

**ORDINE DEI MEDICI CHIRURGHI E DEGLI ODONTOIATRI  
DELLA PROVINCIA DI GENOVA  
REGOLAMENTO PUBBLICITA' SANITARIA**

**Approvato dal Consiglio Direttivo  
con deliberazione n. 78 del 27/11/2007**

Il presente regolamento si suddivide nelle seguenti sezioni:

- **CARATTERISTICHE ESTETICHE:** vengono elencati i mezzi pubblicitari e per ognuno di essi vengono stabilite alcune caratteristiche tipiche. Lo scopo è quello di tutelare il decoro della professione, come previsto dall'art. 56 del Codice Deontologico, evitando il ricorso a forme pubblicitarie di carattere meramente commerciale e propagandistico. Nella determinazione delle caratteristiche tipiche sono stati assunti, come parametro di riferimento, la legislazione preesistente, ove applicabile e le delibere precedentemente assunte dal Consiglio dell'Ordine in materia di pubblicità sanitaria. Eventuali ulteriori strumenti pubblicitari rispetto a quelli codificati, saranno oggetti di specifica valutazione.
- **CONTENUTO DEL MESSAGGIO:** vengono elencate le varie tipologie di informazione che è possibile fornire all'utenza comprensive delle raccomandazioni sul loro contenuto, tenendo conto della disciplina prevista dal nuovo Codice Deontologico e dalle linee guida allegate al Codice stesso ed integrandole, ove ritenuto necessario, in settori ed ambiti particolari.
- **VALUTAZIONE DELL'ORDINE:** vengono descritte le procedure di comunicazione e di valutazione dei messaggi pubblicitari, allo scopo di verificare il rispetto dei criteri di trasparenza e veridicità del messaggio.
- **DIVIETI:** vengono riassunti i contenuti pubblicitari non ammessi.

**CARATTERISTICHE ESTETICHE**

<b>STRUMENTI PUBBLICITARI</b>	<b>CARATTERISTICHE CONSIGLIATE</b>
<p style="text-align: center;"><b><i>TARGHE DEGLI STUDI PROFESSIONALI :</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 3.000 cmq. (di norma cm. 50 x cm. 60). I relativi caratteri devono essere “a stampatello” e di grandezza non superiore a cm. 8.</li><li>- Fattura compatta e non luminosa.</li><li>- Possibilità di riportare un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li><li>- Riportare il numero e la data dell’autorizzazione comunale.</li><li>- Apposizione sull’edificio in cui si svolge l’attività e, quando l’edificio insiste in un complesso recintato, può essere apposta anche sulla recinzione.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b><i>TARGHE DELLE STRUTTURE SANITARIE:</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 6.000 cmq. (di norma m. 60 x cm. 100). I relativi caratteri devono essere “a stampatello” e di grandezza non superiore a cm. 12.</li><li>- Fattura compatta e non luminosa.</li><li>- Possibilità di riportare un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li><li>- Riportare il numero e la data dell’autorizzazione comunale.</li><li>- Può riportare la denominazione o ragione sociale, nonché i segni distintivi dell’impresa.</li><li>- Apposizione sull’edificio in cui si svolge l’attività e, quando l’edificio insiste in un complesso recintato, può essere apposta anche sulla recinzione.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b><i>INSEGNE DELLE STRUTTURE SANITARIE:</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 20.000 cmq.(di norma cm. 100 x 200).</li><li>- Gli eventuali elementi luminosi e/o illuminanti non devono essere intermittenti o lampeggianti né programmati in modo da dare un messaggio variabile.</li><li>- Riportare il numero e la data dell’autorizzazione comunale;</li><li>- Essere costituite da materiale non deteriorabile.</li><li>- Possibilità che sull’insegna sia riportato un grafico, un disegno, una</li></ul>

