Commissione Albo Odontoiatri
della Provincia di Trapani

VADEMECUM PER ODONTOIATRI SULLE COMUNICAZIONI INFORMATIVE IN SANITA' (La c.d. Pubblicità Sanitaria)

- Prima Edizione, Anno 2025 -

Cao Trapani:
Dr. Sanci Vito (presidente)
Dr. Cerami Giuseppe Davide
Dr. Cangemi Giovanni
Dr. Cruciata Federico
Dr. Accardo Silvestro

Gruppo di Lavoro sulla Pubblicità Sanitaria:
Dr. Accardo Silvestro
Dr. Cruciata Federico
Dr. Quinci Alberto

Introduzione

Questo Vademecum è stato elaborato dal Gruppo di Lavoro sulla Pubblicità Sanitaria istituita dalla Commissione Albo Odontoiatri di Trapani, tenendo conto delle disposizioni normative vigenti e delle Raccomandazioni per l'interpretazione del messaggio informativo in odontoiatria, emanate dalla CAO nazionale nel luglio 2019.

Rappresenta un ausilio indicativo per gli iscritti, al fine di orientare i professionisti verso una corretta informazione e una maggiore consapevolezza della deontologia professionale.

L'informazione sanitaria in odontoiatria è regolata da specifiche normative deontologiche e legislative, volte a garantire un'informazione corretta, trasparente e rispettosa della dignità professionale. L'obiettivo principale è tutelare i pazienti, evitando messaggi ingannevoli, eccessivamente promozionali o suggestivi, che potrebbero distorcere la percezione delle cure odontoiatriche.

L'informazione sanitaria deve sempre avere come riferimento la tutela della salute del cittadino e la sicurezza delle cure, promuovendo al contempo il decoro e la dignità della professione odontoiatrica. Purtroppo, la crescente diffusione di messaggi pubblicitari a carattere puramente commerciale rischia di svalutare il valore delle prestazioni professionali, generando confusione nei pazienti e compromettendo l'etica della comunicazione sanitaria.

Per questo motivo, è essenziale che i professionisti del settore adottino criteri chiari e rigorosi nella comunicazione, a prescindere dal mezzo utilizzato. Le presenti linee guida forniscono indicazioni pratiche e dettagliate per garantire il rispetto della normativa in tutti i canali di diffusione, tra cui:

- Materiale audiovisivo
- Cartellonistica e affissioni
- Social media e web
- Inserzioni pubblicitarie
- Volantini e altri strumenti promozionali

Seguire queste indicazioni significa non solo rispettare la legge, ma anche contribuire a una comunicazione sanitaria più etica, trasparente e orientata al benessere dei pazienti.

Indice

1. **Caratteristiche dell'informazione sanitaria**
2. **Contenuti obbligatori nelle comunicazioni sanitarie**
3. **Contenuti consentiti nelle comunicazioni sanitarie**
4. **Contenuti vietati**
5. **Direzione sanitaria e Responsabilità**
6. **Sanzioni per violazione delle normative sulla pubblicità sanitaria**
7. **Esempi pratici**
8. **Riferimenti normativi in materia di informazione sanitaria**
9. **Conclusioni e invito al rispetto delle norme**
10. **Appendice normativa**

1. Caratteristiche dell'informazione sanitaria

L'informazione sanitaria deve essere:

Veritiera: deve basarsi su dati reali, documentabili e scientificamente fondati, senza esagerazioni o affermazioni non dimostrabili.

Trasparente: l'informazione deve essere chiara e comprensibile per il paziente, senza omissioni che possano alterarne il significato.

Corretta: deve rispettare le normative vigenti e i principi deontologici, evitando dichiarazioni fuorvianti o parziali.

Funzionale all'oggetto: deve fornire informazioni pertinenti e utili alla comprensione dei servizi offerti, senza divagazioni o elementi superflui.

Non promozionale: non deve avere finalità pubblicitarie o commerciali, ma mirare esclusivamente a informare il cittadino sulle prestazioni odontoiatriche.

Non suggestiva: deve evitare termini o immagini che possano influenzare emotivamente il paziente, inducendolo a percepire cure o trattamenti come unici o indispensabili.

Non equivoca: l'informazione deve essere inequivocabile, evitando formulazioni ambigue o interpretabili in modi diversi.

Non ingannevole: non deve creare false aspettative sui risultati dei trattamenti o sulle competenze del professionista.

Non denigratoria: non deve screditare altri professionisti o strutture sanitarie, mantenendo sempre un tono rispettoso ed etico.

Non attrattiva: non deve contenere elementi volti a catturare l'attenzione del pubblico attraverso sconti, promozioni o offerte speciali. Deve limitarsi a fornire dati oggettivi sui servizi offerti, senza strategie di marketing volte a incentivare la scelta del paziente su basi non sanitarie.

2. Contenuti obbligatori nelle comunicazioni sanitarie

Nome e Qualifica del Professionista

Indicare il nome e cognome del titolare dello studio o del direttore sanitario, specificando la sua iscrizione all'Ordine dei Medici Chirurghi e Odontoiatri con relativo numero di iscrizione.

Dichiarazione di conformità normativa

Ogni forma di pubblicità sanitaria deve riportare chiaramente la dicitura:
"Informazione sanitaria ai sensi della legge n. 248 del 04/07/2006 e legge n. 145 del 30/12/2018".

Indicazione della natura giuridica e organizzativa della struttura

È fondamentale specificare chiaramente la tipologia e l'organizzazione del presidio odontoiatrico, distinguendo tra studio monoprofessionale, studio associato, Società tra Professionisti (STP), Società a Responsabilità Limitata (SRL) o altre forme giuridiche. Questa informazione aiuta il paziente a comprendere l'assetto della struttura e il modello di esercizio della professione, garantendo maggiore trasparenza.

Autorizzazione della Struttura Sanitaria

Se la comunicazione riguarda una struttura sanitaria, è necessario indicare gli estremi dell'autorizzazione amministrativa rilasciata dall'autorità competente.

