

ALLEGATO 2

Direttive per l'informazione e la pubblicità

Le direttive danno delle indicazioni supplementari in complemento all'articolo 14 del Codice di deontologia¹.

1. Obiettivo delle direttive

Le presenti direttive hanno per obiettivo la protezione del grande pubblico. Nell'ambito dell'attività professionale d'osteopatia, un'attitudine costantemente rispettosa dell'interesse generale è raccomandata e ogni informazione pubblicata deve servire ad orientare il grande pubblico, senza influenzarlo, verso una scelta libera, consapevole ed obiettiva dell'osteopata.

Il rispetto di queste direttive così come dei principi deontologici contribuisce a fare in modo che il grande pubblico ed i colleghi terapeuti considerino la FSO e i suoi membri degni di fiducia e sottolinei l'affidabilità della professione.

2. Informazioni d'interesse pubblico

2.1 Gli operatori sanitari diffondono unicamente delle informazioni che sono d'interesse generale. L'informazione è considerata d'interesse generale quando facilita la scelta lucida, libera e obiettiva della presa a carico e dell'osteopata, il dialogo interdisciplinare o quando serve a veicolare dei messaggi di salute pubblica.

Lista delle informazioni abitualmente pubblicate:

- le qualifiche professionali (formazioni e diplomi riconosciuti da delle istanze accademiche certificate o dalla Commissione Accademica)
- la carriera professionale, l'età, le conoscenze linguistiche
- gli orari di consultazione, la possibilità di visite a domicilio e di ricezione di nuovi pazienti se del caso
- le forme di collaborazione con dei partner e la loro designazione (ad esempio studio di gruppo che riunisce altri operatori sanitari riconosciuti)
- l'affiliazione a delle associazioni d'osteopati riconosciute dalla FSO.

2.2 I supporti di comunicazione rispettano la libera scelta in materia d'informazione. L'osteopata si premura che i suoi comunicati non siano invadenti e non siano imposti al grande pubblico. Le sole eccezioni sono:

- i cartelli che permettono di orientarsi verso uno studio terapeutico
- l'annuncio per mezzo stampa, media elettronici o altri supporti simili, fra cui le reti sociali, in caso di apertura di uno studio, d'interruzione prolungata dell'attività o di cambiamento d'indirizzo
- le informazioni mirate a cercare dei collaboratori
- ogni altra informazione che soddisfa manifestamente l'interesse generale.

¹ Art. 14 Informazione e pubblicità

1 Nella pubblicazione delle sue qualifiche professionali o in tutta l'informazione che concerne [la propria attività professionale](#), l'osteopata fa uso di riserva e modestia.

2 Nella sua attività professionale, l'osteopata non può promuovere la sua attività [tramite delle informazioni che non sono d'interesse pubblico \(riferirsi all'annesso al Codice di deontologia «Direttive per l'informazione e la pubblicità»\)](#).

3 L'informazione non obiettiva o menzognera [che potrebbe nuocere alla reputazione della professione](#) è vietata.

4 L'osteopata s'impegna ad evitare che un'[informazione](#) illecita sia fatta a suo favore da terze persone, in modo diretto o indiretto.

5 Ad ogni modo, l'osteopata agirà in conformità alle disposizioni legali vigenti.

2.3 L'osteopata s'impegna a non diffondere delle comunicazioni su larga scala (distribuzione a tutti i fuochi, volantaggio, media elettronici o canali d'informazione simili, pubbliredazionali compresi).

2.4 Proporre dei regali, delle riduzioni o altre promozioni per attirare il pubblico è vietato.

2.5 L'osteopata veglia a non mettersi in avanti, per tramite finanziari, senza che questo apporti delle informazioni pertinenti per i pazienti, e ciò a discapito dei confratelli/consorelle.

2.6 L'osteopata si astiene pure dal diffondere delle informazioni a vocazione commerciale e che non contengano unicamente delle informazioni obiettive e utili al pubblico.

3. Obiettività e veracità delle informazioni

3.1 Gli operatori sanitari hanno la responsabilità di assicurarsi che le informazioni diffuse siano obiettive e non inducano in errore. Un'informazione è considerata come obiettiva quando è giustificabile ed è sostenuta dai fatti. La veracità è assicurata quando l'informazione è sufficientemente completa affinché si eviti ogni interpretazione errata.

