

# COSA PUO' CONTENERE E COME DEVE ESSERE L'INFORMAZIONE SANITARIA

## **COSA PUO'CONTENERE**

- **Titoli professionali e specializzazioni**
- **Informazioni sull'attività professionale**
- **Caratteristiche del servizio offerto – struttura dello studio**
- **Onorario delle prestazioni ,alle condizioni di seguito illustrate**
- **Nessuna notizia su avanzamenti nella ricerca e su innovazioni non ancora validate e accreditate dal punto di vista scientifico**

## **COME DEVE ESSERE**

- **Veritiera**
- **Trasparente**
- **Corretta**
- **Funzionale all'oggetto, evitando, cioè, immagini o concetti che nulla hanno a che fare con l'odontoiatria**
- **Non promozionale**
- **Non suggestiva**
- **Non equivoca**
- **Non ingannevole**
- **Non denigratoria**

## GLOSSARIO

### **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. Allo stesso modo, sono vietati messaggi in grado di creare suggestioni, illusioni, aspettative facili, false, spesso impossibili. Sono pertanto vietate espressioni del tipo “garantito a vita”, quando riferite a prestazioni professionali.

### **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.

## **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. Tale documentazione va presentata, se richiesta all'Ordine, in originale o in copia conforme, ovvero in regime di autodichiarazione (ex art. 46 D.P.R. 445/2000 e smi).

Va **evitato** il termine **“esperto in”**, generalmente auto attribuito, mentre è **consentito “con esperienza in”**, laddove dimostrabile.

## **COMPENSI**

Le informazioni sui compensi applicati sono vietate esclusivamente qualora il messaggio contenga solo l'indicazione di specifici onorari o venga presentato con modalità oltremodo 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 vietata la frase “a partire da”.**

Sono vietate espressioni non chiare e prive di logica, quali “costa solo un'ora del tuo tempo”.

## **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, quindi assolutamente vietate, 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.

# CASISTICA PIU' FREQUENTE

## **PRESTAZIONE GRATUITA**

Il professionista può sempre prestare gratuitamente la propria opera purché tale comportamento non costituisca concorrenza sleale o sia finalizzato a indebito accaparramento di clientela (art. 54 ultimo comma del Codice di Deontologia medica). Deve essere chiaro che la prestazione gratuita e formule equivalenti (es. visita senza impegno) risultano non consentite nel momento in cui vengono pubblicizzate.

## **VISITA ODONTOIATRICA**

La visita in odontoiatria deve essere considerata una fase di fondamentale importanza nell'iter diagnostico-terapeutico. Pertanto, pubblicizzarne la gratuità o riferirla ad un impegno economico o ad un preventivo-spesa (ad es. "visita senza impegno") risulta elemento affatto promozionale e quindi vietato.

## **OPEN DAY**

È consentito, purché limitato a presentare l'attività e i servizi offerti, **senza pubblicizzazione di marchi o aziende.**

**MARCHI COMMERCIALI** (es. impianti, elettromedicali, metodiche ortodontiche)

**In ogni caso vietati.** Fanno eccezione campagne di prevenzione, a carattere nazionale, con libere adesioni personali senza fini di lucro.

## **ALLINEATORI ORTODONTICI**

È vietato utilizzare il termine "INVISIBILE", consentito "TRASPARENTE"

## **CLINICA**

In mancanza di complessità di mezzi o di organizzazione (es. presenza di posti letto ovvero effettuazione di prestazioni sanitarie complesse) tali termini risultano ingannevoli e non veritieri, in particolare quando l'attività svolta sia meramente replicativa della professione odontoiatrica

Fanno eccezione le attività già in possesso di autorizzazione regionale, con tale denominazione.

## **DATI SENSIBILI**

Dal momento che tutti i dati sensibili, comprese impronte e radiografie, sono di proprietà del paziente, sono vietate espressioni quali "radiografie ad uso interno".

# CONCLUSIONI

I contenuti e le caratteristiche del messaggio informativo consentito vanno riferiti a tutte **le modalità di diffusione**: audiovisivi, cartellonistica, affissioni, social media e web, siti liberamente accessibili al pubblico, inserzioni, volantini, ecc.

S'intende che, come già detto, il presente documento è dichiaratamente ed oggettivamente **suscettibile di aggiornamenti e perfezionamenti**, previo esame e relativa approvazione della Commissione Albo Odontoiatri Nazionale.