



CERTIFICATO N° 6944

**QUESTO MODULO E' SOGGETTO A REVISIONE CONTINUA DI QUALITA'
PERTANTO SONO GRADITE PROPOSTE DI MODIFICA**

Ordine dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri della provincia di Latina - Piazza Angelo Celli, 3 - 04100 Latina
Tel 0773/693665 - Fax 0773/489131 - info@ordinemedicilatina.it - www.ordinemedicilatina.it

ISTRUZIONI PER UNA CORRETTA PUBBLICITA' INFORMATIVA

CODICE DI DEONTOLOGIA MEDICA

Articolo 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.

Articolo 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.

DIVIETI

Non è ammessa la **pubblicità ingannevole**, ossia quella che è idonea ad indurre in errore l'utente e che può così pregiudicare il suo comportamento, compresa la pubblicazione di notizie che ingenerano aspettative illusorie, che siano false o non verificabili o che possono procurare timori infondati, spinte consumistiche o comportamenti clinicamente inopportuni.

Non è ammessa la **pubblicità comparativa**, cioè che pone a confronto in modo esplicito o implicito uno o più concorrenti, se non utilizzando dati statistici resi pubblici dalle autorità sanitarie vigilanti e da fonti ufficiali certificate.

Non è ammessa la pubblicazione di notizie che rivestono i caratteri della **pubblicità personale surrettizia**, artificiosamente mascherata da informazione sanitaria.

Non è ammessa la **pubblicizzazione e la vendita**, da parte dei professionisti e delle strutture sanitarie, di farmaci.

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.

OBBLIGHI

I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie sono tenute a comunicare all'Ordine (per le strutture sanitarie l'onere compete al Direttore Sanitario) gli strumenti pubblicitari ed il loro contenuto, attestando che il messaggio pubblicitario è diffuso conformemente alle norme del Codice Deontologico, alle linee-guida sulla pubblicità sanitaria allegate al Codice stesso, nel rispetto dei requisiti estetici e di contenuto di seguito elencati.

L'Ordine ritiene utile una valutazione preventiva e precauzionale dello strumento e del messaggio che si intende diffondere per verificarne la rispondenza alle norme deontologiche, e indispensabile laddove occorre il rispetto dei regolamenti edilizi ed urbanistici comunali. Tutti i comuni della provincia di Latina prevedono tale obbligo.

Data Em.	19/04/2010	Mod.	C01	Rev.	01	Pagina 1/7
----------	------------	------	-----	------	----	------------

ISTRUZIONI PER UNA CORRETTA PUBBLICITA' INFORMATIVA

CARATTERISTICHE ESTETICHE

TARGHE DEGLI STUDI PROFESSIONALI

- Dimensioni raccomandate non superiori a 3.000 cmq.
- Fattura compatta e non luminosa.
- Possibilità di riportare un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.
- Apposizione sull'edificio in cui si svolge l'attività e, quando l'edificio insiste in un complesso recintato, può essere apposta anche sulla recinzione.

INSERZIONI SUGLI ELENCHI TELEFONICI

- Possibilità che nelle inserzioni sia riportato un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.
- Possibilità che, all'interno dell'inserzione, il testo possa essere riquadrato o sottolineato.

INSERZIONI SUGLI ELENCHI GENERALI DI CATEGORIA (ELENCHI, GUIDE, ANNUARI, ECC.)

- Le disposizioni previste per le inserzioni sugli elenchi telefonici non si applicano alle inserzioni sugli elenchi generali di categoria che non pongono limitazioni nei confronti di qualsiasi richiesta di inserzione e che sono volte esclusivamente a dare diffusione a nominativi per categoria professionale, con l'indicazione soltanto dei relativi recapiti telefonici, degli indirizzi e delle attività esercitate.

INSERZIONI SU GIORNALI, QUOTIDIANI E PERIODICI

- Dimensioni raccomandate non superiori a 350 cmq.
- Possibilità che nelle inserzioni sia riportato un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.

CARTA INTESTATA, FOGLI DI RICETTARIO, BIGLIETTI DA VISITA, ECC.

