



***ORDINE PROVINCIALE DI ROMA
DEI MEDICI-CHIRURGI E DEGLI ODONTOIATRI***

Il Consiglio Direttivo dell'Ordine dei Medici e degli Odontoiatri di Roma ha elaborato e approvato in data 15.02.2011 le **"Linee Guida in tema di Pubblicità/Informativa sanitaria"** che semplificano, per gli studi singoli o associati, la procedura e prevedono l'utilizzo di ulteriori veicoli pubblicitari. nel rispetto delle leggi vigenti e del Codice Deontologico; inoltre, introducono una nuova prassi per quanto concerne le autorizzazioni dei siti internet alle strutture sanitarie.

IL PRESIDENTE
(Dott. Mario Falconi)



**ORDINE PROVINCIALE DI ROMA
DEI MEDICI-CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI**

DELIBERA n. 42/2011

OGGETTO: LINEE GUIDA IN TEMA DI PUBBLICITÀ/INFORMATIVA SANITARIA, RIGUARDANTI GLI STUDI SINGOLI O ASSOCIATI NONCHÉ I PRESIDI SANITARI.

Il Consiglio Direttivo dell'Ordine Provinciale di Roma dei Medici-Chirurghi e degli Odontoiatri, nella riunione del 15 febbraio 2011;

VISTO l'art. 2 – I° comma – lett. b) D.L. n. 223/2006, convertito nella L. n. 248/2006, (cosiddetto decreto Bersani), in base al quale è stata disposta la abrogazione delle disposizioni legislative e regolamentari che prevedono il divieto, per gli esercenti attività libero-professionali e intellettuali, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni, le caratteristiche del servizio offerto, nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni;

VISTO che tale norma, nel contempo, demanda agli Ordini di categoria il compito di verificare se la pubblicità informativa (testo del messaggio; tipologia di veicolo; caratteristiche estetiche) sia conforme alla Deontologia Professionale;

CONSIDERATO che per quanto riguarda l'attività sanitaria, il Ministero della Salute – Direzione Generale delle Risorse Umane e delle Professioni Sanitarie – interpretando il disposto di legge sopra specificato, ha affermato che la L. 5.2.1992, n. 175, già vigente in tema di pubblicità sanitaria, non trova più applicazione nel caso in cui l'attività sanitaria pubblicizzata venga esercitata dallo studio singolo e dallo studio associato; in tale ipotesi, non sarebbe più necessaria alcuna autorizzazione amministrativa ed il controllo di carattere deontologico resta demandato all'Ordine professionale di appartenenza;

CONSIDERATO nel contempo l'avviso manifestato, al riguardo, dalla Regione Lazio – Dipartimento Sociale – Direzione Regionale “Programmazione Sanitaria-Politiche della prevenzione e Sicurezza sul Lavoro”- Area Autorizzazione e Accreditamento, che ha affermato la operatività della L. n. 175/1992 per quanto attiene le procedure autorizzatorie stabilite per le strutture sanitarie, siano o meno convenzionate;

RITENUTO che la intervenuta liberalizzazione riguardi sia le prestazioni professionali pubblicizzabili (cosiddetto servizio offerto) ad opera dello studio, singolo o associato, e ad opera della struttura sanitaria, nonché la tipologia dei veicoli;

RITENUTA, pertanto, la necessità di adottare apposite linee guida al fine di disciplinare, sotto il profilo deontologico, tali aspetti innovativi;

TENUTO PRESENTE quanto affermato dalla Regione Lazio e sopra riportato, circa le autorizzazioni (ex art. 5 L. n. 175/1992) ancora oggi necessarie perché le strutture sanitarie possano effettuare pubblicità-informativa;

PRESO ATTO dell'apposito Regolamento, elaborato dal Gruppo di Studio per la Pubblicità Sanitaria costituito con Delibera n. 202/2010, illustrato del Dott. Francesco La Commare -Coordinatore del Gruppo di Studio;

ACQUISITO il parere favorevole del Direttore

DELIBERA

di adottare le **“Linee guida in tema di Pubblicità/Informativa sanitaria”** riguardanti gli studi singoli o associati nonché i presidi sanitari contenute nell'allegato accluso che costituisce parte integrante della presente Delibera.

Le Linee guida verranno pubblicate sul sito internet e sul Bollettino dell'Ordine.

Resta richiamata e operante la Delibera n. 129/2007 già adottata in tema di autorizzazione della pubblicità e dell'informazione su siti internet e per l'uso della posta elettronica per motivi clinici.

