



ordine dei medici
e degli odontoiatri
della provincia di salerno



LE COMUNICAZIONI INFORMATIVE IN SANITÀ (la c.d. Pubblicità Sanitaria) e LA DIREZIONE SANITARIA Le nuove disposizioni

Dott. Giovanni D'Angelo **Dott. Gaetano Ciancio**
Presidente OMCeO Presidente CAO

Sabato 14 settembre 2019 - Ore 8:30

Grand Hotel Salerno Lungomare Tafuri, 1



DOMANDE & RISPOSTE DALLA PLATEA CON

Dott. Brunello Pollifrone

Consigliere OMCeO Roma
Segretario CAO Nazionale

***L'esperienza
dell'Ordine più grande
d'Italia***

Dott. Marco Landi

Presidente CED
Council of European Dentists

***La pubblicità sanitaria
in Europa***

Rappresentanti

NAS
Guardia di Finanza
Polizia Locale
Comuni
Regione / ASL
CAO della Campania
ANDI Campania
AIO Campania

Le nuove disposizioni, di cui ai commi 525 e 536 dell'art.1 della L. n. 145 30/12/2018, integrano norme già stabilite in precedenti provvedimenti legislativi e nel Codice di Deontologia Medica, precisando che **le comunicazioni sanitarie devono essere prive di qualsiasi elemento di carattere promozionale o suggestivo**; disposizioni, anch'esse insite in precedenti provvedimenti, spesso disattese, negli ultimi anni, con un viraggio di messaggi sempre meno attinenti all'informazione sanitaria e sempre più aderenti ad una pubblicità di tipo commerciale, promozionale o suggestiva, a volte non veritiera e, in non pochi casi, dequalificante per l'immagine della categoria, come è sotto gli occhi di tutti e come da molti segnalato a quest'Ordine.

Pertanto l'Ordine intende affiancare gli iscritti nell'osservanza del Codice deontologico e delle leggi, **riaffermando il corretto esercizio professionale dei medici e degli odontoiatri salernitani**, anche in tema d'informazione sanitaria, quale categoria medica affidabile e rispettosa della libera e consapevole determinazione del paziente, **a tutela della salute pubblica**, della dignità della persona e del suo diritto a una corretta informazione sanitaria, **quale organo sussidiario del Ministero della Salute**, nonché riaffermare la dignità e il decoro della professione, spesso compromessi da messaggi pubblicitari puramente commerciali che sviliscono inevitabilmente il valore della prestazione professionale.