

## PROMEMORIA SULLA NORMATIVA VIGENTE IN MATERIA DI INFORMAZIONE SANITARIA

La prima disposizione legislativa da menzionare è quella della legge 5 febbraio 1992, n. 175 concernente “Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell’esercizio abusivo delle professioni sanitarie”. Tale legge, fortemente voluta dalla Federazione e dagli Ordini, disciplinava in modo anche forse troppo rigoroso, il tema dei messaggi di pubblicità sanitaria limitandoli soltanto, in sostanza, alla menzione dei titoli di studio, dei titoli accademici e dei titoli di specializzazione e di carriera, prevedendo, come mezzi di comunicazione, soltanto le targhe e le inserzioni sui giornali e le emittenti radiotelevisive. Il messaggio era comunque soggetto ad autorizzazione comunale previo nulla osta preventivo dell’Ordine provinciale.

La normativa di cui alla **legge 175/1992** è stata parzialmente abrogata dalla **legge 4 agosto 2006 n. 248, art. 2 (c.d. Legge Bersani)**. La giurisprudenza ha poi successivamente chiarito che tale abrogazione riguardava soltanto i primi tre articoli della legge 175/92 con particolare riferimento alla eliminazione della procedura autorizzativa preventiva del messaggio pubblicitario.

Nel riprendere la cronologia dell’emanazione di provvedimenti normativi, va ricordato quanto previsto dal **D.Lgs. 24 febbraio 1997, n. 46** (attuazione della direttiva 93/42/CEE) concernente i dispositivi medici ed in particolare **l’art. 21** che vieta la pubblicità dei dispositivi che, secondo disposizioni adottate con Decreto del ministro della Sanità, possono essere venduti soltanto su prescrizione medica.

Nel quadro normativo che si sta cercando di delineare deve poi essere citato **il D.L. 13 agosto 2011, n. 138, convertito nella legge 14 settembre 2011, n. 148**, che stabilisce all’**art. 3** la legittimità della 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. Le informazioni devono essere trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere equivoche, ingannevoli, denigratorie.

Successivamente con **D.P.R. 7 agosto 2012, n. 137** si emanava il Regolamento recante riforma degli ordinamenti professionali così come previsto dalla normativa, appena citata, della legge 14 settembre 2011, n. 148.

Nel D.P.R. di cui trattasi, all’**art. 4 commi 1 e 2**, viene sancito “*1. E’ ammessa con ogni mezzo la pubblicità informativa avente ad oggetto l’attività delle professioni regolamentate, le specializzazioni, i titoli posseduti attinenti alla professioni, la struttura dello studio professionale e*

---

*di 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.*”.

Per completare il quadro normativo è poi necessario fare riferimento al Codice di Deontologia medica e alla modifica degli articoli concernenti la disciplina della pubblicità sanitaria approvati dalla Federazione dopo la nota vicenda relativa al contenzioso con l'Antitrust. Si riportano di seguito gli **articoli 54, 55 e 56 del Codice di 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.*

Infine si evidenziano le ultime disposizioni contenute nella **Legge di bilancio 2019** ed in particolare i **commi 525 e 536 dell'art. 1** della legge di cui trattasi.

Nell'allegare i predetti due commi si sottolinea che le nuove disposizioni (v. comma 525) sostanzialmente distinguono la comunicazione informativa dalla pubblicità commerciale che diviene sostanzialmente vietata in campo sanitario proibendo qualsiasi elemento di carattere promozionale o suggestivo, nel rispetto della libera e consapevole determinazione del paziente a tutela della salute, della dignità della persona e del suo diritto a una corretta informazione sanitaria.

Il successivo comma 536 stabilisce che in caso di violazione delle disposizioni 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 segnalando tali violazioni all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai fini dell'eventuale adozione dei provvedimenti sanzionatori di competenza.

Si tratta di nozioni sostanziali che restituiscono agli Ordini piena responsabilità nella valutazione dei messaggi della comunicazione informativa non in linea con le regole della correttezza deontologica. Resta però da dare pratico significato e piena attuazione ai compiti attribuiti all'Autorità garante nelle comunicazioni individuata quale Authority competente ad intervenire, anche in via repressiva, sulle eventuali violazioni delle regole delineate dai commi 525 e 536.