IL SEGRETARIO
(Prof. Filippo Custureri)

IL PRESIDENTE
(Prof. Mario Falconi)

All.to: c.s.

AM/as

G:\PUBBLICITA\Delibera n. 42-2011.doc



**ORDINE PROVINCIALE DI ROMA
DEI MEDICI-CHIRURGI E DEGLI ODONTOIATRI**

**Linee guida in tema di
Pubblicità/Informativa sanitaria**

Le presenti linee guida costituiscono atto di indirizzo per gli iscritti all'Ordine di Roma e per gli iscritti ad altri Ordini che intendano effettuare, nell'ambito della Provincia di Roma, messaggi informativo-pubblicitari.

Restano altresì richiamati ed operanti gli obblighi previsti dagli artt. 55, 56 e 57 del vigente Codice Deontologico nonché *le Direttive adottate con Delibera n. 129/2007 in tema di autorizzazione della pubblicità e dell'informazione su siti internet e per l'uso della posta elettronica per motivi clinici* -.

Eventuali richieste di autorizzazione pubblicitaria riguardanti veicoli non ancora disciplinati dalle linee guida già adottate, saranno oggetto di valutazione da parte del Consiglio Direttivo.

A) STUDIO SINGOLO O STUDIO ASSOCIATO

LA PUBBLICITA' DEVE O PUO' CONTENERE LE SEGUENTI INDICAZIONI E DIZIONI:

- 1) il nome e cognome- **indicazione obbligatoria.**
- 2) il titolo di medico-chirurgo e/o di odontoiatra- **indicazione obbligatoria.**
- 3) la dicitura "studio medico e/o studio odontoiatrico" - **indicazione obbligatoria.**
- 4) Il titolo di specializzazione - **indicazione obbligatoria nel caso di studio specialistico** (es: Studio Ortopedico, Studio Oculistico).
- 5) l'indirizzo, la ubicazione dei locali ove viene svolta l'attività;
- 6) gli orari di apertura e le modalità di prenotazione delle visite, degli accessi ambulatoriali e domiciliari;
- 7) L'Ordine di appartenenza (indicare la provincia) ed estremi dell'iscrizione all'Albo Professionale (es. Albo Medici-Chirurghi p.n.).

Per quanto attiene i **titoli accademici e professionali** che si intendono pubblicizzare il sanitario è tenuto a comprovarne il possesso depositando il titolo presso l'Ordine oppure a mezzo dichiarazione sostitutiva indicando tutti i necessari elementi conoscitivi. In particolare possono essere pubblicizzati i seguenti:

- 8) titoli di specializzazione, di libera docenza, titoli accademici e/o di carriera: (es: Professore Ordinario, Associato, Professore a contratto (materia e sede) Dirigente Medico (branca o servizio); Dottorati di ricerca, Master universitari (branca, settore o materia) **e ogni altro titolo** riconosciuto dalle norme vigenti in tema di istruzione universitaria, **purché afferenti** all'Area Sanitaria tenuti presenti, tra l'altro i settori scientifico-disciplinari.

Nel caso in cui sussistano dubbi circa la tipologia o la validità del titolo, l'uso dello stesso resta consentito solo dopo avere acquisito il parere favorevole del competente Dicastero (Ministero della Salute, Ministero Istruzione Università e Ricerca).

Sono consentite le dizioni relative ai titoli accademici e ai servizi rispettivamente conseguiti e prestati all'estero, purché riconosciuti dal competente Dicastero;

- 9) diploma di formazione specifica in medicina generale così come risulta agli atti dell'Ordine o da comprovare a mezzo idonea documentazione;
- 10) legittimazione all'esercizio della psicoterapia ai sensi degli artt.3 e 35 L. n. 56/1989;
- 11) le associazioni di mutualità volontaria e gli Enti con i quali il Sanitario ha stipulato contratto d'opera professionale;
- 12) iscrizione nell'Albo dei Consulenti Tecnici di Ufficio (C.T.U.) presso il Tribunale di
- 13) iscrizione nel Registro dei medici competenti - D.Lgs. n. 81/2008;
- 14) i rapporti di convenzione con il Servizio Sanitario Regionale;
- 15) Medico Autorizzato ex art. 88 D.Lgs. 17 marzo 1995, n. 230 (sorveglianza radiologica);
- 16) *branche, settori di attività e singole prestazioni professionali* ¹

Sono vietate le denominazioni di comodo ovvero denominazioni e qualificazioni diverse e ulteriori rispetto a quelle riferite alla branca e al settore. Restano unicamente consentite qualificazioni quali ad es. studio cardiologico, studio ortopedico, studio omeopatico, studio senologico, ecc. Tuttavia, qualora si tratti di società professionale² si può fare uso della denominazione sociale e dei segni distintivi debitamente registrati.

