

Luna aprilie a adus în prim-plan modificări ale Codului de deontologie medicală al Colegiului Medicilor din România, care vizează aspecte legate de **concurența profesională** și **utilizarea mijloacelor de publicitate**, precum și modificări ale Deciziei Consiliului național al Colegiului Medicilor din România nr. 20/2025, privind condițiile de desfășurare a publicității de către cabinetele și unitățile medicale.

Modificările Codului de deontologie medicală al Colegiului Medicilor din România au fost adoptate prin Hotărârea nr. 3/2026 pentru modificarea Codului de deontologie medicală al Colegiului Medicilor din România, adoptat prin Hotărârea Adunării generale naționale a Colegiului Medicilor din România nr. 2/2025 și reflectă preocuparea constantă pentru adaptarea regulilor de conduită profesională la realitățile actuale din domeniul medical. Acestea au fost publicate în Monitorul Oficial nr. 275 din data de 6 aprilie 2026 și produc efecte începând cu data publicării. Aceste modificări vizează art. 41 și art. 43 din Codul de deontologie medicală al Colegiului Medicilor din România.

Decizia nr. 20/2025 privind condițiile de desfășurare a publicității de către cabinetele și unitățile medicale a fost modificată prin Decizia nr. 14/2026 a Consiliului național al Colegiului Medicilor din România și a fost publicată în Monitorul Oficial, Partea I nr. 365 din 30 aprilie 2026 și produce efecte de la această dată.

Amendamente aduse Codului de deontologie medicală al Colegiului Medicilor din România

Art. 41 Concurența profesională

Acest articol reglementează interzicerea oricăror conduite în exercitarea profesiei medicale sau în legătură cu aceasta care contravin uzanțelor cinstite și principiului bunei-credințe, afectează demnitatea profesiei și și care produc sau sunt susceptibile să producă prejudicii altor medici și/sau pacienților, cum ar fi:

- a) deturnarea sau tentativa de deturnare a pacienților unui alt medic, prin utilizarea unor informații cunoscute ca fiind secrete comerciale sau confidentiale, a căror divulgare poate prejudicia semnificativ interesele acestuia;

Utilizarea unor informații cunoscute ca fiind secrete comerciale sau confidentiale poate include, cu titlu de exemplu (fără a se limita la acestea), obținerea și utilizarea listelor de pacienți, a unor date interne sau a altor informații profesionale sensibile, în scopul contactării directe a pacienților și al determinării acestora să își schimbe medicul.

- b) discreditarea activității unui alt medic sau a serviciilor acestuia, prin acțiuni care urmăresc afectarea reputației sau a credibilității profesionale, prin alte mijloace decât cele prevăzute la lit. a);

Prevederea interzice orice acțiuni prin care un medic încearcă să afecteze reputația sau credibilitatea profesională a unui alt medic ori a serviciilor acestuia, prin mijloace neloiale sau denigratoare (altele decât cele privind folosirea informațiilor încadrate ca fiind secrete comerciale sau confidentiale). De exemplu, ar putea intra aici situații precum: comentarii denigratoare despre un medic în fața pacienților sau a altor persoane, răspândirea de informații neadevărate sau prezentarea intenționat negativă a activității acestuia, în afara unui cadru profesional justificat.



E • A • E • L

Epure&Lohmann SCA

A: Str. Ion Ghica nr. 4, et. 3, sector 3,
cod 030046 Bucuresti / Romania

M: +40 747 409171

alexandra.epure@anwaltskanzlei.ro

www.anwaltskanzlei.ro

c) perceperea unor tarife stabilite în mod neautonom, pe baza unor înțelegeri sau practici nedeontologice cu caracter înșelător, ori utilizarea acestora pentru a induce în eroare pacientul privind natura, necesitatea sau complexitatea actului medical, contrar independenței profesionale și onestității față de pacient;

Prevederea se referă la situațiile în care tarifele medicale nu sunt stabilite în mod independent de medic, ci sunt influențate de înțelegeri contrare eticii sau utilizate într-un mod care poate induce pacientul în eroare. De exemplu, pot fi avute în vedere situații precum stabilirea unor prețuri în urma unor înțelegeri informale cu alți medici sau cu alte unități medicale, prezentarea unor tarife sau pachete de servicii într-un mod care sugerează în mod eronat o complexitate sau o necesitate mai mare a actului medical decât cea reală, precum și alte situații similare, fără ca aceste exemple să fie limitative.

d) atragerea pacienților prin oferirea de avantaje materiale sub orice formă, atunci când acestea au ca scop sau efect stimularea unor acte medicale nejustificate ori influențarea deciziei pacientului prin mijloace contrare eticii profesionale și practicii medicale bazate pe dovezi;

