

## **INFORMATIVA SOCIAL NETWORK E SITO PERSONALE MEDICI ALPI**

Ai dipendenti e assimilati operanti in ASUGI e che sono autorizzati a qualsiasi titolo a svolgere attività libero professionale è consentita la pubblicità informativa sanitaria, anche mediante utilizzo dei propri account privati sui social network o attivando un proprio sito web, osservando i seguenti limiti e modalità.

La pubblicità informativa sanitaria può avere per oggetto esclusivamente l'attività delle professioni regolamentate, le specializzazioni ed i titoli posseduti attinenti alla professione, la struttura dello studio professionale ed i compensi richiesti per le prestazioni. I limiti normativamente previsti sono funzionali alla tutela del destinatario dell'informazione, cui deve essere rivolto un messaggio conforme a criteri di correttezza, veridicità e non ingannevolezza del messaggio utilizzato, ed alla tutela dell'immagine dell'Azienda. La pubblicità informativa dev'essere funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non dev'essere equivoca, ingannevole o denigratoria e non deve violare l'obbligo del segreto professionale.

Deve quindi conformarsi ai seguenti principi:

- Essere trasparente e quindi contenere notizie palesi e comprensibili non inquinate da interessi diversi dalla cura del malato;
- Attenersi ad una informazione sanitaria corretta e veritiera utilizzando dati oggettivi resi noti senza ambiguità e con l'uso di espressioni di rigore scientifico che devono essere oggettivi, controllabili e scientificamente verificabili;
- Essere una informazione non equivoca, ingannevole o denigratoria, intendendo per tale qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua grafica, induca in errore o possa indurre in errore gli utenti ai quali è rivolta pregiudicando la scelta dei destinatari anche dal punto di vista economico;

- Essere prudente e quindi non deve diffondere 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.
- Non è pertanto consentito l'utilizzo di fraseologia generica e termini miracolistici utili solo ad attrarre l'attenzione e l'interesse dell'utente.
- Non ledere la serietà professionale di concorrente che esercita analogha attività sanitaria impedendo in modo sleale che la scelta dell'utente possa su quest'ultimo ricadere;
- Non porsi in conflitto di interessi con l'attività istituzionale dell'azienda di appartenenza e quindi riportare la chiara informazione che le stesse prestazioni sono fornite da ASUGI quale attività istituzionale oltre che da altri colleghi in attività libero professionale.

#### La pubblicità deve contenere:

- La chiara informazione che il professionista è medico del SSN autorizzato a svolgere attività libero professionale;
- La informazione che tali attività sono anche erogate da ASUGI a livello istituzionale;
- In caso di professionista che opera in regime di libera professione intramuraria il rimando al link di ASUGI per il richiamo delle sedi, orari e tariffe dell'attività svolta.

Il dipendente che rientri nelle categorie che intenda attivare la pubblicità informativa sanitaria sui propri profili sui social media o attivare un proprio sito web deve chiedere ed ottenere da ASUGI l'autorizzazione preventiva, da presentare all'Ufficio Comunicazione mediante email all'indirizzo **comunicazione@asugi.sanita.fvg.it** allegando la bozza del testo completo che intende pubblicare al fine di un controllo preventivo sulla rispondenza alla normativa vigente, ai principi del codice

deontologico, nonché ai principi indicati nel presente articolo e sulla assenza di affermazioni/informazioni non corrette e lesive all'immagine di ASUGI. Rimane inteso che i dipendenti sono responsabili dei contenuti pubblicati sulle proprie pagine social, la violazione delle regole di comportamento può essere fonte di responsabilità penale, civile, amministrativa e contabile in capo all'autore nei confronti di terzi e nei confronti dell'Azienda.

L'effettuazione di pubblicità informativa sanitaria effettuata senza autorizzazione comporta violazione della predetta disposizione regolamentare e concretizza responsabilità disciplinare. L'Ufficio Comunicazione effettuerà periodicamente i controlli a campione per accertare che non siano pubblicati annunci non autorizzati e/o non conformi all'autorizzazione data.

Rimane ferma la concorrente competenza dell'ordine professionale di appartenenza a verificare la rispondenza della pubblicità informativa sanitaria alle regole deontologiche del codice deontologico e prendere i necessari provvedimenti.