3.2 La diffusione di un'informazione è quindi notoriamente vietata quando è incorretta, menzognera o ingannevole. Questo può essere il caso manifestamente quando l'informazione:

- risveglia nel pubblico delle speranze insensate o la cui natura falsa il giudizio;
- genera delle aspettative irragionevoli in merito ai benefici di un trattamento;
- incoraggia un ricorso eccessivo o inutile a prestazioni sanitarie;
- manca di serietà o offende la dignità e la moralità;
- stabilisce un paragone discreditante degli operatori sanitari, sminuendo ad esempio la loro attività o i loro metodi;
- contiene delle raccomandazioni per il proprio studio provenienti da pazienti o utilizza dei testimoni;
- serve a celebrare le proprie lodi o che presenta la propria attività con uno stile apertamente pubblicitario, insistente e appariscente;
- ha come solo obiettivo di promuovere la propria immagine.

4. Precisazioni in merito a certi supporti d'informazione

4.1 Insegne apposte all'entrata dello studio e altre segnalazioni

L'osteopata veglia affinché la grafica, la dimensione e la posa delle insegne sulla porta dello studio e di quelle nella sua prossimità rispondano alle esigenze legali cantonali. L'osteopata s'impegna a non ricorrere a delle segnalazioni smisurate o stravaganti.

4.2 Annuncio di apertura dello studio

L'annuncio di apertura o di cambiamento d'indirizzo dello studio per mezzo stampa, media elettronici o altro supporto d'informazione è autorizzato. L'osteopata s'impegna tuttavia a non ricorrere a degli annunci smisurati o stravaganti. L'osteopata veglia a limitare questi annunci nel tempo e si limita a dare unicamente le informazioni essenziali.

A titolo di esempio, è comunemente ammesso di pubblicare un annuncio di apertura dello studio sulla stampa scritta con 3 apparizioni in 3 giornali differenti, con un formato che non superi 14 cm per 8 cm.

Allo stesso tempo, le informazioni comunemente considerate come essenziali sono le qualifiche professionali, la carriera professionale, le conoscenze linguistiche, gli orari di consultazione, l'affiliazione a delle associazioni professionali, le coordinate di contatto e l'indirizzo di un sito internet.

4.3 Indicizzazione (annuari, motori di ricerca, ecc.)

L'indicizzazione è l'elaborazione di una lista che permette di recensire l'attività professionale di un osteopata. Ciò può essere realizzato per tramite di annuari ufficiali, di annuari elettronici, o di servizi d'indicizzazione. La pubblicazione di informazioni in un sistema d'indicizzazione ufficiale o privato deve rispettare le indicazioni che figurano alla sezione 2.1 di questo documento.

4.3.1 L'osteopata s'impegna a non ricorrere a un'indicizzazione contrattuale per tramite finanziari, senza che questo apporti un'informazione pertinente per il paziente, e ciò a discapito dei/delle confratelli/consorelle.

4.3.2 L'iscrizione in un sistema d'indicizzazione sotto un luogo deve corrispondere al luogo dove esercita realmente l'osteopata.

4.3.3 L'entità morale responsabile della presa a carico deve essere identificabile nella pubblicazione senza ambiguità.

4.4 Reti sociali e siti internet

Le reti sociali e i siti internet personali sottostanno alle indicazioni che figurano alle sezioni 2 e 3 di questo documento.

4.4.1 Testimonianze di pazienti

L'osteopata s'impegna a non pubblicare sulle proprie reti sociali o siti internet delle raccomandazioni che provengono da pazienti o pareri di testimoni. Tuttavia, i pazienti sono liberi di condividere delle opinioni non-sollecitate attraverso le loro reti sociali personali o altre piattaforme indipendenti dall'osteopata. L'osteopata non può essere considerato responsabile del contenuto postato da una persona terza.

4.4.2 Organizzazione di un appuntamento

L'osteopata è autorizzato a proporre un'interfaccia che permetta l'organizzazione di un appuntamento online se il segreto professionale sull'identità del paziente è garantito.

4.4.3 Messaggi

La pubblicazione di messaggi professionali su dei siti internet o nell'ambito di gruppi sociali è autorizzata se il contenuto rispetta le sezioni 2 e 3 di questo documento.

La pubblicazione di messaggi pubblici che veicolano delle informazioni errate e dannose per la salute pubblica è vietata, pure sulle reti private.