

Allegato 2 al Codice deontologico della FMH

Direttive sull'informazione e la pubblicità

Il presente allegato 2 al Codice deontologico della FMH è stato approvato il 12 dicembre 1996 dalla Camera medica svizzera ed è entrato in vigore il 1° luglio 1997.

Revisioni: 01°/02 dicembre 2005
 04 maggio 2017
 31 ottobre 2019
 8 giugno 2023

1. Informazioni ammesse (Codice deontologico, art. 20, cpv. 1)

1.1 L'informazione al pubblico considerata necessaria, quando facilita la scelta del medico appropriato. La scelta è facilitata con le seguenti informazioni:

- le qualifiche professionali;
- la carriera professionale, l'età, le conoscenze linguistiche;
- le visite a domicilio, l'accettazione di nuovi pazienti, gli orari delle consultazioni;
- le forme di collaborazione o l'indicazione di collaboratori (per es. studio medico di gruppo che riunisce altri medici o altri membri di categorie professionali mediche, funzioni quale medico aggiunto, medico primario, rapporti contrattuali con un assicuratore nel quadro di forme particolari d'assicurazione);
- offerte di prestazioni personali (per es. fisioterapia, dispensazione di medicinali, sala operatoria nello studio, installazioni radiologiche);
- l'appartenenza ad associazioni mediche.

1.2 L'informazione sui settori d'attività medica esercitati, in particolare l'indicazione di specializzazioni in metodi diagnostici e terapeutici, è ammessa nella misura in cui la qualifica professionale acquisita corrisponda alle esigenze del Regolamento per il perfezionamento professionale. I titoli esteri di specializzazione devono essere precisati con l'indicazione dell'ente che li ha rilasciati. A tale proposito devono essere tenute in considerazione le raccomandazioni della FMH e dell'ISFM sulla menzione di titoli.

1.3 La citazione di una ragione sociale per designare un'istituzione non ospedaliera (istituto per, clinica diurna, centro di salute, ecc.) è ammessa purché sia conforme alle prescrizioni legali e non induca in confusione. Le associazioni mediche cantonali possono emanare disposizioni più precise in materia.

2. Pubblicità illecita (Codice deontologico, art. 20, cpv. 2)

2.1 Un'informazione è ritenuta **non oggettiva** qualora non garantisce l'obiettività medica dovuta, non si fonda sull'esperienza, o non risponda, nel tenore o nella forma, al bisogno d'informazione dei pazienti e dei colleghi.

2.2 Un'informazione è ritenuta menzognera qualora non corrisponda ai fatti.

2.3 L'informazione **nuoce alla reputazione della professione medica**, in particolar modo quando:

- stabilisce dei paragoni a discredito dei colleghi, per es. con asserzioni spregiative sulla loro attività e sui loro metodi professionali;
- contiene raccomandazioni provenienti da pazienti;
- serve a vantare i propri meriti o descrive la propria attività medica in uno stile apertamente pubblicitario, insistente e appariscente;
- fa nascere nel pubblico speranze illusorie o è di natura tale da falsare l'opinione;
- manca di serietà o offende la dignità e il buon costume;
- mira principalmente all'effetto pubblicitario.

3. Restrizioni riguardo particolari supporti informativi

3.1 Insegne all'entrata dello studio medico

Sulle insegne possono figurare le indicazioni citate nella cifra 1.

Le associazioni mediche cantonali possono emanare delle disposizioni circa la forma, la dimensione e l'affissione delle insegne poste all'entrata dello studio medico o situate nelle più o meno immediate vicinanze.

3.2 Carta da lettera, corrispondenza, ecc.

Sulla carta da lettera, le fatture, ecc. possono figurare le indicazioni elencate alla cifra 1.

3.3 Annunci nei media o in altri supporti informativi simili

L'informazione attraverso i media o di altri supporti informativi simili, deve rispettare le indicazioni citate alla cifra 1.

Le associazioni mediche cantonali possono emanare disposizioni circa le modalità di diffusione autorizzate in materia d'informazione (luogo, frequenza, dimensioni, ecc.).

3.4 Circolari

Le circolari ai pazienti, ivi incluse le newsletter in formato elettronico, sono consentite nella misura in cui contengano le indicazioni elencate alla cifra 1 oppure abbiano uno scopo preventivo. I pazienti devono inoltre aver dato il loro consenso. Le circolari destinate ai colleghi possono contenere anche ulteriori informazioni.

La diffusione di informazioni pubblicitarie su larga scala, come la distribuzione di volantini, gli invii di posta pubblicitaria diretta non indirizzata oppure die E-Mails, di invii collettivi attraverso piattaforme digitali e di altri messaggi non richiesti, non è consentita.

3.5 Siti Web

La creazione e la gestione di siti Web devono avvenire osservando quanto indicato alle cifre 1 e 2. Le pubblicazioni professionali, gli articoli sulla stampa, i comunicati ai media, ecc. possono essere pubblicati sul sito Web a condizione che siano correlati all'attività medica.

Le società mediche cantonali possono emanare disposizioni complementari (concernenti tra l'altro il layout, i contenuti e il nome di dominio di siti Web).

3.6 Social network

La presenza nei social network è permessa. L'attività privata sui social network deve essere tenuta separata da quella professionale e in particolare dalla comunicazione con i pazienti. Il segreto professionale deve essere sempre rispettato.

Le disposizioni relative alla collegialità e alle critiche inammissibili valgono anche sui social media e su Internet. Va garantita una comunicazione rispettosa, professionale e obiettiva.

Quanto indicato alla cifra 3.5 vale anche sui social network. Le associazioni mediche cantonali possono emanare disposizioni complementari.

Come ausilio possono essere utilizzate le raccomandazioni della FMH sull'utilizzo dei social media.

3.7 Elenchi ufficiali, motori di ricerca e piattaforme digitali di valutazione

Negli elenchi di recapiti e numeri telefonici, sia ufficiali che privati, ivi inclusi gli elenchi digitali, l'informazione al pubblico circa l'attività medica è regolata secondo quanto indicato alla cifra 1. Se un elenco ufficiale contiene la rubrica “Medici”, ai medici è consentito farsi iscrivere in tale categoria.

È vietato influenzare pazienti e terzi per ottenere commenti positivi o provocare valutazioni negative.

Quanto indicato alle cifre 3.5 e 3.6 vale anche per elenchi pubblici, motori di ricerca e piattaforme digitali. Le associazioni mediche cantonali possono emanare disposizioni complementari.

Come ausilio possono essere utilizzate le raccomandazioni della FMH sulla gestione delle valutazioni online e dei motori di ricerca.