Pe scurt, este interzis ca pacienții să fie „atrași” sau influențați să accepte consultații sau intervenții medicale nejustificate prin cadouri, reduceri sau alte beneficii materiale care nu au legătură cu nevoile medicale reale.

e) determinarea pacienților să se adreseze unei anumite unități medicale sau unui anumit medic prin presiune, publicitate mascată ori înșelătoare sau prin alte practici interzise de legislația privind publicitatea și protecția consumatorului;

Pe scurt, prevederea vizează situațiile în care alegerea pacientului nu este una liberă și informată, ci este influențată prin mijloace neloiale. Acest lucru poate însemna, cu caracter exemplificativ, promovarea indirectă a unui medic sau a unei unități medicale fără transparență (publicitate mascată), prezentarea exagerată sau denaturată a serviciilor medicale ori exercitarea unei forme de presiune asupra pacientului pentru a-l determina să aleagă o anumită unitate medicală sau un anumit medic. Scopul este protejarea deciziei autonome a pacientului și evitarea practicilor care pot afecta corectitudinea informării acestuia.

f) oferirea de avantaje materiale unei persoane fizice sau juridice în scopul atragerii pacienților;

Pe scurt, prevederea interzice plata sau recompensarea altor persoane ori entități pentru a direcționa pacienți către un anumit medic sau o anumită unitate medicală. De exemplu, ar intra aici situații precum oferirea de comisioane, bonusuri sau alte beneficii unei persoane sau unei unități medicale pentru a recomanda sau trimite pacienți, indiferent de forma în care aceste avantaje sunt acordate.



E • A • E • L

Epure&Lohmann SCA

A: Str. Ion Ghica nr. 4, et. 3, sector 3,
cod 030046 Bucuresti / Romania

M: +40 747 409171

alexandra.epure@anwaltskanzlei.ro

www.anwaltskanzlei.ro

g) racolarea personalului instruit, prin mijloace nedeontologice (de exemplu, prin folosirea fără drept a informațiilor confidențiale sau secretelor comerciale), fără a aduce atingere libertății individuale a persoanei de a-și alege locul de muncă;

Această prevedere sancționează practicile contrare eticii, care îmbracă forma concurenței neloiale. De exemplu, ar putea fi încadrată aici situația când o unitate medicală folosește documente interne obținute ilegal pentru a atrage medici, asistente și personal specializat de la concurență. Cu toate acestea, angajații au dreptul legal de a-și schimba locul de muncă. Angajatorii trebuie să respecte regulile de etică și confidențialitate în procesul de recrutare.

h) implicarea în acorduri sau colaborări cu alți medici, farmaciști ori personal medical care pot limita independența profesională a medicilor sau pot afecta drepturile pacienților;

Aceste practici ar putea viza, de exemplu, situații în care medicii trimit pacienții doar la anumite farmacii pentru beneficii, sunt presați să prescrie anumite medicamente sau limitează accesul pacienților la alte opinii medicale, fără a se limita însă doar la acestea.

i) orice formă de reclamă comparativă înșelătoare, denigratoare sau nefundamentată științific;

Sunt sancționate practicile care ar putea induce în eroare publicul sau ar putea afecta imaginea altor profesioniști.

h) orice alte acțiuni sau fapte realizate prin mijloace ilegale sau frauduloase, considerate de lege sau de autoritățile competente ca fiind contrare practicilor corecte și principiului bunei-credințe, care produc sau pot produce prejudicii altor medici ori pacienților.

De exemplu, pot fi vizate situații în care sunt falsificate documente medicale, sunt obținute beneficii prin fraudă sau sunt utilizate practici ilegale în relația cu pacienții ori cu alți medici, fără a se limita însă doar la aceste cazuri.

Prevederile permit desfășurarea de activități gratuite sau voluntariat exclusiv în scopuri filantropice, cu condiția ca acestea să nu fie utilizate pentru atragerea pacienților sau pentru obținerea de avantaje financiare în detrimentul altor profesioniști.

De asemenea, se interzice utilizarea funcției sau a mandatului deținut pentru atragerea pacienților. În același sens, exercitarea unei funcții publice trebuie să respecte imparțialitatea, echitatea și demnitatea profesională, fără a fi folosită ca instrument de promovare personală în scopuri medicale sau comerciale.

Totodată, medicului îi este interzis să își folosească autoritatea profesională pentru a influența decizia pacientului prin reduceri, beneficii sau alte avantaje oferite de terți, în special atunci când aceste practici sunt înșelătoare, determină recurgerea nejustificată la acte medicale, restricționează alegerea pacientului sau afectează informarea sa liberă și corectă.