	<p>figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Collocazione orizzontale, verticale o a bandiera, sopra l'edificio e, quando l'edificio insiste su un complesso recintato, anche sulla recinzione.</li> </ul>
<p><b><i>INSERZIONI SUGLI ELENCHI TELEFONICI (PAGINE BIANCHE E ELENCHI TELEFONICI):</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 50 cmq. (di norma cm. 5cm. x 10 cm.).</li> <li>- Possibilità che nelle inserzioni sia riportato un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li> <li>- Avere carattere e colore tipografico conformi a quelli normalmente usati.</li> <li>- Non contenere riquadri e sottolineature volti ad evidenziare il testo dell'inserzione medesima.</li> <li>- Riportare il numero e la data dell'autorizzazione comunale.</li> </ul>
<p><b><i>INSERZIONI SUGLI ELENCHI GENERALI DI CATEGORIA (ELENCHI, GUIDE, PAGINE GIALLE, ANNUARI, ECC.)</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul>
<p><b><i>INSERZIONI SU GIORNALI, QUOTIDIANI E PERIODICI DI INFORMAZIONE</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dimensioni raccomandate non superiori a 350 cmq</li> <li>- Possibilità che nelle inserzioni sia riportato un grafico, un disegno, una figura o un simbolo, oltre a quello della professione.</li> <li>- Riportare il numero e la data dell'autorizzazione regionale.</li> </ul>
<p><b><i>CARTA INTESTATA, FOGLI DI RICETTARIO, BIGLIETTI DA VISITA, ECC.</i></b></p>	<p>Nessuna caratteristica estetica predefinita.</p>
<p><b><i>EMITTENTI RADIO-TELEVISIVE LOCALI</i></b></p>	<p>Gli spot pubblicitari diffusi tramite emittenti radio-televisive devono avere durata, modalità e caratteristiche tecniche analoghe ai passaggi pubblicitari comunemente trasmessi.</p> <p>Essi, altresì, devono recitare un messaggio trasparente e veritiero nonchè, più in generale, aderente alle previsioni di cui ai punti 3), 4) e 5) delle linee-guida approvate dalla FNOMCeO ed inerenti l'applicazione degli artt. 55-56-57 del Codice Deontologico. Si precisa che gli iscritti sono comunque tenuti a presentare all'Ordine comunicazione preventiva</p>

	<p>del messaggio pubblicitario.</p> <p>Le immagini trasmesse durante lo spot pubblicitario possono riprodurre gli ambienti e locali ove viene svolta l'attività sanitaria.</p> <p>Possono, altresì, essere pubblicizzate le immagini del titolare dello studio professionale o del direttore sanitario della struttura nonché dei collaboratori o dipendenti, fatto salvo il previo consenso scritto di quest'ultimi.</p> <p>In nessun caso possono essere riprodotte immagini che non abbiano diretta ed esclusiva attinenza all'attività professionale prestata.</p> <p>Nel messaggio pubblicitario non devono apparire immagini che anche indirettamente possano promuovere farmaci, dispositivi medici e, comunque, beni e servizi di imprese commerciali.</p>
<p><b><i>VOLANTINI, BIGLIETTI INFORMATIVI E DEPLIANTS PUBBLICITARI :</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La veste grafica del volantino, dei biglietti informativi o del depliant deve evitare di utilizzare simboli, colori e caratteri tipografici di richiamo spiccatamente promozionale.</li> <li>- Non possono essere distribuiti "a pioggia", né in farmacie, né in luoghi pubblici o comunque aperti al pubblico (ad esempio: bar, ristoranti, circoli, ecc.).</li> <li>- Possono essere diffusi all'interno delle strutture sanitarie o degli studi medici, nelle sale di attesa o in apposite bacheche.</li> <li>- 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.</li> </ul>
<p><b><i>MANIFESTI E CARTELLONI STRADALI, SU AUTOBUS O TAXI, IN LUOGHI PUBBLICI, SPORTIVI O DI RADUNO:</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- 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,</li> </ul>

	<p>educativo o di solidarietà, per le quali la raccolta pubblicitaria è destinata a finanziare progetti di utilità sociale.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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 già descritte.</li> <li>- 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.</li> </ul>
<b><i>STRUMENTI PROMOZIONALI MULTIMEDIALI:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- Le presentazioni multimediali possono essere proiettate nei locali dello studio o della struttura che le ha prodotte.</li> </ul>

