

4. ASPETTI COMMERCIALI

Lo scopo principale dei contenuti di quest'area è definire in modo chiaro e operativo le responsabilità, le modalità organizzative e i comportamenti da adottare per garantire che le specifiche contrattuali espresse dal cliente/committente siano pienamente comprese, correttamente valutate e adeguatamente soddisfatte.

La capacità di interpretare, negoziare e formalizzare in modo preciso le esigenze del cliente rappresenta una delle principali competenze distintive del professionista sanitario in regime libero-professionale

GESTIONE DELLE OFFERTE

Nella gestione delle offerte e delle richieste di incarico, il professionista sanitario è chiamato a svolgere un'attenta analisi preliminare, per garantire che ogni proposta sia coerente attraverso:

- L'esame di fattibilità
- La formulazione di un preventivo
- Il principio dell'intuitus personae
- Contratto scritto con allegato consenso informato e al trattamento dei dati personali.

Quando perviene una richiesta urgente di preventivo o intervento, il professionista può decidere autonomamente se procedere o meno con la definizione del contratto, in base alle proprie disponibilità, competenze e priorità.

PUBBLICITÀ SANITARIA

DEFINIZIONI

PUBBLICITÀ. Per pubblicità s'intende qualsiasi forma di messaggio, in qualsiasi modo diffuso, avente lo scopo diretto o indiretto di promuovere le prestazioni professionali in forma singola o associata, qualunque sia la modalità associativa adottabile per l'esercizio della professione. La pubblicità deve essere, in ogni caso, riconoscibile, veritiera e corretta e può avere ad oggetto le specializzazioni professionali, la struttura dello studio ed i compensi richiesti. Si ricorda che, ai sensi della Legge 247/2012, art. 13, comma 5, il professionista è tenuto a "a comunicare in forma scritta a colui che conferisce l'incarico professionale la prevedibile misura del costo della prestazione, distinguendo fra oneri, spese, anche forfetarie, e compenso professionale"⁴¹

PUBBLICITÀ INGANNEVOLE. Si intende qualsiasi forma di pubblicità che in qualunque modo, sia idonea ad indurre in errore la generalità dei cittadini, influenzandone il comportamento e le scelte in ordine a costi, caratteristiche, entità e modalità di erogazione delle prestazioni del personale infermieristico.

PUBBLICITÀ COMPARATIVA. Qualsiasi pubblicità che, allo scopo di promuovere i servizi di chi li effettua, li pone a confronto in modo esplicito o implicito con quelli offerti da uno o più soggetti concorrenti.

INFORMAZIONE SANITARIA. Qualsiasi notizia utile e funzionale al cittadino per la scelta libera e consapevole dei professionisti e dei servizi da essi offerti. Le notizie ed informazioni fornite devono essere tali da garantire sempre la tutela della salute individuale e della collettività e non devono avere carattere promozionale e suggestivo.

Nel contesto della libera professione, anche i professionisti del comparto sanità, come gli infermieri, i tecnici sanitari, gli ostetrici e i fisioterapisti, possono avvalersi della **pubblicità sanitaria** per far conoscere la propria attività ai cittadini, agli utenti e alle strutture sanitarie. Tuttavia, questa possibilità è vincolata al rispetto di regole precise, non solo giuridiche ma anche deontologiche, pensate per preservare la dignità della professione e tutelare la salute pubblica. La pubblicità sanitaria, infatti, non può essere intesa come mero strumento di promozione commerciale, bensì come un mezzo di corretta informazione, in linea con i principi di trasparenza, veridicità e rispetto del cittadino.

Informazione Sanitaria

Ogni messaggio pubblicitario o informativo deve contenere alcune

- o Informazioni obbligatorie, come:
 - il nome e cognome del professionista,
 - il titolo professionale e l'Ordine di iscrizione,
 - la sede dell'attività o domicilio professionale,
 - disponibilità e modalità di prenotazione
 - recapiti di contatto, compresa indirizzo email e la Posta Elettronica Certificata (PEC), obbligatoria ai sensi di Legge (DL 185 del 2008, art. 16, comma 7, convertito con modificazioni con la Legge 28 gennaio 2009, n. 2);
- o Informazioni accessorie come:
 - eventuale mappa stradale,
 - eventuali convenzioni stipulate con enti o associazioni.
 - numero di Partita IVA,
 - l'elenco di eventuali specializzazioni o certificazioni aggiuntive.

Anche i siti web devono rispettare regole specifiche: sulla homepage devono essere chiaramente indicati tutti i dati identificativi e professionali, e il dominio deve essere registrato su server italiani o europei. Inoltre, il professionista deve inviare una autodichiarazione di conformità all'Ordine entro trenta giorni dall'attivazione del sito.

