

# Regolamento in materia di pubblicità delle attività oggetto della professione di psicologo (prestazioni dirette e online)

Regolamento approvato dal Consiglio dell'Ordine degli Psicologi della Toscana con delibera G/20 in data 26 marzo 2011  
e modificato con delibera G/32 in data 21 maggio 2011 e con delibera G/101 del 03/12/2011

## Art. I - Definizione e finalità della pubblicità

La pubblicità delle attività psicologiche consta in qualsiasi forma di messaggio, in qualsiasi modo diffuso, con lo scopo di promuovere la prestazione di servizi professionali in forma singola o associata.

La pubblicità delle attività psicologiche informativa va intesa e realizzata come servizio per la collettività e deve pertanto contribuire alla corretta informazione circa i diversi settori di impiego della psicologia, circa la varietà delle discipline e delle tecniche psicologiche adoperate e circa le competenze specifiche dei professionisti psicologi. In tale prospettiva, dagli psicologi iscritti all'Ordine degli Psicologi della Toscana, può essere svolta esclusivamente pubblicità informativa circa i *titoli* e le *specializzazioni* professionali, le *caratteristiche* del servizio offerto, nonché il *prezzo* ed i *costi* complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio, in un'ottica di servizio alla collettività, il cui rispetto è verificato dal Consiglio dell'Ordine che vigila sul territorio in cui si intende effettuare l'attività pubblicitaria. Il messaggio deve essere formulato nel rispetto del decoro professionale, conformemente ai criteri della serietà scientifica ed alla tutela dell'immagine della professione ai sensi degli artt. 2, 8, 38, 39, 40 del Codice Deontologico degli Psicologi.

Tale disposizione è estesa a qualunque forma sia individuale che collettiva, in cui viene prestata l'attività professionale.

## Art. II - Ambiti dell'attività professionale

I criteri che regolamentano la pubblicità professionale dello psicologo si articolano in riferimento a due distinti ambiti di competenze professionali: sanitario e non sanitario.

Le attività sanitarie, che comprendono anche tutte le attività psicoterapeutiche, si sostanziano nelle prestazioni psicologiche esenti dall'Imposta sul Valore Aggiunto (IVA), così come disposto dall' art. 10, comma 18 del DPR 633/1972, e devono essere pubblicizzate in ambiti sanitari.

Tale limitazione non vige per la pubblicità diffusa attraverso mezzi di comunicazione di massa (tv, radio, stampa, internet): in tali casi è però necessario che la collocazione e la contestualizzazione del messaggio pubblicitario rispettino il principio della dignità e del decoro della professione (come indicato dall'art. 40 del C.D.).

## Art. III – Disposizioni generali

1. Il presente regolamento si applica agli psicologi iscritti all'Ordine della Toscana, nonché agli psicologi che, iscritti ad Ordini di altre regioni italiane, operino sul territorio della Regione Toscana.

2. Il messaggio pubblicitario deve avere carattere informativo, non deve essere ingannevole, non deve essere comparativo e non deve essere suggestivo.

a) Con **pubblicità ingannevole** si intende qualsiasi pubblicità che, in qualunque modo, sia idonea a indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento e le loro scelte.

b) Con **pubblicità comparativa** si intende qualunque forma di pubblicità che ponga a confronto in modo esplicito o implicito uno o più concorrenti nelle prestazioni rispetto a quelle offerte da chi si fa pubblicità.

c) Con **pubblicità suggestiva** si intende il ricorso ad espressioni capaci di indurre il cittadino verso false aspettative e credenze riguardo gli esiti delle attività professionali, ovvero l'esaltazione delle proprie capacità professionali o delle tecniche impiegate al fine di indurre esigenze nell'utente o di prospettare obiettivi che

travalicino quelli propri della prestazione professionale psicologica così come indicato dall'art. 5 comma 1 del C.D.

3. Non è ammessa la pubblicazione di notizie che siano lesive della dignità e del decoro della professione psicologica o comunque eticamente disdicevoli, così come indicato dall'art. 40 del C.D. Sono da intendersi lesive del decoro le comunicazioni che tendono a svilire l'immagine della categoria professionale come ad esempio:

- a) comunicazioni che puntano esplicitamente al prezzo come principale leva competitiva rispetto alla concorrenza;
- b) comunicazioni riferite ad aspetti della vita personale, fatto salvo ciò che attiene al percorso formativo e lavorativo.