Nessuna caratteristica estetica predefinita salvo quella dettata dal decoro e dal buon senso.

EMITTENTI RADIO-TELEVISIVE LOCALI

- Gli spot pubblicitari diffusi tramite emittenti radiofoniche locali devono avere durata conforme agli ordinari passaggi pubblicitari e devono recitare un messaggio pubblicitario trasparente e veritiero.
- Gli spot pubblicitari diffusi tramite emittenti televisive locali devono avere durata conforme agli ordinari passaggi pubblicitari e devono recitare un messaggio trasparente e veritiero. Le immagini trasmesse durante lo spot pubblicitario possono riprodurre gli ambienti e i locali ove viene svolta l'attività sanitaria pubblicizzata, il professionista o i professionisti titolari dello studio professionale e, previo consenso scritto per la diffusione dei dati, anche i collaboratori, il personale addetto e gli utenti dello studio o della struttura sanitaria. Non possono essere riprodotte immagini che non abbiano diretta attinenza con il contesto operativo di svolgimento dell'attività professionale.

DEPLIANTS INFORMATIVI

- La veste grafica del depliant deve evitare di utilizzare simboli, colori e caratteri tipografici di richiamo spiccatamente promozionale.
- I depliant non possono essere distribuiti "a pioggia", né in farmacie, né in luoghi pubblici o comunque aperti al pubblico (ad esempio: bar, ristoranti, circoli, ecc.).
- Possono essere diffusi all'interno delle strutture sanitarie o degli studi medici, nelle sale di attesa o in apposite bacheche.
- Possono essere recapitati a colleghi o a strutture sanitarie, avendo cura di osservare le disposizioni sull'acquisizione del consenso al ricevimento di materiale pubblicitario, previsto dalla legge sulla privacy.

MANIFESTI E CARTELLONI STRADALI, SU AUTOBUS O TAXI, IN LUOGHI PUBBLICI, SPORTIVI O DI RADUNO

- I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono utilizzare cartelli segnaletici stradali allo scopo di fornire alla cittadinanza le necessarie informazioni relativamente all'ubicazione dello studio o della sede della struttura. Tali cartelli segnaletici devono trovarsi nelle immediate vicinanze dello studio o della struttura (di norma entro la distanza di due incroci stradali) e possono riportare la denominazione e l'indirizzo ed, eventualmente, una freccia direzionale. I cartelli segnaletici possono essere collocati in "paline" contenenti altri cartelli segnaletici, sia pubblicitari che di pubblico servizio, su "paline" corrispondenti alle fermate di autobus, taxi, metropolitana, ecc. o in altre collocazioni, purché nelle immediate vicinanze della sede dello studio o della struttura.
- Non è ammesso il ricorso a cartelloni pubblicitari stradali, né a poster o manifesti esibiti in luoghi pubblici o in luoghi aperti al pubblico, se non nelle immediate vicinanze della sede dello studio o della struttura (di norma entro la distanza di due incroci stradali), per le finalità di cui al punto precedente.
- Non è ammesso il ricorso a striscioni pubblicitari in luoghi pubblici, sportivi e di raduno, a meno che si tratti di iniziative a scopo benefico, educativo o di solidarietà, per le quali la raccolta pubblicitaria è destinata a finanziare progetti di utilità sociale.
- Allo stesso modo, non è consentito **sponsorizzare** eventi o manifestazioni, tranne nel caso in cui si tratti di iniziative a scopo benefico, educativo o di solidarietà, come sopra descritte.
- Non è ammesso il ricorso a **cartelli pubblicitari** a bordo di automezzi destinati al trasporto pubblico (autobus, autolinee, metropolitana, taxi, ecc.), né sui mezzi di trasporto ferroviario, navale o aereo.