Obblighi informativi previsti dal D.lgs. n. 70 del 9 aprile 2003

Per i professionisti che diffondono informazioni tramite siti web, devono essere chiaramente indicati:

- Nome, denominazione o ragione sociale del professionista o della struttura sanitaria
- Domicilio o sede legale
- Recapiti (incluso indirizzo email e strumenti di contatto rapidi)
- Numero di iscrizione all'Albo professionale e Ordine di appartenenza
- Titolo professionale e Stato in cui è stato conseguito
- Riferimenti alle norme professionali applicabili e all'organo di vigilanza competente
- Divieto di pubblicità ingannevole o suggestiva, nel rispetto delle normative deontologiche

3. Contenuti consentiti nelle comunicazioni sanitarie

Le comunicazioni informative possono contenere:

Titoli professionali e specializzazioni
È consentito indicare i titoli di studio, le specializzazioni e le qualifiche riconosciute, purché conformi alle normative vigenti e senza attribuirsi competenze non possedute.

Informazioni sull'attività professionale
Possono essere fornite indicazioni chiare sui servizi offerti, sulle metodologie utilizzate e sugli ambiti di intervento, evitando espressioni che possano suggerire superiorità rispetto ad altri professionisti.

Caratteristiche del servizio offerto e della struttura sanitaria
È possibile descrivere le dotazioni tecnologiche, l'organizzazione dello studio e le modalità di erogazione delle cure, purché le informazioni siano oggettive, verificabili e non formulate in chiave promozionale.

Onorario delle prestazioni
L'indicazione dei costi deve essere chiara, trasparente e completa, evitando formule ambigue o ingannevoli. Eventuali offerte o agevolazioni devono rispettare le normative e non indurre a scelte basate esclusivamente sul prezzo.

4. Contenuti vietati

Non è consentito utilizzare:

Messaggi promozionali e offerte speciali (sconti, buoni regalo, gift card, ecc.)
È vietato utilizzare strategie commerciali volte ad attirare pazienti con sconti, promozioni o omaggi, poiché ciò svilisce il valore della prestazione odontoiatrica e può influenzare scelte basate solo sul prezzo.

Messaggi suggestivi, testimonial o immagini che possano condizionare la scelta del paziente
Non sono ammessi contenuti che, attraverso immagini emotivamente impattanti, esperienze personali o dichiarazioni di personaggi pubblici, possano indurre il paziente a percepire un trattamento come superiore o indispensabile.

Promozione di brand, dispositivi medici o farmaci
Le comunicazioni sanitarie non devono trasformarsi in pubblicità per specifici marchi di prodotti, strumenti o farmaci, garantendo così un'informazione neutrale e obiettiva.

Pubblicità mascherata da informazione sanitaria
È vietato diffondere contenuti che, sotto l'apparenza di un'informazione scientifica o divulgativa, abbiano in realtà finalità promozionali, generando confusione nel paziente.

Comunicazioni con elementi esclusivamente economici
L'informazione sanitaria deve essere incentrata sulla qualità e la sicurezza delle cure, evitando riferimenti esclusivi al costo delle prestazioni, che potrebbero indurre a scelte basate solo su fattori economici.

Nessuna notizia su avanzamenti nella ricerca e su innovazioni non ancora validate e accreditate dal punto di vista scientifico
Non è consentito pubblicizzare trattamenti sperimentali o tecnologie non ancora riconosciute dalla comunità scientifica, per evitare la diffusione di false aspettative o informazioni fuorvianti.

5. Glossario

INFORMAZIONE SANITARIA

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

MESSAGGIO PROMOZIONALE

Qualunque forma di pubblicità commerciale finalizzata a potenziare la "vendita" di un servizio (nel caso specifico la prestazione odontoiatrica) oppure diretta ad acquisire un rapporto di clientela.

Tale forma di pubblicità è esplicitamente vietata perché diretta ad incrementare la "vendita" di un prodotto quindi, nel nostro caso, nella promozione della prestazione odontoiatrica con finalità esclusivamente commerciali (esempi di promozione sono gli sconti, le offerte speciali, l'utilizzo di testimonial, l'organizzazione e partecipazione ad eventi privi di carattere scientifico, banchetti/volantinaggio in luogo pubblico con evidente finalità commerciale, campioni gratuiti, offerte on-line).

Qualsiasi prestazione professionale offerta in carenza di una preliminare visita diagnostica configura messaggio promozionale e quindi vietato.

MESSAGGIO SUGGESTIVO

È un messaggio di natura persuasiva mediante il quale il cittadino, in assenza di razionale e libera scelta, viene indotto ad una convinzione, pensiero o comportamento sulla base di un inconsapevole condizionamento di tipo psicologico ed emotivo.

ATTIVITA' PROFESSIONALE - CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO OFFERTO - STRUTTURA DELLO STUDIO

Le informazioni consentite sull' attività professionale riguardano le specifiche relative alle prestazioni svolte con l'indicazione dell'operatore che le esegue.

Le caratteristiche del servizio offerto devono indicare in modo obiettivo l'offerta professionale che il professionista o la struttura sono in grado di proporre e di realizzare. È possibile, ad esempio, essere menzionate nella comunicazione le branche praticate (implantologia, protesi, altro).

La struttura (caratteristiche strutturali) dello studio può essere oggetto del messaggio dell'informazione sanitaria purché le indicazioni siano obiettive e verificabili.

CLINICA

L'uso del termine clinica è consentito solo se la struttura possiede un'organizzazione complessa, con dotazioni strumentali avanzate e, se previsto, posti letto per la degenza o l'esecuzione di prestazioni sanitarie complesse. In assenza di tali requisiti, l'impiego di questa denominazione risulta ingannevole e non veritiero, soprattutto quando l'attività svolta si limita alla pratica odontoiatrica senza elementi distintivi rispetto a uno studio professionale.

SPECIFICAZIONE DEI TITOLI E SPECIALIZZAZIONI PROFESSIONALI POSSEDUTE

I titoli e le specializzazioni professionali possedute devono avere carattere accademico e devono essere riconosciute dallo Stato. Possono essere oggetto dell'informazione anche i master ed i corsi di perfezionamento purché siano dimostrabili mediante certificazione dell'autorità che li ha emanati e/o riconosciuti dallo Stato.

COMPENSI

Le informazioni sui compensi applicati sono vietate esclusivamente qualora esse siano limitate solo all'indicazione di specifici onorari o presentate con modalità prevalente rispetto agli altri elementi informativi consentiti.

Il compenso deve indicare l'importo complessivo, allo scopo di consentire al cittadino la conoscenza dell'onere totale a suo carico in merito alla terapia proposta.