4. Se il messaggio pubblicitario contiene riferimenti e descrizioni delle tecniche impiegate o dei setting di riferimento, in osservanza del principio di veridicità, è necessario che l'informazione fornita sia compiuta ed esaustiva e non escluda i limiti delle metodiche impiegate e l'esistenza di alternative possibili.

5. Le rubriche di pareri psicologici sui mezzi di comunicazione di massa (ad esempio quotidiani, periodici, radio, tv e internet) non possono in alcun modo essere finalizzate al procacciamento esplicito della clientela o alla pubblicizzazione della propria attività e devono essere condotte in ossequio al C.D., in particolare per quanto previsto dall'art. 7.

6. Il presente regolamento distingue le norme per le prestazioni sanitarie e per le prestazioni non sanitarie. Laddove s'intenda divulgare un messaggio pubblicitario che comprenda sia le prestazioni sanitarie che quelle non sanitarie, ci si dovrà attenere a quanto espressamente previsto per le prestazioni sanitarie.

7. È **consentita** la pubblicità attraverso mezzi di comunicazione di massa (tv, radio, stampa, internet) purché in ossequio al principio della dignità e del decoro della professione (come indicato dall'art. 40 del C.D.); mentre **non è consentita** la pubblicità mediante:

- a) targhe luminose;
- b) cartelloni (qualora il luogo di esposizione/affissione non sia coerente, pertinente o opportuno rispetto al contenuto);
- c) striscioni pubblicitari, sponsorizzazioni e testimonial (nel caso di pubblicità sanitaria);
- d) banner e pop-up;
- e) visite a domicilio a scopo promozionale;
- f) la diffusione del messaggio tramite attività di volantinaggio;
- g) e-mail, telefonate, telefax; lettere, stampe o dépliant diffusi in maniera massiva ossia ad una pluralità di destinatari indistinti ed indiscriminati.

#### **Art. IV - Contenuti obbligatori**

La pubblicità delle attività professionali degli iscritti all'Albo deve contenere le seguenti informazioni:

1. Nome, cognome;
2. Residenza o domicilio o sede legale;
3. Il titolo professionale: Psicologo o Dottore in tecniche psicologiche (per i contesti sociali, organizzativi e del lavoro/per i servizi alla persona e alla comunità);
4. L'Ordine professionale presso cui il professionista è iscritto e il numero di iscrizione.

#### **Art. V – Contenuti facoltativi: requisiti**

In ossequio ai principi di veridicità, decoro della professione e carattere informativo della pubblicità, i contenuti del messaggio pubblicitario devono rispondere ai requisiti illustrati nei seguenti punti:

1. **Titoli di studio conseguiti** (non è quindi consentita l'indicazione di titoli in corso di conseguimento e non sono consentite abbreviazioni che possano indurre in equivoco).  
Possono essere menzionati quali titoli di studio esclusivamente:

- a) Titoli di laurea come “Dottore in scienze e tecniche psicologiche” e di laurea specialistica o magistrale o quinquennale come “Dottore magistrale in psicologia”<sup>1</sup> con l’eventuale menzione dell’indirizzo del Corso di Laurea e della Facoltà in cui è stato conseguito il titolo.
- b) Titoli di specializzazione conseguiti come “Specialista in psicoterapia” o “Psicoterapeuta” con l’eventuale menzione del corso che ha rilasciato il titolo (ad esempio “*Psicoterapeuta. Titolo conseguito presso il corso quadriennale in psicoterapia cognitivo-interattiva*” o “*Specialista in psicoterapia. Titolo conseguito presso il corso quadriennale in psicoterapia comparata*”). Tali diciture possono essere utilizzate anche dai possessori di riconoscimento dell’attività psicoterapeutica ottenuto dall’Ordine di appartenenza in base all’art. 35 della legge 56/1989.
- c) Titoli di formazione universitari post-lauream o post-lauream quinquennale o specialistica o magistrale come i corsi di perfezionamento scientifico o di altra formazione permanente e ricorrente come: “*Master universitario di primo livello in...*”, “*Master universitario di II livello in ...*” ai sensi della L. n 34/90, del DM 509/99 e del DM 270/04.
- d) Non è consentito l’uso di titoli conseguiti all’estero se non riconosciuti dallo Stato italiano.