Data Em.	19/04/2010	Mod.	C01	Rev.	01	Pagina 2/7
----------	------------	------	-----	------	----	------------

ISTRUZIONI PER UNA CORRETTA PUBBLICITA' INFORMATIVA

CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

STRUMENTI PROMOZIONALI MULTIMEDIALI

- I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono realizzare presentazioni multimediali della propria attività professionale, fermo restando che il contenuto delle informazioni inserite nella presentazione deve essere trasparente e veritiero.
- I supporti contenenti le presentazioni multimediali (Cd, Dvd, ecc.) possono essere distribuiti, con il consenso dei destinatari, ai colleghi e alle strutture sanitarie e agli utenti, purchè il loro contenuto sia conforme alle regole previste per le trasmissioni televisive locali e per i siti internet.
- Le presentazioni multimediali possono essere proiettate nei locali dello studio o della struttura che le ha prodotte.

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, ad esclusione di denominazioni di fantasia.

Se struttura sanitaria, la denominazione o ragione sociale oggetto di autorizzazione. Per quanto riguarda le società fra professionisti, in attesa della disciplina normativa preannunciata, la casistica sarà oggetto di valutazione specifica.

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 o associati. Possono far uso del titolo di professore anche coloro che ricoprono insegnamenti in ambito universitario in corsi di laurea concernenti le professioni sanitarie e anche i ricercatori ai quali è stato conferito, con apposita deliberazione della Facoltà, la titolarità di un insegnamento. L'uso del titolo è limitato al periodo di insegnamento;
- 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 la Facoltà di o Scuola di, per l'anno accademico"
- 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" specificando la materia nella quale è stata conseguita la libera docenza.

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 Odontoiatria e Protesi Dentaria che in quanto laureati Medicina e Chirurgia, possono indicare il titolo professionale di "Odontoiatra".

Gli iscritti ad entrambi gli Albi, possono indicare il titolo professionale di "Medico Chirurgo Odontoiatra".

DOMICILIO PROFESSIONALE

Le persone fisiche devono indicare l'indirizzo dello studio professionale.

Le associazioni professionali devono indicare l'indirizzo dello studio 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.

ISTRUZIONI PER UNA CORRETTA PUBBLICITA' INFORMATIVA

CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

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 della normativa vigente, possono indicare il titolo: "Medico competente".

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 di autorizzazione.

LIBERE DOCENZE E MASTER UNIVERSITARI

I professionisti possono indicare il possesso della libera docenza con le modalità indicate nel riquadro "Titolo accademico".

I professionisti possono indicare il possesso del titolo di Master se conseguito presso Università italiane a norma del Decreto Ministeriale 270/2004, 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.

Data Em.	19/04/2010	Mod.	C01	Rev.	01	Pagina 4/7
----------	------------	------	-----	------	----	------------

ISTRUZIONI PER UNA CORRETTA PUBBLICITA' INFORMATIVA

CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

ATTIVITA' SVOLTA E SERVIZI PRESTATI

Le persone fisiche possono indicare l'attività effettivamente svolta presso lo studio professionale ed i servizi in concreto offerti alla cittadinanza. Le associazioni professionali possono indicare tali informazioni, relativamente ai professionisti associati.