È consentito comunicare i costi delle prestazioni e eventuali offerte temporanee, purché queste informazioni non assumano carattere promozionale o suggestivo. L'enfasi sul prezzo, attraverso slogan, grafiche accattivanti o riferimenti a sconti, trasforma l'informazione in pubblicità commerciale, rendendola non conforme alla normativa. Il compenso deve sempre essere proporzionato alla complessità della prestazione, nel rispetto della qualità e sicurezza delle cure.

INFORMAZIONE TRASPARENTE

È la comunicazione che risulta assolutamente chiara e palese e non induce il cittadino a credere ad aspetti della prestazione professionale non comprovati o comprovabili. A titolo esemplificativo si può menzionare l'utilizzo improprio di termini non conformi alla norma autorizzativa.

INFORMAZIONE VERITIERA

È la comunicazione che corrisponde alla realtà in maniera dimostrabile. A titolo esemplificativo possono indicarsi come non veritiere quelle comunicazioni in riferimento al possesso di diplomi di specializzazione mai acquisiti o il possesso di specializzazioni non esistenti a livello accademico. Esempio: specialista in implantologia o specialista in protesi.

INFORMAZIONE CORRETTA

È la comunicazione che risulta in linea con i principi specificati nella normativa di legge e nel Codice Deontologico. Non lo è la forma di pubblicità informativa che, essendo priva di contenuti relativi all' attività professionale, risulta lesiva del decoro e della dignità della professione.

INFORMAZIONE FUNZIONALE ALL'OGGETTO

È la comunicazione che, in tema di trattamenti sanitari, deve riguardare esclusivamente l'oggetto dell'informazione, senza sconfinare in aspetti che non siano direttamente attinenti allo stesso.

A titolo esemplificativo non risultano funzionali all'oggetto messaggi pubblicitari che utilizzano slogan o immagini che non hanno nulla a che vedere con la professione odontoiatrica.

INFORMAZIONE EQUIVOCA

È il messaggio che può essere inteso in modi differenti, con caratteristiche di ambiguità, finalizzato a fornire un'informazione non chiara al fine di confondere il paziente.

INFORMAZIONE INGANNEVOLE

È finalizzata a indurre in errore il paziente mediante un messaggio fuorviante, falsato e distorto al fine di condizionarne la scelta.

Tipico esempio di pubblicità ingannevole in questo campo è la promessa di interventi atti a risolvere patologie senza basarsi su evidenze scientifiche comprovate o la pubblicità mascherata con articoli di carattere giornalistico.

Altro esempio: indicazione della singola rata, in assenza dell'onorario complessivo e/o della durata del finanziamento, al fine di condizionare la consapevolezza del paziente.

INFORMAZIONE DENIGRATORIA

È quella diretta a screditare o sminuire l'opera professionale di un collega o di una struttura allo scopo di promuovere la propria attività.

Rientra in questo generico divieto anche la cosiddetta pubblicità comparativa volta a paragonare la propria attività con quella di altri studi o di altre strutture. A questo riguardo rimangono valide le disposizioni dell'art. 56 del codice di Deontologia Medica.

GIORNATA INFORMATIVA - OPEN DAY

È consentita, purché limitata a presentare l'attività e i servizi offerti, senza pubblicizzazione di marchi o aziende.

Da preferire l'utilizzo della dicitura "Giornata informativa".

6. Direzione Sanitaria e Responsabilità

Obbligo di Avere un Direttore Sanitario

Le strutture sanitarie private devono dotarsi di un Direttore Sanitario iscritto all'Ordine territoriale competente (Legge 30/12/2018, n. 145, Art. 536).

Comunicazione dell'incarico all'Ordine Professionale

Il Direttore Sanitario deve comunicare tempestivamente all'Ordine professionale di appartenenza sia l'incarico assunto sia l'eventuale rinuncia (Art. 69, Codice Deontologico Medico).

Responsabilità limitata a una sola struttura

Il Direttore Sanitario per i servizi odontoiatrici svolge la sua funzione in una sola struttura e non può assumere incarichi plurimi che risultano incompatibili con le sue funzioni di vigilanza attiva e continuativa (Art. 69, Codice Deontologico Medico; Legge 4 agosto 2017 n. 124).

Responsabilità della Struttura e Comunicazioni

Il Direttore Sanitario è responsabile della struttura e delle comunicazioni informative all'interno della stessa. L'indicazione del suo nome è obbligatoria su ogni comunicazione sanitaria (Art. 69, Codice Deontologico Medico; L. 175/1992, Art. 4).

Sanzioni per la Mancata Indicazione

La mancata indicazione del Direttore Sanitario nelle comunicazioni sanitarie comporta sanzioni, tra cui la sospensione dell'autorizzazione amministrativa per un periodo che va dai 6 ai 12 mesi (L. 175/1992, Art. 5).

Vigilanza e Funzioni Disciplinari

L'Ordine professionale territoriale ha il potere disciplinare nei confronti del Direttore Sanitario limitatamente alle funzioni connesse all'incarico (Art. 69, Codice Deontologico Medico). L'Ordine è responsabile della vigilanza sulla sicurezza e qualità dei servizi erogati, sulla correttezza delle informazioni diffuse e sull'adeguatezza del materiale informativo.

Titoli Professionali

Il Direttore Sanitario deve possedere i titoli professionali richiesti dalla legge per l'esercizio della professione. La sua nomina deve essere comunicata all'Ordine e la sua qualifica deve essere riportata in modo chiaro e trasparente nelle comunicazioni sanitarie (Art. 69, Codice Deontologico Medico).

Sospensione per Violazioni della Pubblicità

Qualora una struttura sanitaria diffonda pubblicità ingannevole o manchi di indicare il nome del Direttore Sanitario, l'autorizzazione all'esercizio dell'attività può essere sospesa (L. 175/1992, Art. 5).

Tutela della Responsabilità Civile

Il Direttore Sanitario deve garantire la tutela della responsabilità civile, sia della struttura che dei professionisti che vi operano. Inoltre, deve essere in possesso di un'adeguata copertura assicurativa per la responsabilità civile connessa all'attività professionale (Art. 54, Codice Deontologico Medico).