17) indicazione del termine sostantivato relativo alla disciplina specialistica esercitata

Il medico non specialista può fare menzione della particolare disciplina specialistica che esercita, con espressioni che ripetano la denominazione ufficiale

¹ L'Art. 2 – I comma – lett. b) D.L. n. 223/2006 convertito nella L.n. 248/2006 (cosiddetto Decreto Bersani) dispone l'abrogazione delle disposizioni legislative e regolamentari che prevedono il divieto, per gli esercenti attività libero professionali e intellettuali di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali e le caratteristiche del servizio.

Ciò premesso, per quanto attiene la professione sanitaria, è da ritenere che il termine servizio sottenda il complesso delle prestazioni rese dal singolo professionista o dalla struttura sanitaria.

Tali prestazioni divengono del tutto pubblicizzabili.

Trattasi di effetto innovativo atteso che il sanitario, titolare di uno studio professionale, ancor prima dell'intervenuta liberalizzazione, non era legittimato a pubblicizzare le singole prestazioni, a differenza della struttura sanitaria (ambulatorio, casa di cura, ecc.); vedi, al riguardo, art. 4 primo comma, L. n. 175/1992.

Grazie alla norma sopravvenuta, il sanitario, anche qualora non si configuri alcuna struttura, è legittimato a pubblicizzare le singole prestazioni e /o determinati settori di attività.

Ora, egli può indicare anche settori che rientrano nell'ambito della cosiddetta medicina alternativa: agopuntura, fitomedicina, omeopatia e omotossicologia.

Resta altresì consentito pubblicizzare i settori (es. ecografia, proctologia, odontoiatria pediatrica, ecc.).

E' possibile altresì indicare prestazioni sanitarie rese a domicilio (es. quelle effettuate da guardie mediche private) ed in genere tutte le attività sanitarie che non configurano né studio né ambulatorio (es. trasporto assistito di pazienti).

² Il D.L. n. 223/2006, convertito nella L. n. 248/2006 ha abrogato il divieto di costituire società di persone tra professionisti- Conseguentemente, è consentita la società professionale, anche interdisciplinare (es. cardiologi e oculisti), tra sanitari nella quale è possibile l'ammissione di soci non professionisti. Il decreto, tuttavia, prevede che l'oggetto sociale deve essere esclusivo e che il medesimo professionista non può partecipare a più di una società. Inoltre, la specifica prestazione deve essere resa da uno dei soci professionisti previamente indicati, sotto la loro personale responsabilità.

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 (**es. Cardiologia e non Cardiologo**, nel caso di sanitario non specialista che abbia svolto attività tipica della branca per almeno cinque anni) presso strutture sanitarie pubbliche 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 dichiarazione sostitutiva di atto notorio o producendo apposito attestato rilasciato dal responsabile sanitario della struttura o istituzione.

18) indicazione delle medicine non convenzionali

Il sanitario che esercita una Medicina non Convenzionale tra quelle di cui alle deliberazioni del Consiglio Direttivo n. 51/98 del 4.3.98 e n. 25/07 del 23.1.07 (Agopuntura, Fitomedicina, Omeopatia e Omotossicologia) potrà riportare la dizione relativa alla medicina non convenzionale. Nel caso di non avvenuta iscrizione negli appositi Registri dell'Ordine, dovranno essere documentate le caratteristiche di formazione richieste per l'iscrizione nei Registri stessi, di cui alle apposite delibere del Consiglio Direttivo. Nel caso di avvenuta iscrizione nei Registri non è necessaria la presentazione di documenti e, solo qualora richiesto esplicitamente dal sanitario, sarà possibile inserire nel testo pubblicitario la dizione "*iscritto nel Registro di.....*"

19) indicazione della medicina estetica

Il sanitario che esercita la Medicina Estetica, per la quale il Consiglio Direttivo con Delibera n. 190/2009 ha istituito un apposito Registro, potrà riportare la dizione relativa alla stessa. Nel caso di non avvenuta iscrizione nel relativo Registro, dovrà essere documentata la formazione di cui alla delibera sopra menzionata. Nel caso di avvenuta iscrizione nel Registro non è necessaria la presentazione di documenti e, solo qualora richiesto esplicitamente dal sanitario, sarà possibile inserire nel testo pubblicitario la dizione "*iscritto nel Registro di Medicina Estetica*".