Per quanto riguarda l'attività effettivamente svolta ed i servizi in concreto erogati, deve essere utilizzata una terminologia descrittiva che consenta di fornire una informazione corretta, senza al contempo ingenerare equivoci circa il possesso di particolari titoli. A questo scopo, è opportuno fare riferimento, sia per le attività svolte che per i servizi prestati, alla terminologia descrittiva contenuta nel Tariffario Nazionale o nel Nomenclatore regionale o altrimenti a giudizio dell'Ordine, nel caso in cui non sussistano tali riferimenti. In particolare ciò riguarda le cosiddette "medicine non convenzionali", per le quali l'Ordine farà riferimento alle indicazioni della FNOMCeO. In ogni caso, i professionisti e le associazioni professionali, per poter pubblicizzare l'attività effettivamente svolta, devono essere in grado, a richiesta, di documentare il possesso di specifiche competenze culturali, scientifiche e professionali nel precuo settore di interesse, fermo restando che il professionista o l'associazione professionale si assumono pienamente la responsabilità di quanto dichiarato nel messaggio pubblicitario, sotto forma di "autocertificazione" delle competenze possedute e che l'Ordine competente si riserva il diritto di verificare la veridicità e la trasparenza di quanto pubblicizzato. La pubblicizzazione di titoli e competenze che non hanno riscontri oggettivi è considerata pubblicità ingannevole e, come tale, perseguibile disciplinarmente. In ogni caso non può essere utilizzata, per la descrizione dell'attività e dei servizi, una terminologia manifestamente di fantasia o di natura meramente reclamistica, che possa attrarre i pazienti sulla base di indicazioni non concrete o non veritiere. Le strutture sanitarie possono indicare tutte le attività svolte ed i servizi prestati, in quanto oggetto di autorizzazione. Pertanto, nell'ambito delle branche autorizzate ed al fine di fornire all'utenza una più ampia informazione, le strutture possono anche indicare con maggior dettaglio le attività ed i servizi erogati, fermo restando che deve farsi uso di una terminologia che non sia manifestamente di fantasia o meramente reclamistica e che, al contrario, sia scientificamente fondata. Per il resto, valgono le medesime regole sopra descritte per i professionisti. Nel caso in cui le persone fisiche, le associazioni professionali e le strutture sanitarie si avvalgono, per l'erogazione delle prestazioni sanitarie, di particolari strumenti o attrezzature, possono indicare il tipo di strumento o attrezzatura posseduta, avendo cura di non citare il nominativo del produttore e dando assicurazione che l'apparecchiatura risponde ai requisiti di conformità previsti dalla normativa vigente. Può essere indicato il tipo di prestazioni e di risultati diagnostici e/o terapeutici che l'apparecchiatura è in grado di fornire, purché tale informazione sia scientificamente fondata e senza, pertanto, ingenerare negli utenti illusioni ed immotivate aspettative di successo. Il titolare dello studio professionale o i professionisti aderenti all'associazione professionale devono esibire, durante l'attività professionale, il tesserino di iscrizione o altro mezzo identificativo rilasciato all'Ordine.

MODALITA' DI ACCESSO

Le persone fisiche, le associazioni professionali e le strutture sanitarie, oltre all'indirizzo di svolgimento dell'attività, possono indicare gli orari di apertura dello studio o della sede e le modalità di prenotazione delle visite e degli accessi ambulatoriali e/o domiciliari. Può essere pubblicata una mappa stradale per facilitare l'accesso allo studio o alla sede della struttura.

Può essere pubblicato il numero telefonico dello studio o della struttura, il numero di fax, eventuali indirizzi di posta elettronica e l'eventuale indirizzo del sito internet del professionista, dell'associazione professionale o della struttura. Possono essere pubblicate informazioni sui documenti necessari, sia amministrativi che sanitari, che l'utente deve produrre in sede di accettazione presso lo studio professionale o la struttura sanitaria.

COLLABORATORI E PERSONALE AUSILIARIO

Le persone fisiche e le associazioni professionali possono indicare l'eventuale presenza di personale medico, infermieristico o ausiliario che opera presso lo studio professionale. In ogni caso si deve trattare di personale in possesso dei requisiti legali per lo svolgimento delle rispettive attività. Le strutture sanitarie possono indicare i nominativi e i titoli del personale medico, infermieristico o ausiliario che opera presso la sede della struttura, con particolare riguardo ai nominativi dei responsabili delle varie branche specialistiche oggetto di autorizzazione. Il personale medico che opera presso la struttura a qualsiasi titolo deve esibire, durante l'attività professionale, il tesserino di iscrizione o altro mezzo identificativo rilasciato all'Ordine.

Data Em.	19/04/2010	Mod.	C01	Rev.	01	Pagina 5/7
----------	------------	------	-----	------	----	------------

ISTRUZIONI PER UNA CORRETTA PUBBLICITA' INFORMATIVA

CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

TARIFFE

I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie sono tenute a far conoscere preventivamente alla cittadinanza le tariffe praticate per le prestazioni sanitarie erogate segnalando per quanto possibile, che tali tariffe potrebbero variare in base all'impegno professionale e a tutti quegli elementi che contribuiscono a fissare l'onorario. 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. L'indicazione di tariffe, possibilmente con un costo minimo e massimo, rappresenta per il cittadino/paziente, che spesso soffre di una asimmetria informativa, un valido strumento di orientamento per valutare l'equità dell'onorario che, comunque, deve essere sempre preventivamente e analiticamente comunicato al paziente. 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:

- 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.

