

Dicembre 2022

Posso fare pubblicità come terapeuta complementare?

La sede amministrativa dell'OmL TC riceve spesso domande in merito alla pubblicità dell'attività terapeutica: «Come posso fare pubblicità per l'apertura del mio ambulatorio?» «Esiste un regolamento ufficiale sulle attività pubblicitarie, come ad esempio per i medici?» «Posso offrire e pubblicizzare tariffe speciali, ad esempio prezzi vantaggiosi per gli studenti o pacchetti di trattamenti?»

In linea di principio, il/la terapeuta complementare può rendere noto il proprio ambulatorio o divulgare la professione di terapeuta complementare tramite comparse in pubblico e attività mediatiche. Devono tuttavia essere rispettate le leggi vigenti e ordinanze sanitarie cantonali, con eventuali disposizioni in materia di pubblicità per determinate categorie professionali.

In che misura è possibile fare pubblicità per la nostra attività?

A differenza dei medici e delle professioni contemplate nella legge federale sulle professioni sanitarie, per i terapeuti complementari non esistono disposizioni legali nazionali sulla pubblicità.

Le direttive valide per le professioni sanitarie rivestono tuttavia importanza anche per noi terapeuti complementari. **La presentazione della propria offerta e delle proprie qualifiche professionali deve pertanto avere un carattere prevalentemente informativo, ma anche oggettivo e proporzionale. Non deve essere né fuorviante, né invadente, né comparativa.**

I messaggi pubblicitari devono inoltre essere conformi al profilo professionale della TC, alla rispettiva identificazione del metodo e alle direttive etiche dell'OmL TC nonché dell'associazione professionale o del metodo. Questi documenti definiscono il quadro della nostra attività professionale e costituiscono anche la base per descrizioni oggettive della nostra professione e delle nostre attività a scopo di diffusione e di pubblicità.

Dove trovo ulteriori informazioni sul tema pubblicità?

Le associazioni professionali e del metodo forniscono ai loro soci promemoria contenenti direttive sulla pubblicità nonché informazioni e suggerimenti in materia di relazioni pubbliche.

A questo proposito, è opportuno evidenziare alcuni criteri:

- **fare pubblicità dichiarando «riconoscimento da parte della cassa malati» è fuorviante.** Occorre richiamare l'attenzione sul fatto che le prestazioni vengono rimborsate esclusivamente tramite una rispettiva assicurazione complementare e a condizioni che variano da assicuratore ad assicuratore.
- **Non è consentito fare pubblicità adducendo tariffe più basse per i clienti che pagano autonomamente.** Se un assicuratore dovesse venire a conoscenza di tale prassi, dal suo punto di vista concluderebbe giustamente che la tariffa reale è quella più bassa, ossia quella fatturata a coloro che non dispongono di un'assicurazione complementare. La tariffa più alta, fatturata soltanto alle persone assicurate, non è in quest'ottica giustificata ed è considerata una frode assicurativa.
- **Gli sconti** (ad es. «pacchetti di trattamenti» con un'offerta di 10 trattamenti al prezzo di 8) sono consentiti **solo nell'ambito della prevenzione** e **non** possono essere fatturati alla rubrica «malattia». Le prestazioni terapeutiche non possono essere scontate.
- Sono ammesse tariffe speciali, ad esempio per gli studenti o per i beneficiari di una rendita AVS, in quanto sia coloro che dispongono o no di un'assicurazione complementare beneficiano nella stessa misura di un prezzo di trattamento ridotto.