Nel caso di comunicazioni via email, è obbligatorio garantire la riservatezza dei dati personali, in linea con il Regolamento Europeo GDPR. È consigliato, in particolare per comunicazioni ufficiali, l'uso della PEC, che assicura tracciabilità e valore legale delle comunicazioni.

Come deve essere la Pubblicità Sanitaria

La pubblicità sanitaria ammessa deve sempre mantenere uno stile sobrio, rispettoso, corretto e basato su fatti concreti.

È consentito:

- indicare titoli di studio e specializzazioni effettivamente conseguite,
- descrivere le attività professionali svolte che devono essere comprovabili mediante idonea certificazione
- citare eventuali competenze multidisciplinare con le quali si collabora,
- è consentito diffondere messaggi informativi contenenti le tariffe delle prestazioni erogate

È invece vietato:

- è vietata la pubblicità ingannevole, compresa la pubblicazione di notizie e informazioni che creino aspettative illusorie, che siano false o non verificabili, o che possano procurare timori infondati, con messaggi di natura promozionale o suggestiva, spinte consumistiche o comportamenti inappropriati;
- è vietata la pubblicazione di notizie e informazioni che rivestano i caratteri di pubblicità personale surrettizia, artificiosamente mascherata da informazione sanitaria;
- è vietata la pubblicazione di notizie e informazioni lesive della dignità e del decoro della professione o comunque eticamente disdicevoli;
- è vietato ospitare spazi pubblicitari a titolo commerciale, con particolare riferimento ad aziende produttrici di farmaci, dispositivi o tecnologie operanti in campo sanitario;
- è vietato ospitare sul sito Internet, oltre agli spazi pubblicitari appena detti, link riferibili ad attività pubblicitaria di aziende operanti in campo sanitario
- è vietata in ogni caso la pubblicizzazione o la vendita, sia in forma diretta, che attraverso il sito internet ed i link in esso contenuti, di prodotti, dispositivi, strumenti e di ogni altro bene o servizio resi da soggetti diversi dall'autore della comunicazione pubblicitaria;

Anche nei messaggi diffusi tramite radio, televisione, stampa o social media, il professionista deve **mantenere il carattere puramente informativo**, senza scadere in promozioni personali o commerciali.

FAC-SIMILE SCHEDA ESAME DI FATTIBILITA'

Data: _____

Nominativo professionista: _____

Richiesta da parte di: (Nome Committente) _____

Descrizione sintetica della prestazione richiesta: _____

1. Verifica competenze tecniche richieste:

- Competenze possedute
- Competenze da integrare/formare
- Competenze non disponibili

2. Verifica risorse umane e disponibilità:

- Disponibilità personale: Sì No
- Compatibilità geografica: Sì No
- Compatibilità tempi di esecuzione: Sì No

3. Verifica logistica e organizzativa:

- Mezzi/strumentazioni necessari: Disponibili Da reperire
- Collaborazioni esterne necessarie: Sì No

4. Valutazione rischio operativo:

- Rischi/criticità previste: _____

5. Decisione finale:

- Idoneità confermata
- Idoneità non confermata
- Motivo della decisione: _____

Firma del professionista _____

FAC-SIMILE PREVENTIVO

Data: _____

Nominativo Professionista: _____

Indirizzo: _____

Codice Fiscale/P.IVA: _____

Contatti: _____ (telefono/email/PEC)

Destinatario: _____ (Cliente/Committente)

Oggetto: Offerta per prestazioni libero-professionali sanitarie

1. Referente professionale:

2. Tipologia dell'attività richiesta:

3. Luogo di espletamento:

4. Orario e calendario di svolgimento:

5. Tariffe applicate:

- Compenso lordo: € _____ per ora / prestazione
- Inclusione rivalsa ENPAPI 4%: Sì No
- Eventuale IVA o esenzione: _____

6. Fatturazione e modalità di pagamento:

- Emissione fattura: al termine di ogni prestazione / mensile
- Modalità di pagamento: Bonifico bancario Altro: _____
- Termine pagamento: _____ giorni data fattura

7. Validità dell'offerta:

- Il presente preventivo è valido fino al: _____

8. Note aggiuntive:

Luogo e Data

Firma del professionista

FAC SIMILE CONTRATTO

CONTRATTO PER L'ESPLETAMENTO DI ATTIVITÀ LIBERO-PROFESSIONALE SANITARIA

Tra:

[Denominazione Committente] _____

Sede legale: _____

Codice Fiscale/P.IVA: _____

E:

[Nome Professionista] _____

Iscritto all'Albo: _____

Codice Fiscale/P.IVA: _____

Premesso che:

- il Committente necessita di prestazioni sanitarie/professionali specialistiche;
- il Professionista ha manifestato disponibilità ad eseguirle secondo le norme vigenti e deontologiche;

si conviene e stipula quanto segue:

****Articolo 1 – Oggetto del contratto****

Il Professionista si impegna a svolgere attività di: _____
presso: _____.