20) indicazione degli onorari praticati (tariffe) e dei costi sostenuti³

*Per quanto attiene gli **Studi Associati** che possono essere costituiti, con scrittura privata registrata, ai sensi degli artt. 36 e seguenti Codice Civile e dell'art. 1 Legge 23.11.1939, n. 1815 la pubblicità/informativa sanitaria resta consentita nei termini e con le modalità sopra specificati.*

L'Associazione può essere costituita tra sanitari per esercitare la stessa branca o lo stesso settore di attività.

* * *

³ Il Decreto Bersani consente di pubblicizzare gli onorari (i prezzi) ed i costi. E' quindi 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. (vedi, al riguardo, obblighi deontologici).

TIPOLOGIA DI VEICOLI – INFORMATIVI PUBBLICITARI

Lo studio singolo o associato può pubblicizzare la propria attività professionale mediante:

- **targhe**; devono avere dimensioni non superiori a 3000 cm quadrati (di norma cm 50 x cm 60); i relativi caratteri devono essere a stampatello e di grandezza non superiore a cm 8. Le targhe non devono contenere alcun disegno, figura o simbolo ad eccezione di quello rappresentativo della professione.

Sono salvi vincoli particolari stabiliti in materia dal Regolamento Comunale.

- **insegne**; devono avere dimensioni non superiori a 20.000 cm quadrati (di norma cm 100 x cm 200). Gli eventuali elementi luminosi e/o illuminati non devono essere intermittenti. Non può essere riportato alcun grafico, disegno o figura ad eccezione del simbolo rappresentativo della professione.

- **inserzioni sugli elenchi telefonici**. Esse debbono rispettare le seguenti condizioni:

A) occupare uno spazio non superiore a 50 centimetri quadrati (di norma cm 5 x cm 10)

B) avere carattere e colore tipografico conformi a quelli normalmente usati.

C) non contenere riquadri e sottolineature volti ad evidenziare il testo dell'inserzione medesima.

D) riportare il testo con esclusione di qualsiasi grafico, disegno o figura ad eccezione del simbolo rappresentativo della professione.

Emittenti radiotelevisive nazionali e locali; giornali a tiratura nazionale o locale, periodici; altri strumenti di comunicazione e di diffusione delle notizie.

Sono consentite sia le foto riguardanti la persona del sanitario sia le foto necessarie per una compiuta informazione sanitaria e/o educazione sanitaria, sempreché non disdicevoli al decoro professionale.

* * *

Restano, inoltre, consentiti **ulteriori veicoli pubblicitari-informativi** allorchè non lesivi del decoro professionale:

- la **vetrofanìa**, purchè le relative dimensioni non siano superiori a cm quadrati 14.000 (di norma cm 100 x 140) per ciascuna vetrofanìa;
- il **volantino** sempreché le relative dimensioni non siano superiori a cm quadrati 400 (di norma cm 20 x cm 20). Nel volantino è consentita la riproduzione della piantina stradale idonea a individuare la ubicazione dello studio;
- **locandina** e **brochure** entrambi da utilizzare soltanto all'interno della struttura; le dimensioni della locandina non debbono essere superiori a cm quadrati 1750 (di norma cm 35 x cm 50)
- **gli impianti pubblicitari stradali, le scritte e i manifesti apposti sui mezzi pubblici** le cui dimensioni massime non debbono essere superiori a cm quadrati 20.000 (di norma cm 100 x cm 200).
- **Sito Internet (Delibera n. 129/2007)** a integrazione di tale Delibera si precisa quanto segue. Non rientrano nella competenza dell'Ordine la verifica e il controllo di tutte le informazioni e le notizie riguardanti l'attività professionale che non siano di carattere prettamente tecnico-professionale.

Conseguentemente il sanitario o i sanitari sono direttamente responsabili della conformità ai principi e agli obblighi deontologici. Nel caso di Presidi Sanitari [link](#) il parere reso dall'Ordine deve essere necessariamente prodotto alla ASL territoriale per ottenere lo specifico atto amministrativo autorizzatorio alla pubblicità sanitaria ai sensi dell'art. 5 della legge 175/92.

