

COMUNICAZIONE FNOMCeO N. 124 del 10 novembre 1999

Legge 175/92: Modifiche normative. Pubblicità sanitaria tramite Internet

Modifiche normative

In data 20 ottobre u.s. è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale la legge 14 ottobre 1999, n. 362 "Disposizioni urgenti in materia sanitaria" che, all'art. 12, per quanto riguarda il tema della pubblicità in campo sanitario, apporta alcune modifiche al previgente sistema normativo.

L'art. 12 appena citato modifica, infatti, sia l'art. 1, comma 1, che l'art. 4 comma 1 della legge 5 febbraio 1992, n. 175, prevedendo in sostanza che **la pubblicità sanitaria svolta sia dai singoli professionisti sia dalle case di cura private, gabinetti e ambulatori mono o polispecialistici è consentita anche attraverso inserzioni su giornali quotidiani e periodici di informazione.**

E' da chiarire che, ovviamente, restano ferme le disposizioni previste dalla normativa in vigore per quanto riguarda nulla osta, autorizzazioni e caratteristiche estetiche relativi ai messaggi pubblicitari.

Il legislatore in pratica ha permesso la diffusione, attraverso un altro strumento informativo, del messaggio pubblicitario lasciando inalterato il quadro normativo delineato dalla legge 175/92, così come modificata dalla legge 26 febbraio 1999, n. 42 e dal D.M. 16/9/1994, n. 657.

Riteniamo necessario rammentare che con la citata legge n. 42/99 erano state già apportate delle modifiche oggetto di una specifica circolare della FNOMCeO del 12 marzo 1999 n. 40.

Per opportuna memoria si ricorda che le modifiche riguardavano la necessità per gli esercenti le professioni sanitarie, nonché per le strutture sanitarie di rispettare un limite di spesa del 5 per cento del reddito dichiarato l'anno precedente per quanto riguarda le spese della pubblicità.

Nella legge 42/99 è stata prevista anche la possibilità di irrogare la sanzione della censura oltreché della sospensione per coloro che svolgono a titolo individuale o come responsabile di strutture sanitarie pubblicità nelle forme consentite senza autorizzazione del Sindaco o della Regione.

Sempre in riferimento al tema del controllo della pubblicità sanitaria occorre sottolineare un'ulteriore parziale modifica prevista dal D.Lgs. n. 96 del 30 marzo 1999, le cui disposizioni trovano applicazione dall'1/7/1999. A seguito dell'avvenuta entrata in vigore di questa normativa, sono da considerare trasferite ai Comuni (almeno per le Regioni appresso specificate) le funzioni amministrative concernenti la pubblicità sanitaria di cui all'art. 118, comma 2, del D.Lgs. n. 112 del 1998.

In buona sostanza, la competenza a rilasciare le autorizzazioni di cui all'art. 5 della normativa della legge 175/92 è attribuita ai Comuni e non più alle Regioni. La normativa, come specificamente riportato all'art. 1, si applica alle Regioni Piemonte, Lombardia, Veneto, Marche, Lazio, Molise, Campania, Puglia e Calabria.

Tale disposizione si spiega con il fatto che le Regioni citate non avevano ancora provveduto a emanare la legge regionale di cui all'art. 3 della legge 8 giugno 1990, n. 142 e all'art. 4, comma 5 della legge 15 marzo 1997 n. 59 che individua quali funzioni amministrative conferite alle Regioni dal decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 112 sono mantenute in capo alle Regioni e quali sono trasferite o delegate agli enti locali.

Pubblicità sanitaria tramite Internet

La già citata legge 14 ottobre 1999, n. 362, non ha esplicitamente e direttamente previsto l'utilizzazione, come veicolo informativo del messaggio pubblicitario, della rete Internet. Il Comitato Centrale della Federazione, però, ha ritenuto necessario esprimere alcuni orientamenti sull'argomento, anche per permettere agli Ordini di dare opportune indicazioni e informazioni ai medici che sempre più utilizzano la rete Internet.

Il Comitato Centrale ha ritenuto praticabile la diffusione di messaggi pubblicitari tramite i siti Internet sempre nel rispetto dei limiti previsti agli articoli 1 e 4 della legge 5 febbraio 1992, n. 175.

L'Ordine dovrà al riguardo rilasciare apposito nulla osta ai medici richiedenti controllando la correttezza del messaggio proposto e la rispondenza ai criteri di cui alla legge 175/92 e al D.M. 657/94.

E' ovvio che la competenza a rilasciare il nulla osta non potrà che spettare all'Ordine presso cui è iscritto il sanitario richiedente, considerando che il messaggio Internet è diffuso in modo universale.

Risulta evidente che il controllo di cui trattasi dovrà essere svolto unicamente dall'Ordine senza necessità di ulteriori autorizzazioni comunali, considerando che la normativa di legge non ha regolamentato espressamente la diffusione della pubblicità in materia sanitaria tramite Internet.

Soccorre al riguardo l'art. 53 del vigente codice di deontologia medica che al comma 2 vieta lo sfruttamento pubblicitario dell'attività medica anche tramite strumenti informatici ma che implicitamente ne permette l'utilizzazione, previo controllo ordinistico, quando il messaggio risulti corretto sia da un punto di vista normativo che deontologico.

A conclusione di questa esposizione sulle ultime innovazioni della complessa materia della pubblicità sanitaria, sollecitiamo l'attenta vigilanza degli Ordini attraverso il corretto utilizzo delle fonti normative e deontologiche attualmente in vigore.