**CONTENUTO DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

<b>TIPOLOGIA DI INFORMAZIONE</b>	<b>LINEE DI INDIRIZZO</b>
<b>NOMINATIVO</b>	<p>Se persona fisica, il nome e cognome del sanitario.</p> <p>Se associazione professionale (studio associato), il nome e cognome di tutti i professionisti che fanno parte dell'associazione, ad esclusione di denominazioni di fantasia.</p> <p>Se struttura sanitaria, la denominazione o ragione sociale oggetto di autorizzazione nonché nome e cognome e titoli professionali del Direttore Tecnico.</p> <p>Per quanto riguarda le società fra professionisti, in attesa della disciplina normativa preannunciata, la casistica sarà oggetto di valutazione</p>

	specifica.
<b>TITOLO ACCADEMICO</b>	<p>Tutte le persone fisiche iscritte agli Albi possono utilizzare il titolo accademico di “Dottore” in forma estesa o abbreviata, al maschile o al femminile.</p> <p>Possono far uso del titolo di “Professore”, in forma estesa o abbreviata, al maschile o al femminile, i seguenti soggetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- professori universitari di ruolo ordinari, straordinari o associati.</li> </ul> <p>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;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- professori a contratto, ex artt. 25 e 100 del DPR 382/1980 e art. 4 DPR 162/1982.</li> </ul> <p>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 .....”;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- liberi docenti, con docenza confermata ex art. 10 Legge 1175/1958.</li> </ul> <p>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. E’ possibile fare uso del titolo “Primario Emerito” e “Già Primario”</p>
<b>TITOLO PROFESSIONALE</b>	<p>Gli iscritti all’Albo dei Medici Chirurghi possono indicare il titolo professionale di “Medico Chirurgo”.</p> <p>I Laureati in Odontoiatria possono utilizzare il titolo “Dott. ...Laureato in Odontoiatria e Protesti Dentaria”</p> <p>Tutti coloro che hanno titolo ad esercitare l’attività di Odontoiatra possono far uso del termine di “Dentista” e “Odontoiatra”.o “Odontoiatria”.</p> <p>Gli iscritti ad entrambi gli Albi, possono indicare il titolo professionale di “Medico Chirurgo Odontoiatra”.</p>
<b>DOMICILIO PROFESSIONALE</b>	Le persone fisiche devono indicare l’indirizzo dello studio professionale.

	<p>Le associazioni professionali devono indicare l'indirizzo dello studio ove viene svolta la professione in forma associata.</p> <p>Le strutture sanitarie devono indicare l'indirizzo corrispondente alla sede di svolgimento dell'attività sanitaria autorizzata.</p> <p>In presenza di più studi o sedi, possono essere indicati gli indirizzi dello studio o sede principale e di quelli secondari.</p>
<p style="text-align: center;"><b>TITOLI DI SPECIALIZZAZIONE</b></p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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. Inoltre le persone fisiche che hanno conseguito una formazione professionale in Psicoterapia presso Scuole ed Istituti autorizzati dal MURST, ai sensi dell'art. 3 della L. 56/89, possono indicare "Specialisti in Psicoterapia" e</p> <p>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 e se svolgono attività in convenzione, possono indicare "...Convenzionato con il SSN per la Medicina Generale."</p> <p>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" oppure "Medico Competente per gli accertamenti in materia di lavoro".</p>

	<p>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.</p> <p>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).</p> <p>Per le associazioni professionali, ogni professionista aderente all'associazione può indicare il titolo di specializzazione posseduto, secondo quanto previsto per le persone fisiche.</p> <p>Le strutture sanitarie possono indicare i nominativi dei professionisti operanti nella struttura nonché il titolo di specializzazione posseduto.</p>
<p><b>LIBERE DOCENZE E MASTER UNIVERSITARI</b></p>	<p>I professionisti possono indicare il possesso della libera docenza con le modalità indicate nel riquadro "Titolo accademico".</p> <p>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 denominazione attribuita dall'Università.</p>
<p><b>ALTRI TITOLI PROFESSIONALI E DI CARRIERA, CURRICULUM FORMATIVO E PROFESSIONALE</b></p>	<p>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</p>