Culpa in Vigilando del Direttore Sanitario

Il Direttore Sanitario è responsabile della correttezza del materiale informativo e pubblicitario diffuso dalla struttura in cui opera. Non può esimersi da tale responsabilità invocando la mancata conoscenza del contenuto dei messaggi pubblicitari, in quanto è tenuto a vigilare attivamente per garantire il rispetto delle norme deontologiche e impedire pratiche di concorrenza sleale o illecite forme di accaparramento della clientela. La sua responsabilità non è oggettiva, ma strettamente legata all'incarico ricoperto (C.C.EE.PP.SS. n. 41 del 25 giugno 2019; Art. 69, Codice Deontologico Medico).

7. Sanzioni per violazione delle normative sulla pubblicità sanitaria

Provvedimenti disciplinari da parte dell'Ordine professionale

L'Ordine professionale può adottare provvedimenti disciplinari nei confronti dei professionisti sanitari che violano le normative relative alla pubblicità sanitaria. Questi provvedimenti possono includere sanzioni come l'ammonizione, la censura, la sospensione temporanea o la radiazione dall'Ordine, a seconda della gravità della violazione.

Sanzioni amministrative da parte delle autorità competenti

Le autorità competenti, come l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCOM) o altre autorità locali, possono comminare sanzioni amministrative per le violazioni delle normative sulla pubblicità sanitaria. Le sanzioni possono includere multe pecuniarie che variano in base alla gravità della violazione.

Sospensione dell'autorizzazione amministrativa della struttura sanitaria:

Le strutture sanitarie che non rispettano le normative relative alla pubblicità sanitaria possono subire la sospensione dell'autorizzazione amministrativa, che impedisce loro di operare fino a quando non vengono sanate le violazioni. Questo provvedimento ha un impatto diretto sull'attività della struttura sanitaria, interrompendo temporaneamente la sua capacità di erogare servizi.

8. Esempi pratici

In questa sezione, vengono forniti esempi di comportamenti corretti e scorretti nella pubblicità dei servizi odontoiatrici, per guidare i professionisti del settore nel rispettare i limiti legali e deontologici.

1. Informazioni sul professionista

Devono essere riportati titoli accademici e professionali con valore legale in Italia, senza abbreviazioni fuorvianti o titoli non riconosciuti.

✅ Consentito:

- "Dott. Mario Rossi – Odontoiatra, iscritto all'Ordine dei Medici di Milano n. 12345"
- "Specialista in Ortodonzia – Titolo conseguito presso l'Università di Bologna"

❌ Non consentito:

- "Dott. Mario Rossi – Il miglior dentista della città!"
- "Specialista in Implantologia" (se il titolo non è riconosciuto)
- "Esperto in sbiancamento dentale" (senza titolo accademico ufficiale)

2. Nome dello studio o della struttura

Il nome deve rispecchiare la tipologia di autorizzazione sanitaria ricevuta.

✅ Consentito:

- "Studio odontoiatrico Rossi"
- "Ambulatorio odontoiatrico Verdi S.R.L."
- "Giallo e Blu Odontoiatria S.T.P."

❌ Non consentito:

- "Clinica odontoiatrica Rossi" (se non autorizzata come clinica)
- "Centro di eccellenza dentale Verdi" (senza certificazioni ufficiali)

3. Pubblicità dei prezzi

I prezzi devono essere trasparenti, comprensivi di tutti i costi e non ingannevoli.

✅ Consentito:

- "Impianto dentale completo: €1.500 (inclusa corona definitiva e moncone)"
- "Ortodonzia con allineatori trasparenti: preventivo personalizzato in base alle esigenze del paziente"

❌ Non consentito:

- "Impianto a soli €499!" (senza specificare costi aggiuntivi)
- "Prezzi imbattibili per ogni trattamento odontoiatrico!"
- "Ortodonzia invisibile a partire da €X" (senza indicare chiaramente il costo totale)

4. Promozioni e prestazioni gratuite

Non è consentita la pubblicizzazione di visite gratuite o offerte promozionali che possano configurare concorrenza sleale.

✅ Consentito:

- "Giornata informativa sull'igiene orale per i bambini"
- "Giornata informativa per illustrare le tecniche di ortodonzia (senza visita clinica)"

❌ Non consentito:

- "Prima visita gratuita!"
- "Check-up dentale senza impegno"
- "Valutazione implantologica gratuita"
- "Promozione speciale: sbiancamento dentale a metà prezzo!"

5. Pubblicità sui risultati garantiti

Non è consentito promettere risultati certi o garantiti per trattamenti odontoiatrici.

✅ Consentito:

- "Il trattamento ortodontico ha ottimi risultati comprovati scientificamente."

❌ Non consentito:

- Con il nostro trattamento, avrai denti perfetti in 2 settimane!"

6. Testimonianze e immagini

L'informazione deve essere obiettiva, senza suggestioni emotive o pubblicità indiretta.

✅ Consentito:

- "La nostra filosofia: cure personalizzate e massima attenzione per il paziente"
- "I trattamenti ortodontici permettono di riallineare i denti in modo efficace e discreto"

❌ Non consentito:

- "Grazie al Dott. Rossi ho ritrovato il mio sorriso!" (testimonianza di paziente)
- "Foto prima/dopo" senza riferimenti scientifici validati
- "Il trattamento garantisce denti perfetti in poche settimane!"

7. Dotazioni tecnologiche e metodologie

Non è consentito enfatizzare strumenti o tecnologie come elementi distintivi rispetto ad altri studi.

✅ Consentito:

- "Utilizziamo tecnologia digitale per la diagnosi e la pianificazione del trattamento"
- "Impianti realizzati con materiali certificati secondo le normative europee"

❌ Non consentito:

- "L'unico studio con tecnologia all'avanguardia!"
- "Utilizziamo la metodica X, la migliore in assoluto sul mercato"

8. Pubblicità comparativa

Non è consentito dichiarare superiorità rispetto ad altri professionisti o trattamenti.

✅ Consentito:

- "Trattamento innovativo eseguito da professionisti specializzati in ortodonzia"
- "Ricerche scientifiche dimostrano che l'ortodonzia con allineatori trasparenti è efficace nei disallineamenti"

❌ Non consentito:

- "Il miglior studio dentistico della città"
- "Siamo gli unici a offrire un trattamento rivoluzionario"

9. Utilizzo di marchi commerciali

Le comunicazioni non devono trasformarsi in pubblicità per aziende o dispositivi specifici.