## 2. Titoli accademici conseguiti e di carriera

Parimenti possono essere menzionati quali titoli di carriera o accademici (senza abbreviazioni che possano indurre in equivoco) esclusivamente:

- a) i titoli in campo psicologico conseguiti presso pubbliche amministrazioni, ad esempio “*Psicologo dirigente*”;
- b) titoli conseguiti nel settore accademico, ad esempio “*Professore ordinario*” o “*Professore associato*”, “*Ricercatore*”, “*Dottore di ricerca*” o “*Professore a contratto*”;
- c) titoli nell’ambito professionale, come ad esempio “*Direttore del personale*”, “*Responsabile delle risorse umane*”;
- d) non è consentito l’uso di titoli conseguiti all’estero se non riconosciuti dallo Stato italiano.

## 3. Prezzi delle prestazioni

Se nella pubblicità vengono indicati i costi complessivi delle prestazioni offerte, la misura del compenso indicato deve essere adeguata all’importanza dell’opera ed al decoro della professione secondo i principi dettati dal Codice Deontologico degli Psicologi Italiani.

## 4. Caratteristiche del servizio

Le caratteristiche del servizio offerto devono essere descritte in osservanza degli artt. I, II e III del presente Regolamento.

Al fine di garantire una maggiore trasparenza nei confronti del cittadino, oltre alla nomenclatura delle prestazioni professionali contenuta nel Tariffario del Testo unico della tariffa professionale degli Psicologi, l’iscritto alla sezione A dell’albo, può fare uso delle definizioni proprie delle aree di competenza sanitaria e non sanitaria, coerentemente con i titoli di studio, accademici e di carriera conseguiti.

Sono naturalmente ammesse tutte le descrizioni esplicative e le specificazioni che il professionista ritenga utili ad informare compiutamente l’utenza.

Al fine di specificare le caratteristiche del servizio offerto per una maggiore trasparenza nei confronti del cittadino, l’iscritto alla sezione B dell’albo, può citare i settori specifici nei quali esercita la professione, cioè “Settore delle tecniche psicologiche per i contesti sociali, organizzativi e del lavoro” e/o “Settore delle tecniche psicologiche per i servizi alla persona e alla comunità” e le attività professionali di cui all’articolo 3, comma 1- quiquies della L. 170/03.

## Art. VI - Associazioni di professionisti

1. Le disposizioni degli articoli I, II, III si applicano anche alle associazioni tra professionisti in qualsiasi forma costituite.
2. I messaggi pubblicitari di associazioni tra professionisti possono riportare le diciture riferite al nome e al tipo di associazione, così come previste dallo statuto della medesima, sempre che tali diciture non rechino danno al decoro e alla dignità della professione.

---

<sup>1</sup> I possessori di laurea magistrale (D.M.509/99) o di laurea quinquennale in psicologia (ordinamenti previgenti al D.M. 509/99) possono in alternativa utilizzare il titolo di “dottore in psicologia”.

3. Le diciture riferite al nome e al tipo di associazione possono contenere riferimenti a trattamenti psicoterapeutici solo nel caso in cui tra i professionisti associati ci sia almeno uno psicologo psicoterapeuta responsabile della prestazione.

4. Prima o dopo le diciture riferite al nome e al tipo di associazione, i messaggi pubblicitari di associazioni tra professionisti devono contenere i contenuti obbligatori di cui all'art. V per ogni singolo professionista associato, con la possibilità di usare le altre qualifiche e locuzioni e titoli secondo quanto disposto dal presente Regolamento.

#### **Art. VII – Eventuali collaborazioni tra professionisti**

Eventuali collaborazioni tra Psicologi e figure professionali diverse dovranno essere presentate conformemente ai criteri del rigore scientifico e della tutela dell'immagine professionale (ai sensi degli artt. 2, 8, 38, 39, 40 del C.D. degli psicologi italiani).

#### **Art. VIII - Siti web**

1. Con sito professionale si intende un sito web destinato alla promozione della propria attività lavorativa svolta stabilmente a fini di lucro. La gestione del sito professionale deve essere garantita nel rispetto del C.D., in particolare per quanto dispone l'art. 40 comma 2: *“Può essere svolta pubblicità informativa circa i titoli, le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto, nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio. (...) Il messaggio deve essere formulato nel rispetto del decoro professionale, conformemente ai criteri di serietà scientifica e alla tutela dell'immagine della professione”*.