	<p>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.</p>
<p style="text-align: center;"><b>ATTIVITA' SVOLTA E SERVIZI  PRESTATI</b></p>	<p>Le persone fisiche possono indicare l'attività effettivamente svolta presso lo studio professionale ed i servizi in concreto offerti alla cittadinanza.</p> <p>Le associazioni professionali possono indicare tali informazioni, relativamente ai professionisti associati.</p> <p>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 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 precipuo 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.</p> <p>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.</p> <p>Le strutture sanitarie possono indicare tutte le attività svolte ed i servizi prestati, in quanto oggetto di autorizzazione. Pertanto, nell'ambito delle</p>

	<p>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.</p> <p>Nel caso in cui le persone fisiche, le associazioni professionali e le strutture sanitarie si avvalgano, 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, purchè tale informazione sia scientificamente fondata e senza, pertanto, ingenerare negli utenti illusorie ed immotivate aspettative di successo.</p> <p>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</p>
<p align="center"><b>MODALITA' DI ACCESSO</b></p>	<p>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.</p> <p>Può essere pubblicata una mappa stradale per facilitare l'accesso allo studio o alla sede della struttura.</p> <p>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.</p>
<p align="center"><b>COLLABORATORI E PERSONALE AUSILIARIO</b></p>	<p>Le persone fisiche e le associazioni professionali possono indicare l'eventuale presenza di personale medico, infermieristico o ausiliario</p>

	<p>che opera presso lo studio professionale.</p> <p>In ogni caso si deve trattare di personale in possesso dei requisiti legali per lo svolgimento delle rispettive attività.</p> <p>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.</p>
<p style="text-align: center;"><b>TARIFFE</b></p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>La pubblicizzazione delle tariffe non deve, comunque, costituire l'aspetto esclusivo del messaggio pubblicitario.</p> <p>Al fine della tutela del decoro professionale, le tariffe non possono essere inserite nella pubblicità informativa realizzata mediante targhe ed insegne.</p>
<p style="text-align: center;"><b>ADESIONE A MUTUE INTEGRATIVE</b></p>	<p>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</p>

	<p>medesime. Gli stessi sono tenuti a comunicare all'Ordine ogni accordo, contratto o convenzione privata diretta allo svolgimento dell'attività professionale al fine della valutazione della conformità ai principi di decoro, dignità ed indipendenza della professione.</p>
<p align="center"><b>EDUCAZIONE SANITARIA E INDAGINI STATISTICHE</b></p>	<p>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, allorchè vengono fornite informazioni di carattere medico-sanitario, è raccomandato che venga citata la letteratura scientifica di riferimento, al fine di attestarne la fondatezza scientifica.</p> <p>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.</p> <p>Nell'ambito dell'educazione sanitaria, possono essere pubblicati risultati di indagini statistiche anche relative a specifiche prestazioni sanitarie e anche in modo comparativo, purchè venga fatto riferimento a dati resi pubblici o comunque elaborati dai competenti organismi e istituzioni sanitarie o da fonti ufficiali certificate.</p>
<p align="center"><b>PARTICOLARITA' PER LA DIFFUSIONE DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO TRAMITE LA RETE INTERNET</b></p>	<p>I siti devono essere registrati su domini nazionali e/o dell'Unione Europea, a garanzia dell'individuazione dell'operatore e del committente pubblicitario.</p> <p>Inoltre i siti internet devono prevedere obbligatoriamente i seguenti elementi di informazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- indicazione degli estremi della laurea e dell'abilitazione e l'Università che li ha rilasciati;</li> <li>- il numero di partita IVA per i professionisti che esercitano in regime di</li> </ul>

	<p>libera professione e per le strutture sanitarie;</p> <p>- la dichiarazione, sotto la personale responsabilità del titolare del sito, che i contenuti del sito sono conformi alle linee guida approvate dall'Ordine.</p> <p>Nel sito possono essere presenti collegamenti ipertestuali, purchè 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.).</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Tali principi sono consultabili sul sito:  <a href="http://www.hon.ch/HONcode/Italian">http://www.hon.ch/HONcode/Italian</a> 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.</p>
<p><b>EMAIL E NEWSLETTER</b></p>	<p>La posta elettronica costituisce un mezzo di comunicazione che si sta sempre più diffondendo, anche per uso clinico, quale alternativa alla telefonata per motivi non urgenti. Pertanto l'utilizzo della posta elettronica non può che essere consentito ai medici ed agli odontoiatri</p>