La pubblicità sanitaria degli Studi singoli o associati è consentita previa AUTODICHIARAZIONE, ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000, indirizzata all'Ordine. Tale autocertificazione deve contenere l'affermazione di conformità del messaggio pubblicitario:

- alle regole deontologiche;
- all'atto di indirizzo adottato in tema di pubblicità dal Consiglio Direttivo con Delibera n. 42 del 15 febbraio 2011;
- alle Direttive per l'autorizzazione della pubblicità e dell'informazione su siti internet e per l'uso della posta elettronica per motivi clinici – Delibera n. 129/2007.

Inoltre, essa deve contenere la descrizione dettagliata del tipo e delle caratteristiche estetiche del veicolo nonché dei contenuti del messaggio pubblicitario ⁴.

In caso di inserzione, dovrà essere specificato il veicolo (quotidiano, periodico, ecc.) nel quale l'annuncio verrà diffuso.

L'ORDINE, ENTRO IL TERMINE MASSIMO DI NOVANTA GIORNI DALL'AVVENUTA RICEZIONE DELL'AUTODICHIARAZIONE, POTRÀ ESPRIMERE PARERE MOTIVATO DI NON CONFORMITÀ O PORRE IN ESSERE ULTERIORI ATTI ISTRUTTORI NECESSARI PER LA DEFINIZIONE DELLA PRATICA IVI COMPRESA LA VERIFICA DI QUANTO DICHIARATO DAL RICHIEDENTE.

L'AUTODICHIARAZIONE NON NECESSITA nel caso di informativa riguardante i seguenti elementi sempreché trattasi unicamente di veicolo già disciplinato.

- il nome e il cognome;
- il titolo di medico-chirurgo e/o di odontoiatra;
- la specializzazione con la denominazione che risulta dal diploma;
- l'indirizzo, la ubicazione dei locali ove viene svolta l'attività;
- gli orari di apertura e le modalità di prenotazione delle visite, degli accessi ambulatoriali e domiciliari;
- il recapito telefonico.
- l'Ordine di appartenenza, l'Albo Professionale (Medici Chirurghi e/o Odontoiatri) il numero di posizione.

L'autodichiarazione non necessita neppure nel caso di effettiva informazione sanitaria e di educazione sanitaria⁵ effettuata sotto la diretta responsabilità del sanitario che la firma.

⁴ A seguito della intervenuta liberalizzazione la tipologia dei veicoli deve essere quanto meno individuata. Le caratteristiche estetiche debbono essere verificate poiché potrebbero essere disdicevoli al decoro professionale. Le diciture potrebbero essere erranee, ad es. quelle riguardanti i titoli accademici e di servizio

⁵ Per quanto riguarda l'informazione sanitaria riguardante argomenti di carattere tecnico, è da tenere presente quanto disposto dall'art. 7 L. n. 175/1992 di seguito riportato:

“Il Ministero della Sanità di propria iniziativa o su richiesta degli ordini professionali, può disporre la rettifica di informazioni e notizie su argomenti di carattere medico controversi, forniti al pubblico in modo unilaterale attraverso la stampa o i mezzi di comunicazione radiotelevisivi.

A tal fine, il Ministero della Sanità invita i responsabili della pubblicazione o della trasmissione, fissando ad essi un termine, a provvedere alla divulgazione della rettifica.

I responsabili delle reti radiofoniche e televisive sono tenuti a fornire al Ministero della Sanità ed agli Ordini professionali, su loro richiesta, il testo integrale dei comunicati, interviste, programmi o servizi concernenti argomenti medici o di interesse sanitario trasmessi dalle reti medesime.”

Il Nulla osta, quale atto formale amministrativo, potrà essere adottato e inviato al Comune che, ritenendo ancora applicabile la L. n. 175/1992, ne faccia apposita richiesta.

* * *

B) PRESIDI SANITARI

I presidi sanitari possono pubblicizzare le branche di attività, i settori e le singole prestazioni professionali.

Debbono però essere indicati il nome, il cognome e i titoli professionali dei responsabili di ciascuna branca specialistica. E' obbligatoria l'indicazione del nome, cognome e dei titoli professionali del sanitario responsabile della Direzione Sanitaria e/o Tecnica.

Sono vietate le denominazioni di comodo ovvero quelle che non rinvencono fondamento nella ragione o denominazione sociale debitamente registrata.

Le dizioni di cui è possibile far uso sono quelle delle branche o discipline ufficiali della medicina e della odontoiatria.