2. Le prestazioni psicologiche offerte on-line sono da ritenersi a tutti gli effetti attività professionali. Ad eccezione dell'attività psicoterapeutica e della consulenza psicodiagnostica (non conformi, se effettuate tramite Internet, ai principi espressi negli articoli 6, 7 e 11 del Codice deontologico degli Psicologi Italiani, cfr. delibera Ordine Psicologi della Toscana G/256 – 2002) è consentito al titolare del sito web fornire per suo tramite prestazioni psicologiche a condizione che:

- a) l'utente possa verificarne l'identità, il domicilio e l'iscrizione all'Albo;
- b) l'utente sia compiutamente informato sui titoli professionali e le competenze dello psicologo;
- c) le prestazioni siano fornite nel pieno rispetto del Codice per la protezione dei dati personali (D. lgs. 30-06-03, n° 196).

3. Al titolare del sito web è consentita la vendita di materiale, solo se coerente con la professione e di proprietà dello stesso.

4. E' vietato l'utilizzo di testimonial.

5. E' consentita pubblicità di terzi sul proprio sito professionale solo se coerente ai contenuti del sito in oggetto. Il titolare del sito è responsabile diretto per eventuali messaggi non coerenti.

6. E' vietato predisporre collegamenti esterni con esplicite finalità commerciali riguardo a beni e servizi non coerenti con l'attività professionale.

7. Lo psicologo è tenuto a informare l'Ordine degli Psicologi della Toscana circa la pubblicazione on line di siti web professionali entro trenta giorni, comunicandone l'indirizzo Internet.

8. Il Consiglio si riserva di verificare l'aderenza del sito al presente Regolamento e agli articoli del C.D.

9. Nei siti personali è possibile pubblicare, in forma non lesiva della dignità e del decoro professionale, tutto ciò che attiene alla sfera privata dell'individuo senza fornire contenuti e strumenti che siano di competenza professionale psicologica.

#### **Art. IX – Dichiarazione di conformità e prassi amministrativa**

Per qualunque forma di pubblicità delle attività professionali svolte sul territorio della regione è possibile, ma non obbligatorio, richiedere una preventiva dichiarazione di conformità alle norme vigenti rilasciata dall'Ordine degli Psicologi della Toscana.

A tale fine, il professionista inoltra una dichiarazione in carta libera all'Ordine degli Psicologi in cui esplicita la propria volontà di diffondere un messaggio pubblicitario rispondente ai requisiti di trasparenza e veridicità, nelle forme e nei modi previsti dal presente Regolamento e previa verifica da parte dell'Ordine. La dichiarazione deve essere corredata dalla descrizione dettagliata del contenuto, dei mezzi, delle caratteristiche estetiche, dell'ubicazione fisica o indirizzo telematico, oltre che dalla documentazione (certificazioni originali o dichiarazioni sostitutive di atto notorio) dei titoli di studio, accademici e di carriera conseguiti ed eventualmente impiegati nel messaggio pubblicitario, a meno che tale documentazione non sia già depositata in atti nel fascicolo personale dell'iscritto. La domanda deve essere inoltre corredata da dichiarazioni curriculari in cui l'iscritto descriva compiutamente le qualifiche e l'esperienza maturata in merito alle competenze professionali specifiche citate e descritte nel messaggio pubblicitario.

L'Ordine degli Psicologi provvede al rilascio entro sessanta giorni. Trascorsi sessanta giorni dalla presentazione della domanda senza che il Consiglio abbia rilasciato la dichiarazione di conformità o abbia chiesto ulteriore documentazione, la dichiarazione di conformità si intende tacitamente rilasciata.

Una nuova dichiarazione di conformità può essere richiesta nel caso di modifiche sostanziali al testo originario della pubblicità.

Per quei comuni che ancora rilasciano l'autorizzazione per la pubblicità sanitaria (targhe e inserzioni) è possibile richiedere all'Ordine degli Psicologi il necessario nulla osta.

#### **Art. X - Disposizioni varie**

1. Non costituiscono oggetto del presente Regolamento le informazioni inviate direttamente a colleghi, a medici, a dirigenti scolastici e a dirigenti aziendali al fine di presentare il proprio curriculum professionale, la propria attività o progetti specifici purché tale informazioni, complete di tutti i dati necessari a identificare il professionista che le trasmette, siano indirizzate nominativamente ai destinatari sopra identificati.

2. Non è considerata pubblicità l'intestazione sui biglietti da visita o carta intestata. I contenuti e le caratteristiche delle diciture che il professionista impiega per la propria carta intestata o biglietti da visita devono comunque essere conformi a quanto previsto dal presente Regolamento.

#### **Art. XI - Situazioni di abuso e sanzioni disciplinari**

Per le situazioni di abuso pubblicitario si applica l'articolo 26 della L. 18 febbraio 1989, n. 56 e il Codice Deontologico degli Psicologi.