nel rapporto con i propri pazienti, entro i limiti e con l'osservanza delle linee guida contenute nella deliberazione del Consiglio Direttivo dell'Ordine dei Medici di Genova del giugno 2002 ricordando sempre il ruolo fondamentale e prioritario del contatto diretto con il paziente. L'uso della posta elettronica risulta utile per fornire ai propri pazienti gli indirizzi ed i numeri di telefono delle strutture sanitarie consigliate; per inviare i risultati degli esami con la relativa interpretazione; per fornire consigli ed istruzioni su come assumere farmaci; per fornire istruzioni pre o postoperatorie e per ogni altra forma di consiglio o suggerimento utile.

I messaggi di posta elettronica possono, inoltre, prevedere collegamenti a materiale educativo presente sulla rete Internet.

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 proprio paziente, consentendo così una migliore gestione dell'assistenza.

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 informativo in modo da ridurre al minimo tali rischi e, comunque, presentare 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 ed 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 messaggio 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.

**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 ed a chi rivolgersi in caso di necessità.

E' opportuno conservare l'e-mail inviata insieme all'avviso di ricevimento. Infatti, in caso di mancata conferma di ricezione dell'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.

	<p>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.</p>
--	---

## VALUTAZIONE DEONTOLOGICA DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

I Medici Chirurghi e gli Odontoiatri iscritti all'Albo, le Associazioni e le Strutture Sanitarie possono effettuare pubblicità sanitaria con gli strumenti pubblicitari sopra descritti e nel rispetto dei requisiti estetici e di contenuto sopra elencati.

Per consentire all'Ordine di verificare la rispondenza alle norme deontologiche, alle relative linee guida nonché alle presenti linee di indirizzo, i professionisti, le associazioni e le strutture sanitarie (per queste ultime l'onere compete al Direttore Sanitario) sono tenuti a comunicare preventivamente all'Ordine il contenuto del messaggio pubblicitario che intendono proporre, indicare dove questo verrà diffuso e gli strumenti che intendono usare; per tale comunicazione potranno avvalersi del modulo apposito disponibile in cartaceo presso la Sede dell'Ordine o scaricabile dal sito internet.

**Si precisa che gli iscritti sono tenuti a comunicare preventivamente all'Ordine il contenuto del messaggio pubblicitario anche nel caso di sua diffusione tramite emittenti radiofoniche, televisive ovvero strumenti multimediali.**

Entro il termine di giorni 30 l'Ordine, presa visione della documentazione prodotta:

a) potrà comunicare l'esito positivo della verifica.

In caso di silenzio, trascorsi i giorni 30, il messaggio pubblicitario si intende comunque verificato positivamente dall'Ordine;

b) potrà richiedere all'interessato di integrare i dati ovvero i documenti già prodotti; in questo caso decorrerà per l'Ordine un nuovo termine di giorni 30 per la verifica del messaggio a decorrere dall'avvenuta integrazione dei dati o documenti richiesti;

c) potrà rilasciare motivato parere di non rispondenza del messaggio alla normativa sopra indicata.

L'Ordine, in caso di esito positivo della verifica e, se richiesto dal professionista o associazione o struttura, si farà carico di inoltrare al Comune la richiesta di pubblicità sanitaria.

Per la richiesta di inoltro potrà essere utilizzato apposito modulo disponibile in cartaceo presso la Sede dell'Ordine o scaricabile dal sito internet.

Per la pubblicazione di siti internet, il titolare del sito è tenuto a segnalare all'Ordine (per le strutture sanitarie l'onere compete al Direttore Sanitario), di aver pubblicato il sito, dichiarando sotto la propria responsabilità di essersi conformato alle norme del Codice Deontologico e alle linee guida allegate al Codice stesso.

Il titolare del sito deve altresì dichiararsi disponibile ad operare le modifiche al sito che eventualmente dovessero essere richieste dall'Ordine professionale.

L'Ordine si riserva di effettuare verifiche, anche a campione, dei messaggi pubblicitari in qualunque forma essi siano presentati.

## **DIVIETI**

Qualunque sia lo strumento pubblicitario utilizzato:

- 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.