Così ad es. possono essere tenute presenti le branche previste nelle tabelle allegate ai Decreti Ministeriali in data 30 gennaio 1998 relativi alla normativa concorsuale ASL. Può altresì farsi riferimento all'Ordinamento Universitario delle scuole di specializzazione in campo sanitario, modificato da ultimo con D.M. 1 agosto 2005 che ha ridenominato la scuola di specializzazione "chirurgia plastica e ricostruttiva" in specializzazione in "chirurgia plastica, ricostruttiva ed estetica" e con D.M. 31 luglio 2006 riguardante le scuole di specializzazione in campo odontoiatrico.

Può farsi altresì riferimento al tariffario delle prestazioni libero-professionali (D.P.R. 17.2.1992) sebbene abrogato, nonché al tariffario delle prestazioni rese in regime di convenzione ed ai nomenclatori regionali.

In primis, debbono essere tenute presenti le diciture e le denominazioni contenute nell'atto di autorizzazione all'esercizio del presidio sanitario e quelle espresse nei provvedimenti regionali (Delibere e Regolamenti) che stabiliscono le tipologie di presidi e i relativi requisiti minimi (es. DGR n. 424/2006).

I veicoli pubblicitari e le relative dimensioni massime sono gli stessi degli studi.

La targa può essere di maggiore dimensione ma comunque non superiore a 6.000cm quadrati (di norma cm 60 x cm 100); i relativi caratteri debbono essere a stampatello e di grandezza non superiore a cm 12. Deve essere riportato il numero e la data dell'autorizzazione rilasciata dalla Regione.

Il testo riguardante le branche, i settori e le singole prestazioni nonché i nomi dei titoli professionali dei relativi responsabili deve essere composto con caratteri la cui grandezza non sia superiore a cm 8 salvo che per il direttore sanitario. Il testo non deve contenere alcun grafico, disegno, figura o simbolo ad eccezione di quello rappresentativo della professione e della denominazione sociale e dei segni distintivi della Società, debitamente registrati.

Per quanto attiene le procedure autorizzatorie si applicano le disposizioni specifiche stabilite dalla L. n. 175 del 5.2.1992 e dal D.M. N. 657 del 16.9.1994. Allorché viene trasmessa all'Ordine la documentazione allegata alla istanza, avanzata dal presidio alla Azienda Sanitaria Locale competente per territorio, tesa ad ottenere la autorizzazione alla pubblicità sanitaria, è necessario

che venga attestato che le branche, i settori e le singole prestazioni, che si intendono pubblicizzare sono autorizzate all'esercizio in virtù dell'atto amministrativo già rilasciato in favore del presidio stesso.

* * *

OBBLIGHI DEONTOLOGI E DIVIETI **(valgono sia per gli studi che per i presidi)**

- A.** non è ammessa la pubblicità ingannevole, compresa la pubblicazione di notizie che ingenerino aspettative illusorie, che siano false o non verificabili, o che possono procurare timori infondati, spinte consumistiche o comportamenti clinicamente inopportuni;
- B.** non è ammessa la pubblicazione di notizie che rivestono i caratteri di pubblicità personale surrettizia, artificiosamente mascherata da informazione sanitaria;
- C.** non è ammessa la pubblicazione di notizie che siano lesive della dignità e del decoro della categoria o comunque eticamente disdicevoli;
- D.** non è ammesso informare l'utenza circa indagini statistiche relative ai servizi sanitari o effettuare comparazioni che non abbiano per esclusivo riferimento i dati resi pubblici dalle autorità sanitarie vigilanti e dalle fonti ufficiali certificate;
- E.** nessun veicolo può ricomprendere spazi pubblicitari, tanto meno quelli relativi ad aziende farmaceutiche o produttrici di dispositivi o tecnologie operanti in campo sanitario;
- F.** non è ammessa la pubblicizzazione e la vendita, di prodotti, dispositivi, strumenti e di ogni altro bene o servizio;
- G.** 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;
- H.** è illecito pubblicizzare prestazioni, settori o branche non autorizzate all'esercizio dalla competente Amministrazione;
- I.** è vietata qualsiasi asserzione circa la efficacia delle prestazioni e la certezza dei risultati clinici conseguibili;
- J.** è fatto divieto di evidenziare capacità professionali personali e di usare aggettivazioni laudatorie;
- K.** restano del tutto precluse diciture reclamistiche o commerciali;
- L.** è precluso comparare le proprie prestazioni o le prestazioni del presidio e/o le relative modalità di esecuzione con quelle rese dai colleghi o dalle altre strutture sanitarie.

* * *

Ulteriori dizioni o tipologie di veicoli potranno essere consentiti a seguito di specifica valutazione da parte dell'Ordine.

AM/as