

CAO Taranto

INFORMAZIONE SANITARIA

VADEMECUM

- Codice Deontologia Medica del 2014 con modifiche del 2016 – articoli 54, 55, 56, 57 e 69
- Legge 5 febbraio 1992, n. 175 artt. 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 di bilancio 2019, art. 1 commi 525 e 536.



PRINCIPALI RIFERIMENTI NORMATIVI

Come deve essere l'informazione sanitaria?

In medicina non si può parlare di pubblicità ma solo di "INFORMAZIONE SANITARIA funzionale a consentire una scelta libera e consapevole del curante"



- VERITIERA
- TRASPARENTE
- CORRETTA
- FUNZIONALE ALL'OGGETTO
- NON PROMOZIONALE
- NON SUGGESTIVA
- NON EQUIVOCA
- NON INGANNEVOLE
- NON DENIGRATORIA

- **Caratteristiche del servizio offerto e struttura dello STUDIO**



- **Informazioni sull'ATTIVITA' professionale:**

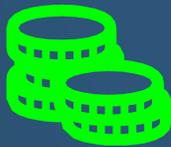
è possibile menzionare, in modo obiettivo, l'offerta professionale che viene proposta come le branche praticate (implantologia, protesi ecc..)



- **TITOLI professionali e specializzazioni** : devono avere carattere accademico ed essere riconosciute dallo Stato (Master, Corsi di perfezionamento, Specializzazioni)



- **ONORARIO delle prestazioni:** è consentito a patto che presenti l'importo complessivo della terapia, all'interno di un quadro completo informativo e non con mero scopo promozionale



COSA PUO' CONTENERE

ESEMPI



COSA NON PUO' CONTENERE

ESEMPI



- **Messaggi di carattere promozionale come ad esempio: OFFERTE con finalità commerciali (sconti, gift card, buoni regalo ecc.ecc.)**
- **Messaggi SUGGESTIVI che potrebbero condizionare anche a livello inconscio il cittadino nella scelta della cura e del curante (es. uso di testimonial)**
- **Titoli non riconosciuti a livello accademico, informazioni false, ingannevoli, equivoche o denigratorie**
- **Messaggi NON FUNZIONALI all'oggetto (es. pubblicizzare iniziative, notizie o eventi che non hanno attinenza con l'attività professionale)**
- **Promozione di BRAND e/o di dispositivi medici**
- **Non è consentita la pubblicizzazione e la vendita di prodotti, farmaci, dispositivi ecc. (es. vendita di kit per igiene orale/sbiancamento)**
- **Messaggi che hanno come oggetto unico o prevalente il costo della prestazione**
- **Pubblicità mascherata da informazione sanitaria (es. pubblicazione di articoli su quotidiani)**



GLOSSARIO, DEFINIZIONI E CHIARIMENTI



MESSAGGIO PROMOZIONALE

**PRIMA VISITA
GRATUITA O SENZA
IMPEGNO**



**NEL NOSTRO STUDIO
EFFETTUIAMO VISITE
MEDICHE
SPECIALISTICHE**



E' vietato qualsiasi messaggio promozionale finalizzato alla vendita o all'acquisizione di un rapporto di clientela così come qualsiasi prestazione offerta senza una visita diagnostica

Esempi sono: offerte speciali (es. porta un amico), sconti, volantinaggio, campioni gratuiti

OPEN DAY

La pubblicizzazione dell'open day non è consentita, in quanto iniziativa di natura promozionale

OPEN DAY:



- DEDICATO AD ALLINEATORI INVISIBILI «X» O ALLO SBIANCAMENTO «Y»
- CHE PREVEDE VISITE, PIANI DI TRATTAMENTO E PREVENTIVI
- CHE PROMETTE GADGET E/O SCONTISTICA (ES. PORTA UN AMICO)

**DR. TAL DEI TALI SPECIALISTA
IN IMPLANTOLOGIA**



**DR. TAL DEI TALI EFFETTUA
INTERVENTI DI IMPLANTOLOGIA
DOPO AVER CONSEGUITO IL
MASTER/CORSO DI
PERFEZIONAMENTO...**



INFORMAZIONE VERITIERA

L'informazione deve
corrispondere alla realtà in
maniera dimostrabile.

Ad esempio non sono veritiere
le comunicazioni che si
riferiscono a titoli mai acquisiti
o non esistenti (es. specialista
in protesi)



INFORMAZIONE EQUIVOCA

ALLINEATORI INVISIBILI



ALLINEATORI TRASPARENTI



Non è consentito
l'uso dell'espressione
«allineatori
INVISIBILI»

PROMOZIONE DI BRAND

**SBIANCAMENTO «X»
ALLINEATORI «Y»**



**NEL NOSTRO STUDIO EFFETUIAMO
SBIANCAMENTI
DENTALI/TRATTAMENTI
ORTODONTICI CON L'AUSILIO DI
ALLINEATORI TRASPARENTI**



Non è consentita la
pubblicizzazione di
marchi commerciali

COMPENSO

PULIZIA DEI DENTI 39 EURO



**Ad es. TARIFFARIO IN UNA
SEZIONE DEL SITO WEB DELLO
STUDIO INSIEME AD ALTRE INFO
(STAFF, PRESTAZIONI ECC)**



**E' consentito
comunicare il
compenso della
prestazione, ma non
deve essere
l'elemento principale
dell'informazione**

COMPENSO

Inoltre **NON** deve pubblicizzare il dispositivo medico, ma il costo della prestazione complessivamente offerta.

IMPIANTO A €€€



IL COSTO COMPLETO PER UNA RIABILITAZIONE IMPLANTO-PROTESICA DI UN SINGOLO ELEMENTO E' DI €€€



DENOMINAZIONE «CLINICA O CLINIC»

CLINICA DENTALE



STUDIO ODONTOIATRICO
CENTRO DENTISTICO
AMBULATORIO ODONTOIATRICO
CLINICA UNIVERSITARIA



La definizione dello studio
deve rispettare **QUANTO**
RIPORTATO
SULL'AUTORIZZAZIONE
SANITARIA o nulla osta.
Pertanto non si può utilizzare
il sostantivo **clinica** in uno
studio che non dispone di
degenza per i pazienti

IL DIRETTORE SANITARIO E' IL RESPONSABILE DELLA STRUTTURA CHE DIRIGE, ANCHE NELL'AMBITO DELL'INFORMAZIONE SANITARIA E DOVRA' ACCERTARSI CHE IL SUO NOME COMPAIA CHIARAMENTE. SONO PREVISTE SANZIONI, PER CHI NON RISPETTA LE NORMATIVE, CHE ARRIVANO FINO ALLA SOSPENSIONE DELL'ATTIVITA' DA 6 A 12 MESI

*Sentenza Consiglio di Stato n.3467
dell'8/6/2018 artt 4-5 legge 175/92*



DIRETTORE SANITARIO

SANZIONI

NB: la presa in carico della direzione sanitaria va comunicata **TEMPESTIVAMENTE** all'ordine di appartenenza

QUESTO VADEMECUM
COSTITUISCE UN
DOCUMENTO DI MERO
ORIENTAMENTO CON
FUNZIONE DIVULGATIVA



presidentecao@omceo.ta.it

PER CHIARIMENTI E CONSIGLI
PRIMA DI DIFFONDERE UN
MESSAGGIO INFORMATIVO
RELATIVO ALLA TUA ATTIVITA'
PROFESSIONALE, PUOI
CONTATTARCI