ADESIONE A MUTUE INTEGRATIVE

I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono indicare l'eventuale adesione ad associazioni di mutualità volontaria integrativa con le quali hanno stipulato apposita convenzione per erogare prestazioni sanitarie in favore dei soci delle associazioni medesime. Le tariffe praticate ai pazienti associati a mutue integrative possono essere indicate a valore assoluto, oppure indicando chiaramente la percentuale di riduzione rispetto alla tariffa ordinariamente applicata. In ogni caso, pur ammettendo le applicazioni di tariffe agevolate, il compenso non può essere irrisorio, non adeguato e al di sotto della soglia di decoro e dignità professionale.

EDUCAZIONE SANITARIA E INDAGINI STATISTICHE

I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono pubblicare messaggi contenenti temi di educazione sanitaria, in relazione alle specifiche competenze dei professionisti o della struttura sanitaria. In ogni caso, allorché vengono fornite informazioni di carattere medico-sanitario, è raccomandato che venga citata la letteratura scientifica di riferimento, al fine di attestarne la fondatezza scientifica. L'educazione sanitaria deve, pertanto, basarsi su dati scientificamente convalidati o in adesione a linee guida professionali o, ancora, in attuazione a campagne di sensibilizzazione promosse da organismi e istituzioni sanitarie. Nell'ambito dell'educazione sanitaria, possono essere pubblicati risultati di indagini statistiche anche relative a specifiche prestazioni sanitarie e anche in modo comparativo, purché venga fatto riferimento a dati resi pubblici o comunque elaborati dai competenti organismi e istituzioni sanitarie o da fonti ufficiali certificate.

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**, tanto meno 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 HON Foundation a garanzia degli utenti.

Data Em.	19/04/2010	Mod.	C01	Rev.	01	Pagina 6/7
----------	------------	------	-----	------	----	------------

ISTRUZIONI PER UNA CORRETTA PUBBLICITA' INFORMATIVA

CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

EMAIL E NEWSLETTER

La posta elettronica, nella pratica quotidiana, sostituisce in molti casi la telefonata non urgente, anche per il fatto di non essere condizionata dall'intasamento telefonico. La sua caratteristica, a metà tra lo scrivere una lettera e la parola orale (più spontanea di una lettera scritta e più permanente di una conversazione orale) e la possibilità di scegliere parole ed espressioni in modo più attento ed appropriato rispetto ad una conversazione telefonica, permettono al paziente di fare domande più precise senza la preoccupazione di dimenticare qualcosa e di conservare e di capire più chiaramente i consigli forniti dal medico. In particolare modo l'uso della posta elettronica risulta utile per fornire ai propri pazienti gli indirizzi e i numeri di telefono delle strutture sanitarie alle quali gli si consiglia di rivolgersi; per inviare i risultati degli esami con la relativa interpretazione; per fornire consigli e istruzioni su come assumere farmaci; per fornire istruzioni pre o post operatorie e per ogni altra forma di consiglio o suggerimento utile per i pazienti. I messaggi di posta elettronica possono, inoltre, prevedere collegamenti a materiale educativo presente sulla rete Internet. Va da ultimo ricordato che, a differenza delle conversazioni telefoniche, i messaggi di posta elettronica sono per se stessi una documentazione: una copia può essere stampata e inserita nella scheda sanitaria del paziente, consentendo così una migliore gestione dell'assistenza al proprio paziente. A fronte degli indubbi vantaggi connessi con l'uso della posta elettronica, è sempre presente il rischio di intercettazione dei messaggi e di violazione della privacy da parte di soggetti estranei al rapporto medico-paziente. Il medico deve aver cura di utilizzare il proprio sistema informatico in modo da ridurre al minimo tali rischi e, comunque, deve rappresentare al proprio paziente tale eventualità