E • A • E • L

Epure&Lohmann SCA

A: Str. Ion Ghica nr. 4, et. 3, sector 3,
cod 030046 Bucuresti / Romania

M: +40 747 409171

alexandra.epure@anwaltskanzlei.ro

www.anwaltskanzlei.ro

Art. 43 Publicitatea profesională

Noile prevederi privind publicitatea în domeniul medical oferă un cadru mai clar pentru modul în care medicii și unitățile medicale își pot promova activitatea. Acestea prevăd utilizarea unor instrumente moderne de comunicare și promovare, inclusiv în mediul online, cu respectarea demnității profesiei medicale și a interesului public privind sănătatea.

Ce forme de publicitate sunt permise pentru medici și unități medicale

Conform noilor reglementări, medicii și unitățile medicale pot utiliza mai multe mijloace de promovare și informare profesională, atât în mediul fizic, cât și online.

Elemente de prezentare și identificare

Sunt permise utilizarea: firmei; siglei sau logoului; corespondenței profesionale; cărților de vizită profesionale. Acestea au rolul de a identifica și prezenta activitatea medicală într-un mod clar și profesionist.

Prezența online și promovarea digitală

Medicii și unitățile medicale pot deține: pagini de internet; pagini în rețelele de socializare;

Reclamele online sunt permise în măsura în care respectă prevederile Codului deontologic și regulile stabilite de Colegiul Medicilor din România, prin Decizia nr. 20/2025.

Participarea la evenimente și activități științifice

Este permisă participarea medicilor la: congrese; simpozioane; evenimente; emisiuni TV/radio/online; alte evenimente medicale; cursuri și forme de pregătire profesională; publicarea de studii, articole și lucrări științifice.

Aceste activități este necesar să aibă scopul furnizării de informații medicale și/sau al schimbului de experiență și opinii științifice în beneficiul pacienților și al sănătății publice;

Materiale informative pentru pacienți

Reglementările permit distribuirea de: broșuri; pliante informative,

Acestea pot fi utilizate cu scopul promovării serviciilor medicale și al educării pacienților privind importanța actului medical și prevenției.



E • A • E • L

Epure&Lohmann SCA

A: Str. Ion Ghica nr. 4, et. 3, sector 3,
cod 030046 Bucuresti / Romania

M: +40 747 409171

alexandra.epure@anwaltskanzlei.ro

www.anwaltskanzlei.ro

Publicitatea stradală

Publicitatea stradală este permisă exclusiv în scop informativ și de orientare a pacienților, având rolul de a facilita identificarea localizării și a serviciilor medicale oferite. Aceasta trebuie să respecte limitele și condițiile prevăzute de lege, să nu exercite presiuni comerciale asupra pacienților și să nu inducă în eroare cu privire la serviciile medicale promovate.

Totodată, mesajele și modalitatea de prezentare trebuie să păstreze demnitatea profesiei medicale și să aibă un caracter proporțional, adecvat scopului de informare corectă a publicului.

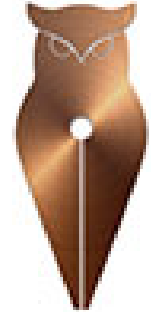
Firma unității medicale trebuie afișată atât la sediul principal, cât și la punctele de lucru, iar aceasta poate include denumirea formei de exercitare a profesiei, numele medicului, specialitățile și competențele medicale, precum și titlurile profesionale și academice.

Amendamente aduse Deciziei nr. 20/2025 privind condițiile de desfășurare a publicității de către cabinetele și unitățile medicale

Art. 5 Publicitatea activităților și serviciilor medicale

Publicitatea activităților și serviciilor medicale trebuie să respecte următoarele condiții:

- să respecte drepturile pacienților;
- să nu afecteze independența profesională a medicului;
- să nu conțină comparații neobiective, neverificabile, înșelătoare sau denigratoare;
- să fie clară, corectă, transparentă și lipsită de ambiguități sau afirmații înșelătoare;
- să nu promită rezultate nerealiste sau vindecări garantate;
- să respecte demnitatea profesiei și să evite comparațiile defăimătoare;
- să se bazeze pe dovezi științifice și să nu promoveze mesaje conspiraționiste;
- să nu încurajeze acordarea serviciilor medicale suplimentare, fără beneficii clinice reale;
- să respecte secretul profesional;
- să nu conțină informațiile, inclusiv video/audio, ale persoanelor aflate sub tratament în unitățile de asistență medicală, fără consimțământul persoanelor în cauză;
- să nu conțină date cu caracter personal privind starea de sănătate a persoanelor, fără consimțământul acestora;
- să respecte legislația și normele deontologice privind profesia medicală, concurența loială și reglementările privind publicitatea.



E • A • E • L

Epure&Lohmann SCA

A: Str. Ion Ghica nr. 4, et. 3, sector 3,
cod 030046 Bucuresti / Romania

M: +40 747 409171

alexandra.epure@anwaltskanzlei.ro

www.anwaltskanzlei.ro

Art. 6 și art. 7 din Decizia 20/2025, astfel cum au fost modificate, prevăd măsuri pentru a preveni utilizarea autorității profesionale a medicului, în influențarea deciziilor pacienților.

