabile. Può essere pubblicata una mappa stradale di accesso allo studio o alla struttura;
- le associazioni di mutualità volontaria con le quali ha stipulato convenzione;
 - laddove si renda necessario ai fini della chiarezza informativa e nell'interesse del paziente, il medico utilizza, ove non già previsto, il cartellino o analogo mezzo identificativo fornito dall'Ordine;
 - nel caso in cui il professionista desideri informare l'utenza circa le indagini statistiche relative alle prestazioni sanitarie, deve fare esclusivo riferimento ai dati resi pubblici e/o comunque elaborati dalle autorità sanitarie competenti.

In caso di utilizzo dello strumento Internet è raccomandata la conformità dell'informazione fornita ai principi dell'HONCode, ossia ai criteri di qualità dell'informazione sanitaria in rete. Inoltre in tali forme di informazione possono essere presenti:

- collegamenti ipertestuali purché rivolti soltanto verso autorità, organismi e istituzioni indipendenti (ad esempio: Ordini professionali, Ministero della Salute, Istituto Superiore di Sanità, Servizio Sanitario Regionale, Università, Società Scientifiche);
- spazi pubblicitari tecnici al solo scopo di fornire all'utente utili strumenti per la navigazione (ad esempio: collegamenti per prelevare software per la visualizzazione dei documenti, per la compressione dei dati, per il download dei files).

5) Regole deontologiche

Quale che sia il mezzo o lo strumento comunicativo usato dal medico:

- non è ammessa la pubblicità ingannevole, compresa la pubblicazione di notizie che ingenerino aspettative illusorie, che siano false o non verificabili, o che possano procurare timori infondati, spinte consumistiche o comportamenti inappropriati;
- non è ammessa la pubblicazione di notizie che rivestano i caratteri di pubblicità personale surrettizia, artificiosamente mascherata da informazione sanitaria;
- non è ammessa la pubblicazione di notizie che siano lesive della dignità e del decoro della categoria o comunque eticamente disdicevoli;
- non è ammesso ospitare spazi pubblicitari, a titolo commerciale con particolare riferimento ad aziende farmaceutiche o produttrici di dispositivi o tecnologie operanti in campo sanitario, né, nel caso di internet, ospitare collegamenti ipertestuali ai siti di tali aziende o comunque a siti commerciali;
- per quanto concerne la rete Internet, il sito web non deve ospitare spazi pubblicitari o link riferibili ad attività pubblicitaria di aziende farmaceutiche o tecnologiche operanti in campo sanitario;
- non è ammessa la pubblicizzazione e la vendita, né in forma diretta, né, nel caso di Internet, tramite collegamenti ipertestuali, di prodotti, dispositivi, strumenti e di ogni altro bene o servizio;
- è consentito diffondere messaggi informativi contenenti le tariffe delle prestazioni erogate, fermo restando che le caratteristiche economiche di una prestazione non devono costituire aspetto esclusivo del messaggio informativo.

6) Pubblicità dell'informazione tramite internet (vedi successive note esplicative)

Per le forme di pubblicità dell'informazione tramite Internet, il professionista dovrà comunicare all'Ordine provinciale di iscrizione (in caso di strutture sanitarie tale onere compete al Direttore Sanitario) di aver messo in rete il sito, dichiarando la conformità deontologica alla presente linea-guida.

7) 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:

- 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 rigorosamente vietato inviare messaggi contenenti dati sanitari di un paziente ad altro paziente o a terzi;
- 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;
- qualora il medico predisponga un elenco di pazienti suddivisi per patologia, può inviare messaggi agli appartenenti alla lista, evitando che ciascuno destinatario possa visualizzare dati relativi agli altri appartenenti alla stessa lista;
- l'utilizzo della posta elettronica nei rapporti fra 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 per le finalità diagnostiche e terapeutiche;
- 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.

8) Utilizzo delle emittenti radiotelevisive nazionali e locali, di organi di stampa e altri strumenti di comunicazione e diffusione delle notizie

Nel caso di informazione sanitaria, il medico che vi prende parte a qualsiasi titolo non deve, attraverso lo strumento radiotelevisivo, gli organi di stampa e altri strumenti di comunicazione, concretizzare la promozione o lo sfruttamento pubblicitario del suo nome o di altri colleghi. Il medico è comunque tenuto al rispetto delle regole deontologiche previste al punto 5) della presente linea-guida.