Aspetti inerenti la tutela della privacy

La legislazione in vigore richiede il consenso da parte del cittadino per l'utilizzo e il trattamento di dati personali. La ricezione, la conservazione e la disponibilità del messaggio telematico da parte del medico e dei suoi sostituti rientra nell'ambito del consenso richiesto. L'allargamento della possibilità offerta da modelli organizzativi (Gruppo, Associazione, Cooperative, Medicina in Rete) di utilizzare personale non medico nella gestione e utilizzo del sistema informatico, configura la necessità di concordare e sottoscrivere un'integrazione del consenso che definisca chi dello staff organizzativo del medico è autorizzato ad avere accesso alla posta elettronica, quali argomenti possono essere liberamente trattati e cosa sono autorizzati a fare (risultati degli esami, consigli medici, . . .). Nel caso in cui il medico predisponga un elenco di malati suddivisi per patologia (registri di patologia) non è consentito inviare messaggi agli appartenenti alla categoria patologica, se tutti i destinatari sono visibili. E' possibile, invece, utilizzare la "copia carbone cieca", per impedire che ciascuno dei destinatari veda chi sono gli altri destinatari. E' allo stesso modo vietato inviare un messaggio che contiene dati sensibili di un paziente ad un altro, così come inviare a terzi un messaggio diretto ad un paziente. I testi inviati da un medico ad un collega per consulto non dovrebbero contenere il nome e l'indirizzo del paziente. E' tassativamente vietato comunicare o diffondere a terzi l'indirizzo di posta elettronica dei pazienti, soprattutto per usi pubblicitari o per piani di marketing clinici. I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie devono adottare idonee misure di sicurezza, a norma della vigente normativa sulla Privacy, per il trattamento dei dati sanitari dei pazienti tramite gli strumenti elettronici ed informatici.

Aspetti inerenti le modalità di comunicazione

Anche se la comunicazione via e-mail riguarda in genere problemi non urgenti, è comunque opportuno che il medico ed il paziente concordino i tempi massimi di risposta, tenendo, comunque, conto della natura del messaggio. Tre giorni lavorativi sembrano essere un tempo accettabile. E' opportuno richiedere ai pazienti di specificare sempre l'oggetto della comunicazione, affinché i messaggi possano essere suddivisi in categorie predeterminate, oltre al suo nome e numero di telefono. Il software del medico dovrebbe essere configurato in modo da inviare conferme di ricevimento automatico, prevedendo, in caso di sua assenza, una risposta automatica con l'indicazione della data del suo ritorno e a chi rivolgersi in caso di necessità. E' opportuno conservare la e-mail inviata insieme all'avviso di ricevimento. Infatti, in caso di mancata conferma di ricezione della e-mail da parte del paziente, specie in presenza di notizie importanti, il medico dovrebbe avere l'accortezza di verificare con una telefonata. E', corrispondentemente, opportuno che i pazienti utilizzino la funzione di risposta automatica per confermare al medico l'avvenuta lettura del messaggio. Ogni messaggio di posta elettronica inviato dal medico dovrebbe contenere un avviso

chiaramente leggibile del seguente tenore: "Comunicazione medica CONFIDENZIALE" e l'indicazione che l'uso della posta elettronica non sostituisce l'esame clinico, e che, se i contenuti del messaggio fossero non completamente comprensibili o risultassero insufficienti, è consigliabile telefonare al medico o recarsi al suo studio per ulteriori delucidazioni. I professionisti, le associazioni professionali e le strutture sanitarie possono inviare periodiche newsletter ai propri pazienti, assistiti e clienti, previo consenso esplicito da parte di costoro e purché le informazioni e notizie contenute nella newsletter abbiano contenuti conformi alle indicazioni sopra previste per i siti internet.

Data Em.	19/04/2010	Mod.	C01	Rev.	01	Pagina 7/7
----------	------------	------	-----	------	----	------------