



Disposizioni in materia di pubblicità dell'informazione sanitaria



Premessa

Visto l'articolo 2, comma 1, lett. b) del D.L. 223/04.07.2006 convertito con la legge 4 agosto 2006, n. 248 che testualmente sancisce: *"... sono abrogate le disposizioni legislative e regolamentari che prevedono con riferimento alle attività libero professionali e intellettuali ... il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio il cui rispetto è verificato dall'Ordine"*;

Visto la legge 5 febbraio 1992, n. 175 così come modificata dall'articolo 3 della legge 26 febbraio 1999, n.42, dall'articolo 12 della legge 14 ottobre 1999, n. 362 e dal comma 8 dell'articolo 7 della legge 3 maggio 2004, n. 112;

Alla luce quindi della "riforma Bersani" e della linea guida approvata dalla FNOMCeO e dei relativi articoli del Nuovo Codice Deontologico (n. 55, 56, 57), l'Ordine provinciale dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri di Messina adotta - in fase di prima applicazione in attesa di nuove disposizioni dell'Osservatorio Nazionale sulla Pubblicità dell'Informazione Sanitaria della FNOMCeO - le seguenti nuove disposizioni in materia di pubblicità dell'informazione sanitaria.

La riforma operata in tema di pubblicità ed informazione sanitaria dalla L. 248/04.08.2006 all'art. 2 comma 1 lett.b), pur abrogando il divieto di svolgere pubblicità informativa in materia sanitaria, ha confermato le competenze di vaglio e controllo già affidate all'Ordine, ribadendo il compito dell'Ordine di verificare il rispetto dei "criteri di trasparenza e veridicità del messaggio".

Alla luce delle disposizioni di cui agli artt. 55, 56 e 57 del Nuovo Codice Deontologico l'informazione sanitaria può essere pubblicizzata nel rispetto dei principi di "correttezza informativa, responsabilità e decoro professionale", "escludendo qualsiasi forma anche indiretta di pubblicità commerciale personale o a favore di altri" e previa verifica dell'Ordine competente per territorio (art. 56).

Le linee guida per l'applicazione degli artt. 55-56-57 allegare al nuovo Codice Deontologico elencano i contenuti sia obbligatori che facoltativi consentiti ed inseribili su ogni comunicazione informativa.

Il professionista (o il direttore sanitario in caso di struttura pubblica o privata) presenterà la domanda all'Ordine competente firmando una dichiarazione autocertificativa di conformità relativa al rispetto di quanto previsto dagli artt. 55-56-57 del Codice Deontologico e dalla Linea Guida approvata dalla FNOMCeO, nonché "una descrizione dettagliata del tipo, delle caratteristiche e dei contenuti dell'annuncio pubblicitario".

Verificato il rispetto delle prescrizioni dettate dal Codice Deontologico e dalla normativa di riferimento, l'Ordine rilascerà il proprio parere.

Verifica e valutazione deontologica

I medici chirurghi e gli odontoiatri iscritti agli Albi professionali sono tenuti al rispetto della Linea-guida della FNOMCeO comunicando all'Ordine competente per territorio il messaggio pubblicitario che intendono utilizzare 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 domanda con 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 Linea-guida sulla pubblicità dell'informazione sanitaria.

Gli iscritti potranno avvalersi di una richiesta di valutazione preventiva e precauzionale da presentare all'Ordine 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.

L'inosservanza di quanto previsto dal Codice secondo gli orientamenti della 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.

Gli Ordini, ai fini degli obblighi della verifica deontologica prevista nell'articolo 2, comma 1, lett. b), della legge 4 agosto 2006, n. 248, cui corrisponde l'esercizio della potestà disciplinare in caso di accertata violazione delle norme, promuovono iniziative ed attivano procedure idonee a favorire la comunicazione da parte degli iscritti dei propri messaggi pubblicitari.

Gli Ordini devono attivare inoltre strutture e procedure di consulenza per i propri iscritti, al fine della valutazione preventiva e precauzionale del messaggio, allo scopo di prevenire e contenere il contenzioso disciplinare ed all'uopo gli uffici dell'Ordine sono a disposizione per ogni e qualsiasi chiarimento.

Ai fini della tutela della dignità e del decoro, i mezzi, le forme e gli strumenti indicati nella legge 175/92 e nel D.M. 657/94 per la diffusione dei messaggi pubblicitari conservano piena rispondenza alle disposizioni del vigente Codice di Deontologia anche a seguito delle innovazioni legislative introdotte in materia.

Publicità dell'informazione sanitaria – Regole generali

La linea-guida sulla pubblicità dell'informazione sanitaria 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.

Il medico su ogni comunicazione informativa dovrà inserire:

- nome e cognome, o denominazione o ragione sociale;
- il titolo di medico chirurgo e/o odontoiatra o la ragione sociale;
- il domicilio professionale o la sede legale.

NUOVO CODICE DI DEONTOLOGIA

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 verificata 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".