✅ Consentito:

- "Trattamento ortodontico con allineatori trasparenti"
- "Utilizziamo materiali certificati per protesi e impianti"

❌ Non consentito:

- "Usiamo gli impianti XYZ, i migliori sul mercato!"
- "Tecnologia brevettata XYZ per risultati garantiti"

9. Riferimenti normativi in materia di informazione sanitaria

- Codice Deontologia Medica del 2014 con modifiche del 2016, art. 54, 55, 56, 57 e 69
- Legge 5 febbraio 1992, n. 175 art. 4, 5, 8 e 9
- Decreto Legislativo 24 febbraio 1997, n. 46 art. 21
- Legge 4 agosto 2006, n. 248 art. 2
- Decreto Legge 13 agosto 2011 n. 138 art. 3, comma 5, coordinato con la legge di conversione 14 settembre 2011, n. 148
- Decreto del Presidente della Repubblica 7 agosto 2012 n. 137, art. 4
- Legge 4 agosto 2017, n. 124 art. 1 commi 152, 153, 154, 155 e 156
- Legge 30 dicembre 2018, n. 145, art. 1 commi 525 e 536.
- Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70 art. 7 e 10
- Decreto Legislativo 5 agosto 2022, n. 137 art. 26
- Decreto Legislativo 5 agosto 2022, n. 138 articolo 22, comma 6
- Decreto Legge 13 giugno 2023 n. 69 art. 6 - modifiche sulla pubblicità sanitaria

Si rimanda all'Appendice al seguente documento per gli estratti dei testi delle normative precedentemente elencate.

10. Conclusioni e invito al rispetto delle norme

Gli odontoiatri sono chiamati a garantire il rispetto delle linee guida in materia di informazione sanitaria, mantenendo sempre alta la dignità e il decoro della professione. La corretta gestione della comunicazione pubblicitaria è fondamentale per tutelare la salute dei cittadini e la sicurezza delle cure, evitando messaggi ingannevoli o distorsivi. È importante che ogni odontoiatra si assuma la responsabilità di diffondere informazioni veritiere, chiare e conformi alle normative previste dal Codice di Deontologia Medica.

In caso di dubbi o necessità di chiarimenti riguardo la diffusione di comunicazioni sanitarie, gli odontoiatri sono invitati a rivolgersi alla Commissione Albo Odontoiatri di Trapani, che sarà a disposizione per fornire supporto e orientamenti specifici. Per richieste di valutazione o verifica della conformità delle proprie comunicazioni alle normative deontologiche, gli iscritti possono contattare la commissione all'indirizzo email **segreteria@omceotrapani.it.**

Inoltre, nel caso in cui vengano riscontrati abusi o violazioni delle normative in tema di pubblicità sanitaria, è possibile segnalare tali situazioni alla Commissione Albo Odontoiatri di Trapani per una valutazione e un intervento adeguato.

Il rispetto delle normative non solo contribuisce al buon nome della professione, ma rappresenta un impegno concreto verso la tutela della salute pubblica e la sicurezza dei pazienti.

11. Appendice normativa

CODICE DEONTOLOGIA MEDICA

Art. 54 Esercizio libero professionale. Onorari e tutela della responsabilità civile.

Il medico, nel perseguire il decoro dell'esercizio professionale e il principio dell'intesa preventiva, commisura l'onorario alla difficoltà e alla complessità dell'opera professionale, alle competenze
richieste e ai mezzi impiegati, tutelando la qualità e la sicurezza della prestazione.

Il medico comunica preventivamente alla persona assistita l'onorario, che non può essere subordinato ai risultati della prestazione professionale. In armonia con le previsioni normative, il medico libero professionista provvede a idonea copertura assicurativa per responsabilità civile verso terzi connessa alla propria attività professionale. Il medico può prestare gratuitamente la propria opera purché tale comportamento non costituisca concorrenza sleale o sia finalizzato a indebito accaparramento di clientela.

Art. 55 Informazione sanitaria.

Il medico promuove e attua un'informazione sanitaria accessibile, trasparente, rigorosa e prudente, fondata sulle conoscenze scientifiche acquisite e non divulga notizie che alimentino aspettative o timori infondati o, in ogni caso, idonee a determinare un pregiudizio dell'interesse generale. Il medico, nel collaborare con le istituzioni pubbliche o con i soggetti privati nell'attività di informazione sanitaria e di educazione alla salute, evita la pubblicità diretta o indiretta della propria attività professionale o la promozione delle proprie prestazioni

Art. 56 Pubblicità informativa sanitaria.

La pubblicità informativa sanitaria del medico e delle strutture sanitarie pubbliche o private, nel perseguire il fine di una scelta libera e consapevole dei servizi professionali, ha per oggetto esclusivamente i titoli professionali e le specializzazioni, l'attività professionale, le caratteristiche del servizio offerto e l'onorario relativo alle prestazioni. La pubblicità informativa sanitaria, con qualunque mezzo diffusa, rispetta nelle forme e nei contenuti i principi propri della professione medica, dovendo sempre essere veritiera,

corretta e funzionale all'oggetto dell'informazione, mai equivoca, ingannevole e denigratoria. È consentita la pubblicità sanitaria comparativa delle prestazioni mediche e odontoiatriche solo in presenza di indicatori clinici misurabili, certi e condivisi dalla comunità scientifica che ne consentano confronto non ingannevole. Il medico non diffonde 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 attese infondate e speranze illusorie. Spetta all'Ordine professionale competente per territorio la potestà di verificare la rispondenza della pubblicità informativa sanitaria alle regole deontologiche del presente Codice e prendere i necessari provvedimenti.

Art. 57 Divieto di patrocinio a fini commerciali

Il medico singolo o componente di associazioni scientifiche o professionali non concede patrocinio a forme di pubblicità promozionali finalizzate a favorire la commercializzazione di prodotti sanitari o di qualsivoglia altra natura.

Art. 69 Direzione sanitaria e responsabile sanitario

Il medico che svolge funzioni di direzione sanitaria nelle strutture pubbliche o private ovvero di responsabile sanitario di una struttura privata, garantisce il possesso dei titoli e il rispetto del Codice e tutela l'autonomia e la pari dignità dei professionisti all'interno della struttura in cui opera, agendo in piena autonomia nei confronti del rappresentante legale della struttura alla quale afferisce. Inoltre, il medico deve essere in possesso dei titoli previsti dall'ordinamento per l'esercizio della professione ed essere adeguatamente supportato per le competenze relative ad entrambe le professioni di cui all'art. 1 in relazione alla presenza delle stesse nella struttura.