Astfel, unitatea medicală nu poate lega imaginea medicului de acordarea de reduceri, facilități financiare sau alte beneficii materiale și nu va folosi numele, funcția sau declarațiile medicului în scop publicitar, cu excepția activităților de informare a populației și de prezentare a activității profesionale.

Acordarea de reduceri, facilități financiare sau alte avantaje materiale este permisă doar dacă acestea nu sunt asociate cu imaginea medicului și nu sunt utilizate în contexte care pot afecta independența profesională sau care ar putea determina efectuarea unor acte medicale nejustificate ori influențarea deciziei pacientului, în sensul limitării unei alegeri libere și informate, contrar eticii profesionale și practicii medicale bazate pe dovezi.

Practic, se permite oferirea de reduceri sau beneficii, dar fără a folosi imaginea medicului pentru promovare și fără ca aceste avantaje să influențeze deciziile medicale ale pacienților sau să ducă la tratamente inutile. Scopul este protejarea independenței medicului și a libertății reale de decizie a pacientului.

Articolul 8 are rolul de a aduce clarificări suplimentare față de art. 43 din Codul de deontologie medicală al Colegiului Medicilor din România, oferind o clasificare a mijloacelor de publicitate în funcție de caracterul lor obligatoriu sau opțional. De asemenea, acesta detaliază modalitatea concretă în care pot fi utilizate aceste mijloace, precum și condițiile și limitele care trebuie respectate în utilizarea lor, pentru a asigura o informare corectă a publicului și respectarea normelor deontologice ale profesiei medicale.

Astfel, principalele mijloace de publicitate sunt:

A. Mijloace de publicitate obligatorii:

- **Firma** se afișează la sediul principal și secundar, conține denumirea unității medicale și adresele sediilor. Este necesar să respecte regulile de amplasare prevăzute de Legea nr. 185/2013;
- **Corespondența profesională** include număr de telefon și e-mail, indică sediul principal și, după caz, sediile secundare.

B. Mijloacele de publicitate opționale:

- **Siglă/logo;**
- **Online** - website și rețele sociale, cu scop strict informativ;
- **Activitate științifică** - participare la conferințe medicale și publicare de lucrări științifice, în scopul furnizării de informații medicale și/sau al schimbului de experiență și opinii susținute științific în beneficiul pacienților și al sănătății publice;



E • A • E • L

Epure&Lohmann SCA

A: Str. Ion Ghica nr. 4, et. 3, sector 3,
cod 030046 Bucuresti / Romania

M: +40 747 409171

alexandra.epure@anwaltskanzlei.ro

www.anwaltskanzlei.ro

- **Publicitatea online** trebuie să respecte Codul de deontologie medicală și legislația în vigoare, iar informațiile trebuie să fie reale, verificabile și relevante, fără inducerea în eroare a pacienților. Totodată, este interzisă obligarea medicilor sau pacienților de a-și asocia imaginea/vocea cu publicitatea în scop comercial sau financiar;
- **Publicitate audiovizuală** (radio, televiziune);
- **Broșuri și pliante**, utilizate pentru promovarea serviciilor medicale, care pot include și informații privind importanța actului medical pentru sănătatea pacientului și a publicului;
- **Publicitate stradală** este permisă doar în proximitatea unității medicale, până la 500 m, are scop strict informativ (localizare și servicii oferite) și aceasta trebuie să nu exercite presiune asupra pacienților, să nu inducă în eroare și să respecte demnitatea profesiei medicale și să fie adecvată scopului de informare și protecție a sănătății publice;
- **Publicitate în incinta unității medicale**, realizată prin mijloace audio-video interne.

Într-un context în care comunicarea medicală și promovarea serviciilor de sănătate sunt tot mai prezente în mediul digital și în spațiul public, modificările adoptate de Colegiul Medicilor din România marchează un nou pas către clarificarea limitelor dintre informare, promovare și conduita profesională.

Noile reglementări urmăresc menținerea echilibrului între libertatea de comunicare a medicilor și obligația respectării principiilor etice specifice profesiei medicale, consolidând totodată protecția pacientului și încrederea publicului în actul medical. Medicii și unitățile medicale vor trebui să acorde o atenție sporită modului în care își desfășoară activitățile de promovare, pentru a se asigura că acestea rămân conforme atât cu normele deontologice, cât și cu noile condiții privind publicitatea medicală.



E • A • E • L

Epure&Lohmann SCA

A: Str. Ion Ghica nr. 4, et. 3, sector 3,
cod 030046 Bucuresti / Romania

M: +40 747 409171

alexandra.epure@anwaltskanzlei.ro

www.anwaltskanzlei.ro