****Articolo 2 – Durata e orari****

L'attività avrà inizio il: _____ e terminerà il: _____, salvo proroga.
Orari previsti: _____.

****Articolo 3 – Compenso****

Il compenso è pattuito in € _____ lordi (oltre 4% ENPAPI).
Modalità di pagamento: _____.

****Articolo 4 – Obblighi del Professionista****

Il Professionista si impegna ad eseguire le prestazioni con la massima diligenza e nel rispetto della normativa professionale vigente.

****Articolo 5 – Riservatezza****

Il Professionista si impegna a mantenere la massima riservatezza su tutte le informazioni acquisite nell'ambito delle prestazioni.

****Articolo 6 – Risoluzione del contratto****

Il contratto potrà essere risolto da entrambe le parti con preavviso scritto di ____ giorni.

****Articolo 7 – Controversie****

Per ogni controversia è competente il Foro di _____.

Letto, approvato e sottoscritto. Luogo e data: _____

Firma del Committente

Firma del Professionista

FAC-SIMILE TARGA STUDIO INFERMIERISTICO



FAC- SIMILE TARGA AMBULATORIO INFERMIERISTICO



LOGO ORDINE O ALTRO LOGO APPROVATO

AMBULATORIO INFERMIERISTICO

.....

INFERMIERE REFERENTE

ORARI DI APERTURA (OPZIONE)

SI RICEVE SOLO SU APPUNTAMENTO (OPZIONE)

PARERE DI CONFORMITÀ DELLA PUBBLICITÀ SANITARIA AI CANONI DI CORRETTEZZA
DELL'ORDINE DELLE PROFESSIONI INFERMIERISTICHE DI

AUTORIZZAZIONE ALL'ESERCIZIO RILASCIATA DALL'AMMINISTRAZIONE SANITARIA N°....
DEL.....

FAC-SIMILE TARGA BIGLIETTO DA VISITA INFERMIERE



LOGO ORDINE O ALTRO LOGO APPROVATO

INFERMIERE

.....

INSERIRE EVENTUALI SPECIALIZZAZIONI O TITOLI ACCADEMICI ACQUISITI CON LE DICITURE "ESPERTO IN, MASTER IN O
CON RIFERIMENTO DIRETTO, INFERMIERE COORDINATORE IN LUOGO DI MASTER IN COORDINAMENTO" (OPZIONE)

Indirizzo (Indicare Via, n° Civico, Comune)
Telefono
Partita IVA e Codice Fiscale
email pec

PARERE DI CONFORMITÀ DELLA PUBBLICITÀ SANITARIA AI CANONI DI CORRETTEZZA DELL'ORDINE DELLE PROFESSIONI
INFERMIERISTICHE DI

AUTORIZZAZIONE ALL'ESERCIZIO RILASCIATA DALL'AMMINISTRAZIONE SANITARIA N°.... DEL.....(OVE
NECESSARIO)

FAC-SIMILE COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

Inviare all'indirizzo info@opinapoli.it)

Spett.le Presidente Ordine della Provincia di
Via..... CAP Città.....

GENERALITA DEL RICHIEDENTE

Lo Studio Associato
La Cooperativa
con sede a in via..... Il cui referente
è il Dott./Sig./ra
Il/La sottoscritto/a Libero/a Professionista/Titolare dello Studio Infermieristico Individuale Nome
e Cognome.....
Nato/a a ii
Residente a..... in via.....
Telefono Fax E-mail Partita IVA
.....
Iscritto all'Ordine di dal.....n°

CHIEDE IL NULLA OSTA ALLA PUBBLICITA SANITARIA

per il seguente intervento:

- > Esposizione targa pubblicitaria nel Comune di
- > Inserzione su elenchi telefonici e generali di categoria
- > Timbro
- > Siti Internet e posta elettronica
- > Periodici professionali/periodici di informazione/quotidiani Allega all'uopo:
il testo pubblicitario per il quale si richiede il nulla osta il fac simile inerente all'intervento
richiesto

Luogo__

Data__

Firma__

RUOLO DELL'ORDINE: PARERE SULLA PUBBLICITA' SANITARIA

Gli Ordini devono procedere in via disciplinare, anche su segnalazione della Federazione, nei confronti degli iscritti contravventori con ulteriore obbligo di segnalazione all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, anche in funzione di quanto definito dall'art. 48 del Codice Deontologico, in materia di pubblicità sanitaria