Il medico comunica tempestivamente all'Ordine di appartenenza il proprio incarico nonché l'eventuale rinuncia, collaborando con quello competente per territorio nei compiti di vigilanza sulla sicurezza e la qualità di servizi erogati e sulla correttezza del materiale informativo, che deve riportare il suo nominativo.

Il medico che svolge funzioni di direzione sanitaria o responsabile di struttura non può assumere incarichi plurimi, incompatibili con le funzioni di vigilanza attiva e continuativa.

LEGGE 5 FEBBRAIO 1992, N. 175 (C.D. POGGIOLINI-VOLPONI)

Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell'esercizio abusivo delle professioni sanitarie. (G.U. n. 50 29 febbraio 1992)

Art. 4.

1. La pubblicità concernente le case di cura private e i gabinetti e ambulatori mono o polispecialistici soggetti alle autorizzazioni di legge è consentita mediante targhe o insegne apposte sull'edificio in cui si svolge l'attività professionale nonché con inserzioni sugli elenchi telefonici e sugli elenchi generali di categoria, attraverso periodici destinati esclusivamente agli esercenti le professioni sanitarie e attraverso giornali quotidiani e periodici di informazione, con facoltà di indicare le specifiche attività medico-chirurgiche e le prescrizioni diagnostiche e terapeutiche effettivamente svolte, purché accompagnate dalla indicazione del nome, cognome e titoli professionali dei responsabili di ciascuna branca specialistica.

2. È in ogni caso obbligatoria l'indicazione del nome, cognome e titoli professionali del medico responsabile della direzione sanitaria.

Art. 5.

5. Qualora l'annuncio pubblicitario contenga indicazioni false sulle attività o prestazioni che la struttura è abilitata a svolgere o non contenga l'indicazione del direttore sanitario, l'autorizzazione amministrativa all'esercizio dell'attività sanitaria è sospesa per un periodo da sei mesi ad un anno.

Art. 8.

1. Gli esercenti le professioni sanitarie che prestano comunque il proprio nome, ovvero la propria attività, allo scopo di permettere o di agevolare l'esercizio abusivo delle professioni medesime sono puniti con l'interdizione dalla professione per un periodo non inferiore ad un anno.
2. Gli ordini e i collegi professionali, ove costituiti, hanno facoltà di promuovere ispezioni presso gli studi professionali degli iscritti ai rispettivi albi provinciali, al fine di vigilare sul rispetto dei doveri inerenti alle rispettive professioni.

Art. 9.

1. Con decreto del Ministro della sanità, sentito il parere delle federazioni nazionali degli ordini, dei collegi professionali e delle associazioni professionali degli esercenti le arti ausiliarie delle professioni sanitarie, è fissato, e periodicamente aggiornato, l'elenco delle attrezzature tecniche e strumentali di cui possono essere dotati gli esercenti le predette arti ausiliarie.

2. Il commercio e la fornitura, a qualsiasi titolo, anche gratuito, di apparecchi e strumenti diversi da quelli indicati nel decreto di cui al comma 1, sono vietati nei confronti di coloro che non dimostrino di essere iscritti agli albi degli esercenti le professioni sanitarie, mediante attestato del relativo organo professionale di data non anteriore ai due mesi.

3. La violazione delle disposizioni di cui al comma 2 è punita, anche in aggiunta alle sanzioni applicabili ove il fatto costituisca più grave reato, con una ammenda pari al valore dei beni forniti, elevabile fino al doppio in caso di recidiva.

Art. 9-bis.

1. Gli esercenti le professioni sanitarie di cui all'articolo 1 nonché le strutture sanitarie di cui all'articolo 4 possono effettuare la pubblicità nelle forme consentite dalla presente legge e nel limite di spesa del 5 per cento del reddito dichiarato per l'anno precedente.

DECRETO LEGISLATIVO 24 febbraio 1997, n. 46

Attuazione della direttiva 93/42/CEE concernente i dispositivi medici. (GU n.54 del 6-3-1997 - Suppl. Ordinario n. 49)

Art. 21. Pubblicità

1. E' vietata la pubblicità verso il pubblico dei dispositivi che, secondo disposizioni adottate con decreto del Ministro della sanità, possono essere venduti soltanto su prescrizione medica o essere impiegati eventualmente con l'assistenza di un medico o di altro professionista sanitario.
2. La pubblicità presso il pubblico dei dispositivi diversi da quelli di cui al comma 1 è soggetta ad autorizzazione del Ministero della sanità. Sulle domande di autorizzazione esprime parere la commissione prevista dall'articolo 6, comma 3, del decreto legislativo 30 dicembre 1992, n. 541, che a tal fine è integrata da un rappresentante del Dipartimento del Ministero della sanità competente in materia di dispositivi medici e da uno del Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato.

LEGGE 4 AGOSTO 2006, N. 248 (C.D. BERSANI)

Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, recante disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonchè interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale. (G.U. n. 186 dell'11 agosto 2006 - Supplemento Ordinario n. 183)

Art. 2. *Disposizioni urgenti per la tutela della concorrenza nel settore dei servizi professionali*

1. In conformità al principio comunitario di libera concorrenza ed a quello di libertà di circolazione delle persone e dei servizi, nonché al fine di assicurare agli utenti un'effettiva facoltà di scelta nell'esercizio dei propri diritti e di comparazione delle prestazioni offerte sul mercato, dalla data di entrata in vigore del presente decreto sono abrogate le disposizioni legislative e regolamentari che prevedono con riferimento alle attività libero professionali e intellettuali:

Omissis

b) il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto, nonchè il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio il cui rispetto è verificato dall'Ordine;

TESTO COORDINATO DEL DECRETO LEGGE 13 agosto 2011, n. 138

Testo del decreto-legge 13 agosto 2011, n. 138 (in Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 188 del 13 agosto 2011), coordinato con la legge di conversione 14 settembre 2011, n. 148 (in questa stessa Gazzetta Ufficiale alla pag. 1), recante: «Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e per lo sviluppo.». (11A12346) (GU n.216 del 16-9-2011)

Titolo II

LIBERALIZZAZIONI, PRIVATIZZAZIONI ED ALTRE MISURE PER FAVORIRE LO SVILUPPO

Art. 3 Abrogazione delle indebite restrizioni all'accesso e all'esercizio delle professioni e delle attività economiche

1.Comuni, Province, Regioni e Stato, entro un anno dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, adeguano i rispettivi ordinamenti al principio secondo cui l'iniziativa e l'attività economica privata sono libere ed è permesso tutto ciò che non è espressamente vietato dalla legge nei soli casi di:

Omissis

g) la pubblicità informativa, con ogni mezzo, avente ad oggetto l'attività professionale, le specializzazioni ed i titoli professionali posseduti, la struttura dello studio ed i compensi delle prestazioni, è libera. Le informazioni devono essere trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere equivoche, ingannevoli, denigratorie.

