



Roma, 13/04/2023

Ufficio: DAR/DC
Protocollo: 202300004289/A.G.
Oggetto: **Comunicazione sanitaria su social media.**

Circolare n. 14378

Sito si
4.3
IFO si

AI PRESIDENTI DEGLI ORDINI
DEI FARMACISTI
e p.c. AI COMPONENTI IL COMITATO
CENTRALE DELLA F.O.F.I.
LORO SEDI

Comunicazione sanitaria su social media.

Sono giunte alla Federazione alcune segnalazioni di un'azienda titolare di AIC, in merito ad un fenomeno di crescente preoccupazione, che consiste nell'attività di comunicazione svolta sui social media (segnatamente su Tik Tok) da parte di soggetti che si presentano come iscritti all'Ordine dei Farmacisti e/o titolari di farmacia.

Nello specifico, tali soggetti esprimono valutazioni (anche negative) e dispensano consigli e raccomandazioni relativamente a medicinali, spesso individuati attraverso il marchio che li contraddistingue ed indipendentemente dal fatto che si tratti di farmaci da banco o farmaci soggetti a prescrizione medica.

In proposito, si rammenta che, a norma del Codice deontologico, il farmacista, nell'attività di dispensazione, consiglio e consulenza professionale, è tenuto a garantire un'informazione sanitaria chiara, corretta e completa, con particolare riferimento all'uso appropriato dei medicinali, alle loro controindicazioni e interazioni, agli effetti collaterali e alla loro conservazione (art. 15 del Cod. deontologico).

Inoltre, si richiama l'attenzione su fatto che, ai sensi dell'art. 118 del D.Lgs. 219/2006, nessuna pubblicità di medicinali presso il pubblico può essere effettuata senza autorizzazione del Ministero della salute, ad eccezione:

- a) delle inserzioni pubblicitarie sulla stampa quotidiana o periodica e sulle pagine web che si limitano a riprodurre integralmente e senza modifiche le indicazioni, le controindicazioni, le opportune precauzioni d'impiego, le interazioni, le avvertenze speciali, gli effetti indesiderati descritti nel foglio illustrativo, con l'eventuale aggiunta di una fotografia o di una rappresentazione grafica dell'imballaggio esterno o del confezionamento primario del medicinale;
- b) delle fotografie o rappresentazioni grafiche dell'imballaggio esterno o del confezionamento primario dei medicinali apposte sui siti internet autorizzati e sui cartelli dei prezzi di vendita al pubblico e degli eventuali sconti praticati esposti da coloro che svolgono attività di fornitura al pubblico, limitatamente ai farmaci OTC e SOP.

È vietata la pubblicità presso il pubblico dei medicinali che possono essere forniti soltanto dietro presentazione di ricetta medica o che contengono sostanze psicotrope o stupefacenti; in deroga a tale divieto, il Ministero della salute può autorizzare campagne di vaccinazione promosse da imprese farmaceutiche (art. 115, c. 2, del D. Lgs. n. 219/2006).

È vietata anche la pubblicità presso il pubblico di medicinali, la cui dispensazione grava, anche se non totalmente, sul Servizio sanitario nazionale, nonché dei medicinali galenici preparati in farmacia (magistrali e officinali) o destinati alle prove di ricerca e sviluppo, nonché dei medicinali preparati industrialmente su richiesta scritta e non sollecitata del medico (art. 115, c. 4, del D. Lgs. n. 219/2006).

Da ultimo, si sottolinea che la pubblicità della professione di farmacista e l'informazione sanitaria, con qualunque mezzo diffuse, sono consentite nel rispetto dei principi di correttezza, veridicità, trasparenza e che le informazioni fornite non devono essere equivocate, ingannevoli o denigratorie. Esse devono essere funzionali all'oggetto e realizzate in modo consono alle esigenze di tutela della salute di cui la professione di farmacista è garante. Contestualmente all'attivazione della pubblicità, il farmacista è tenuto a trasmetterne il contenuto all'Ordine di appartenenza (art. 23, c. 1., del Cod. deontologico).

La pubblicità della farmacia, con qualunque mezzo diffusa, è consentita e libera nel rispetto dei principi di correttezza, veridicità e trasparenza e non deve essere equivoca, ingannevole o denigratoria a tutela e nell'interesse dei cittadini. Essa deve essere funzionale all'oggetto e realizzata in modo consono alle esigenze di salvaguardia della salute di cui la farmacia è presidio (art. 23, c. 4., del Cod. deontologico).

I Presidenti di ciascun Ordine sono invitati, dunque, a richiamare l'attenzione degli iscritti sulla necessità di rispettare scrupolosamente, a tutela della salute pubblica, la normativa vigente in materia.

IL SEGRETARIO
(Dr. Maurizio Pace)

IL PRESIDENTE
(Dr. Andrea Mandelli)