Nel caso di pubblicità dell'informazione sanitaria il medico è tenuto al rispetto di quanto previsto ai punti 3) 4) e 5) della presente linea-guida.

9) Verifica e valutazione deontologica

I medici chirurghi e gli odontoiatri iscritti agli Albi professionali sono tenuti al rispetto della presente linea-guida comunicando all'Ordine competente per territorio il messaggio pubblicitario che si intende proporre onde consentire la verifica di cui all'art. 56 del Codice stesso.

La verifica sulla veridicità e trasparenza dei messaggi pubblicitari potrà essere assicurata tramite una specifica autodichiarazione, rilasciata dagli iscritti, di conformità del messaggio pubblicitario, degli strumenti e dei mezzi utilizzati alle norme del Codice di Deontologia Medica e a quanto previsto nella presente linea-guida sulla pubblicità dell'informazione sanitaria.

Gli iscritti potranno altresì avvalersi di una richiesta di valutazione preventiva e precauzionale da presentare ai rispettivi Ordini di appartenenza sulla rispondenza della propria comunicazione pubblicitaria alle norme del Codice di Deontologia Medica. L'Ordine provinciale, ricevuta la suddetta richiesta, provvederà al rilascio di formale e motivato parere di eventuale non rispondenza deontologica.

L'inosservanza di quanto previsto dal Codice secondo gli orientamenti della presente linea guida è punibile con le sanzioni comminate dagli organismi disciplinari previsti dalla legge.
La FNOMCeO predisporrà laddove opportuno ulteriori atti di indirizzo e coordinamento.
Ulteriori chiarimenti rispetto alla pubblicità informativa su internet e sulle medicine non convenzionali, deliberate dalla Commissione Ordinistica.

PUBBLICITA' INFORMATIVA SANITARIA TRAMITE INTERNET

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 ha l'obbligo di attenersi al dettato legislativo derivante dal D.Lgs n. 70 del 9 aprile 2003 e dovrà contenere:

- il nome, la denominazione o la ragione sociale;
- il domicilio o la sede legale;
- gli estremi che permettono di contattarlo rapidamente e di comunicare direttamente ed efficacemente, compreso l'indirizzo di posta elettronica;
- l'Ordine professionale presso cui è iscritto e il numero di iscrizione;
- gli estremi della laurea e dell'abilitazione e l'Università che li ha rilasciati;
- la dichiarazione, sotto la propria responsabilità, che il messaggio informativo è diramato nel rispetto delle linee guida allegate al Codice deontologico;
- il numero della partita IVA qualora eserciti un'attività soggetta ad imposta.

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 all'Ordine apposita richiesta di parere.

E' competenza dell'Ordine effettuare le relative verifiche.

Caratteristiche del sito

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

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

Contenuti del sito

Tutti i contenuti devono essere consoni al decoro della professione.

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 non deve contenere alcuna forma di pubblicità meramente commerciale, promozionale e comparativa. Sono consentiti la riproduzione della piantina stradale atta ad identificare l'ubicazione dello studio medico e/o odontoiatrico, secondo le norme del Codice Deontologico.

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).

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.

Utilizzo della posta elettronica per motivi clinici si rimanda alla stretta osservanza del punto 7 delle linee guida in calce al Codice Deontologico.

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.

PUBBLICITA' INFORMATIVA SANITARIA E MEDICINE NON CONVENZIONALI

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.

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.

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.

Gli iscritti potranno avvalersi di una richiesta di valutazione preventiva e precauzionale da presentare su apposita modulistica all'Ordine sulla rispondenza della propria comunicazione pubblicitaria alle norme del Codice di Deontologia Medica.

L'Ordine, ricevuta la suddetta richiesta, provvederà al rilascio di formale e motivato parere anche di eventuale non rispondenza deontologica.

L'inosservanza di quanto previsto dal Codice secondo gli orientamenti delle linee-guida è punibile con le sanzioni comminate dagli organismi disciplinari previsti dalla legge.

Allegati:

Modelli di verifica o rilascio parere dell'Ordine.