DECRETO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA 7 agosto 2012, n. 137

Regolamento recante riforma degli ordinamenti professionali, a norma dell'articolo 3, comma 5, del decreto-legge 13 agosto 2011, n. 138, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 settembre 2011, n. 148. (12G0159) (GU n.189 del 14-8-2012)

Art. 4 Libera concorrenza e pubblicità informativa

1. E' ammessa con ogni mezzo la pubblicità informativa avente ad oggetto l'attività delle professioni regolamentate, le specializzazioni, i titoli posseduti attinenti alla professione, la struttura dello studio professionale e i compensi richiesti per le prestazioni.
2. La pubblicità informativa di cui al comma 1 dev'essere funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non deve violare l'obbligo del segreto professionale e non dev'essere equivoca, ingannevole o denigratoria.
3. La violazione della disposizione di cui al comma 2 costituisce illecito disciplinare, oltre a integrare una violazione delle disposizioni di cui ai decreti legislativi 6 settembre 2005, n. 206, e 2 agosto 2007, n. 145.

LEGGE 4 agosto 2017, n. 124

Legge annuale per il mercato e la concorrenza.
Entrata in vigore del provvedimento: 29/08/2017

152. Al fine di assicurare la trasparenza delle informazioni nei confronti dell'utenza, i professionisti iscritti ad ordini e collegi sono tenuti ad indicare e comunicare i titoli posseduti e le eventuali specializzazioni.

153. L'esercizio dell'attivita' odontoiatrica è consentito esclusivamente a soggetti in possesso dei titoli abilitanti di cui alla legge 24 luglio 1985, n. 409, che prestano la propria attivita' come liberi professionisti. L'esercizio dell'attivita' odontoiatrica e' altresi' consentito alle societa' operanti nel settore odontoiatrico le cui strutture siano dotate di un direttore sanitario iscritto all'albo degli odontoiatri e all'interno delle quali le prestazioni di cui all'articolo 2 della legge 24 luglio 1985, n. 409, siano erogate dai soggetti in possesso dei titoli abilitanti di cui alla medesima legge.

154. Le strutture sanitarie polispecialistiche presso le quali e' presente un ambulatorio odontoiatrico, ove il direttore sanitario non abbia i requisiti richiesti per l'esercizio

dell’attivita' odontoiatrica, devono nominare un direttore sanitario responsabile per i servizi odontoiatrici che sia in possesso dei requisiti di cui al comma 153.

155. Il direttore sanitario responsabile per i servizi odontoiatrici svolge tale funzione esclusivamente in una sola struttura di cui ai commi 153 e 154.

156. Il mancato rispetto degli obblighi di cui ai commi 153, 154 e 155 comporta la sospensione delle attivita' della struttura, secondo le modalita' definite con apposito decreto del Ministro della salute, da adottare entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge.

LEGGE 30/12/2018, n. 145

Legge di bilancio 2019, art. 1, commi 525-536 (G.U. 31/12/2018)

525. Le comunicazioni informative da parte delle strutture sanitarie private di cura e degli iscritti agli albi degli Ordini delle professioni sanitarie di cui al capo II della legge 11 gennaio 2018, n. 3, in qualsiasi forma giuridica svolgano la loro attività, comprese le società di cui all'articolo 1, comma 153, della legge 4 agosto 2017, n. 124, possono contenere unicamente le informazioni di cui all'articolo 2, comma 1, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, funzionali a garantire la sicurezza dei trattamenti sanitari, escluso qualsiasi elemento di carattere promozionale o suggestivo, nel rispetto della libera e consapevole determinazione del paziente, a tutela della salute pubblica, della dignità della persona e del suo diritto a una corretta informazione sanitaria.

536. In caso di violazione delle disposizioni sulle comunicazioni informative sanitarie di cui al comma 525, gli ordini professionali sanitari territoriali, anche su segnalazione delle rispettive Federazioni, procedono in via disciplinare nei confronti dei professionisti o delle società iscritti e segnalano tali violazioni all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai fini dell'eventuale adozione dei provvedimenti sanzionatori di competenza. Tutte le strutture sanitarie private di cura sono tenute a dotarsi di un direttore sanitario iscritto all'albo dell'ordine territoriale competente per il luogo nel quale hanno la loro sede operativa entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge.

DECRETO LEGISLATIVO 9 aprile 2003, n. 70

Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico.

Art. 7 - Informazioni generali obbligatorie

1. Il prestatore, in aggiunta agli obblighi informativi previsti per specifici beni e servizi, deve rendere facilmente accessibili, in modo diretto e permanente, ai destinatari del servizio e alle Autorità competenti le seguenti informazioni:
a) il nome, la denominazione o la ragione sociale;
b) il domicilio o la sede legale;
c) gli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso, compreso l'indirizzo di posta elettronica;
d) il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;
e) gli elementi di individuazione, nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione;
f) per quanto riguarda le professioni regolamentate:
1) l'ordine professionale o istituzione analoga, presso cui il prestatore sia iscritto e il numero di iscrizione;
2) il titolo professionale e lo Stato membro in cui è stato rilasciato;
3) il riferimento alle norme professionali e agli eventuali codici di condotta vigenti nello Stato membro di stabilimento e le modalità di consultazione dei medesimi;
g) il numero della partita IVA o altro numero di identificazione considerato equivalente nello Stato membro, qualora il prestatore eserciti un'attività soggetta ad imposta;
h) l'indicazione in modo chiaro ed inequivocabile dei prezzi e delle tariffe dei diversi servizi della società dell'informazione forniti, evidenziando se comprendono le imposte, i costi di consegna ed altri elementi aggiuntivi da specificare;
i) l'indicazione delle attività consentite al consumatore e al destinatario del servizio e gli estremi del contratto qualora un'attività sia soggetta ad autorizzazione o l'oggetto della prestazione sia fornito sulla base di un contratto di licenza d'uso.

Art. 10 - Uso delle comunicazioni commerciali nelle professioni regolamentate

1. L'impiego di comunicazioni commerciali che costituiscono un servizio della società dell'informazione o ne sono parte, fornite da chi esercita una professione regolamentata,

deve essere conforme alle regole di deontologia professionale e in particolare, all'indipendenza, alla dignità, all'onore della professione, al segreto professionale e alla lealtà verso clienti e colleghi.

DECRETO LEGISLATIVO 5 agosto 2022, n. 137

Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale al Regolamento UE 2017/745 ("MDR") sui dispositivi medici.

Art. 26 - Pubblicità

1. E' vietata la pubblicità verso il pubblico dei seguenti dispositivi:
a) dispositivi su misura di cui all'articolo 2, numero 3), del regolamento;
b) dispositivi per il cui impiego è prevista come obbligatoria, dalle norme vigenti, l'assistenza di un medico o di altro professionista sanitario;
c) dispositivi per il cui impiego è prevista come obbligatoria, secondo le indicazioni del fabbricante, l'assistenza di un medico o di altro professionista sanitario;
d) dispositivi medici la cui vendita al pubblico è subordinata, dalle norme vigenti, alla prescrizione di un medico.

2. Nell'interesse della salute pubblica o della sicurezza e salute dei pazienti, il Ministro della salute, con apposito decreto, può individuare ulteriori tipologie di dispositivi medici per i quali non è consentita la pubblicità presso il pubblico.

3. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 7 del regolamento, la pubblicità presso il pubblico dei dispositivi diversi da quelli di cui al comma 1 è, soggetta ad autorizzazione del Ministero della salute. Sulle domande di autorizzazione esprime parere la sezione per il rilascio delle licenze per la pubblicità sanitaria del comitato tecnico sanitario previsto dal decreto del Presidente della Repubblica 28 marzo 2013, n. 44.

4. In ordine alla procedura di rilascio dell'autorizzazione alla pubblicità dei dispositivi medici si osservano, in quanto compatibili, le disposizioni di cui all'articolo 118, commi 8, 9, 10, 11, 12, 13, del decreto legislativo 24 aprile 2006, n. 219.

5. Relativamente ai dispositivi per i quali è consentita la pubblicità presso il pubblico, il Ministero della salute, sentite le associazioni più rappresentative degli operatori del settore, con linee guida disciplina le modalità operative consentite per lo svolgimento della pubblicità, ivi comprese quelle che comportano l'utilizzo di sistemi elettronici.

6. Con decreto del Ministro della salute sono individuate le fattispecie che, in deroga a quanto previsto dal comma 3, non necessitano di autorizzazione ministeriale.

7. L'informazione rivolta agli operatori sanitari non necessita di autorizzazione e si svolge nel rispetto delle modalità individuate con linee guida del Ministero della Salute.

DECRETO LEGISLATIVO 5 agosto 2022, n. 138

Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale al Regolamento UE 2017/746 ("IVDR") sui dispositivi medico-diagnostici in vitro.

Art. 22 - Pubblicità

1. E' vietata la pubblicità verso il pubblico dei seguenti dispositivi:

a) dispositivi per il cui impiego è prevista come obbligatoria, dalle norme vigenti, l'assistenza di un medico o di altro professionista sanitario;

b) dispositivi per il cui impiego è prevista come obbligatoria, secondo le indicazioni del fabbricante, l'assistenza di un medico o di altro professionista sanitario;

c) dispositivi la cui vendita al pubblico è subordinata, dalle norme vigenti, alla prescrizione di un medico.

2. Nell'interesse della salute pubblica o della sicurezza e salute dei pazienti, il Ministro della salute, con apposito decreto, può individuare ulteriori tipologie di dispositivi per i quali non è consentita la pubblicità presso il pubblico.

3. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 7 del regolamento, la pubblicità presso il pubblico dei dispositivi diversi da quelli di cui al comma 1 è soggetta ad autorizzazione del Ministero della salute. Sulle domande di autorizzazione esprime parere la sezione per il rilascio delle licenze per la pubblicità sanitaria del comitato tecnico sanitario previsto dal decreto del Presidente della Repubblica 28 marzo 2013, n. 44.

4. In ordine alla procedura di rilascio dell'autorizzazione alla pubblicità dei dispositivi si osservano, in quanto compatibili, le disposizioni di cui all'articolo 118, commi da 8 a 13, del decreto legislativo 24 aprile 2006, n. 219.

5. Relativamente ai dispositivi per i quali è consentita la pubblicità presso il pubblico, con linee guida del Ministero della salute, sentite le associazioni più rappresentative degli

operatori del settore, sono disciplinate le modalità operative consentite di svolgimento della pubblicità, ivi comprese quelle che comportano l'utilizzo di sistemi elettronici.

6. Con decreto del Ministro della salute sono individuate le fattispecie che, in deroga a quanto previsto dal comma 3, non necessitano di autorizzazione ministeriale.

7. L'informazione rivolta agli operatori sanitari non necessita di autorizzazione e si svolge nel rispetto delle modalità individuate con linee guida del Ministero della salute.

DECRETO LEGGE 13 giugno 2023 n. 69

Art. 6 - Disposizioni in materia di pubblicità nel settore sanitario. Caso NIF 2020/4008

1. All'articolo 1 della legge 30 dicembre 2018, n. 145, il comma 525 è sostituito dal seguente:

«525. Le comunicazioni informative da parte delle strutture sanitarie private di cura e degli iscritti agli albi degli Ordini delle professioni sanitarie di cui al capo II della legge 11 gennaio 2018, n. 3, in qualsiasi forma giuridica svolgano la loro attività, comprese le società di cui all'articolo 1, comma 153, della legge 4 agosto 2017, n. 124, possono contenere unicamente le informazioni di cui all'articolo 2, comma 1, del decreto legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, funzionali a garantire il diritto ad una corretta informazione sanitaria, restando escluso, nel rispetto della libera e consapevole determinazione dell'assistito, della dignità della persona e del principio di appropriatezza delle prestazioni sanitarie, qualsiasi elemento di carattere attrattivo e suggestivo, tra cui comunicazioni contenenti offerte, sconti e promozioni, che possano determinare il ricorso improprio a trattamenti sanitari.».