

PUBLICITATEA SERVICIILOR MEDICALE

Conf. univ. dr. Rodica Diana APAN

Facultatea de Drept Cluj-Napoca
Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir” București

„Publicitarul pretinde că prezintă reclama ca pe o informație ca și cum ar putea fi numită informație o incitare directă și uneori agresivă la consumarea unui produs lăudat în detrimentul altuia care poate îl depășește calitativ.”

Alejo Carpentier, „Ritualul primăverii”

1. LIMINARII

Publicitatea pentru produse sau servicii și modalitatea în care acesta este realizată constituie o problemă cu multiple implicații sociale și economice. Scopul reglementărilor în materie de publicitate este și acela de a asigura protecția consumatorilor, dar și a concurenților, justificat de faptul că publicitatea poate să aducă atingere atât intereselor destinatarilor mesajului publicitar, cât și concurenților, ambele tipologii fiind protejate în calitate de persoane care pot fi prejudiciate de urmările acesteia¹. Condiția esențială pentru ca publicitatea să-și atingă scopul propus este existența pieței libere, deoarece

¹ Astfel cum rețin J. Calais-Auloy și F. Steinmetz, *Dorit de la consommation*, Editura 5, Dalloz, Paris, p. 126, „legislatorul și jurisprudența au intervenit pentru a moraliza publicitatea, atât în interesul concurenților, cât și în cel al consumatorilor”. În prezent, astfel cum reține aceeași doctrina, consumatorul a ajuns subiectul unei evidente „halucinații estetice”.

numai într-un astfel de cadru publicitatea devine o „armă a concurenței.”²

Finalitatea publicității o constituie atragerea, menținerea și augmentarea clientelei, în scopul promovării produselor și serviciilor, finalitate pentru care profesioniștii utilizează mijloace diversificate de prezentare a caracteristicilor produselor și serviciilor. Acestea pot contraveni principiului loialității și onestității în raporturile cu potențialii consumatori cu publicul în general. Comportamentul economic al consumatorului poate fi afectat, prin aceea că, produsul sau serviciul prezentat prin publicitate nu corespunde așteptărilor sale.³

Atenționarea consumatorului asupra produselor sau serviciilor, prin intermediul publicității, îmbracă la această dată metodele cele mai variate și originale de evidențiere a caracteristicilor produselor sau serviciilor, a prețului, a condițiilor economice și juridice de achiziționare și prestare, a identității celui care își face publicitate, dar este interzisă a se realiza prin utilizarea mijloacelor ilicite.

Asigurarea protecției drepturilor și intereselor economice ale potențialilor consumatori de produse și servicii a devenit un deziderat în atingerea căruia legislativul a instituit interdicții și cerințe restrictive asupra ansamblului de mijloace utilizate în prezentarea, prin publicitate, a produselor sau serviciilor⁴. Reglementările în materie de publicitate, au dobândit, pe considerentul legat de libera circulație a persoanelor, bunurilor și capitalurilor în Uniunea Europeană⁵, o dimensiune comunitară.

² În acest sens, a se vedea G. Lagneau, *La Sociologie de la publicité*, Paris, 1995, p. 7, citat în O. Căpățână, *Evoluția și organizarea publicității comerciale*, în „Revista de drept comercial”, nr. 10/1997, p. 5.

³ În acest sens cu privire la consecințele economice ale publicității a se vedea, A. Tamba, 2008, *Publicitatea comercială – o interpretare juridică a temei Dr. Jekyll – Mr. Hyde*; în „Revista română de drept al afacerilor”, nr. 2/2008, accesat pe idrept.

⁴ Reglementările în materie de publicitate cuprind dispoziții particulare pentru publicitatea destinată unei categorii speciale de consumatori, minorii, apreciindu-se că minorul este o țință specifică. În multe cazuri, copilul nu este numai destinatarul publicității, el este adesea și actorul, deci, presiunea comercială asupra copiilor este din ce în ce mai puternică, iar legiuitorul fiind prins între „ciocanul educativ” și „nicovală economică”. În acest sens a se vedea, Dejemeppe p., Laffineur J., 1997; „*Le statut juridique du consommateur mineur d'âge*”, C.D.C. Louvain-la-Neuve și în T. Bijmolt, W. Claassen, B. Brus, *Children's understanding of TV advertising: Effects of age, gender and parental influence*, în „Jurisclasseur Périodique”, 2/1998.

⁵ Numită în continuare UE.

Atragerea și fidelizarea clientelei este o provocare și pentru furnizorii de servicii medicale, iar în acest scop apelează la publicitate, costurile acesteia majorându-se substanțial în ultimii ani.⁶

2. SERVICIILE MEDICALE

2.1. Conceptele de „servicii medicale”, „prestatori de servicii medicale”, „pacient”

În accepțiunea Legii nr. 95 din 2006, privind reforma în domeniul sănătății⁷, serviciile medicale sunt definite în art. 221, alin. 2, lit. a, ca fiind acele servicii nominalizate în pachetele de servicii, furnizate de către anume persoanele fizice și juridice. Pachetul de servicii medicale poate să fie pachet de bază sau pachet minimal, ambele fiind definite de art. 221, alin. 1, lit. c și d și anume:

- pachetul de servicii de bază, se acordă asiguraților și cuprinde serviciile medicale, serviciile de îngrijire a sănătății, medicamentele, materialele sanitare, dispozitivele medicale și alte servicii la care au dreptul asigurații și se aprobă prin hotărâre a guvernului;
- pachetul minimal de servicii se acordă persoanelor care nu fac dovada calității de asigurat și cuprinde servicii de îngrijire a sănătății, medicamente și materiale sanitare numai în cazul urgențelor medico-chirurgicale și al bolilor cu potențial endemo-epidemic, monitorizarea evoluției sarcinii și a lăuzei, servicii de planificare familială, servicii de prevenție și îngrijiri de asistență medicală comunitară și se aprobă prin hotărâre a Guvernului;

Pe cale de consecință, serviciile medicale se clasifică prin raportare la tipologiile de pachete subsumate celor două definiții, indicate *ut supra*.

⁶ Astfel cum se reține în „Topul celor mai promovate clinici medicale. Vezi sumele cheltuite cu publicitatea”, în Daily Business.ro resursa online de afaceri, accesibilă la <http://www.dailybusiness.ro/stiri-media-marketing/topul-celor-mai-promovate-clinici-medicale-vezi-sumele-cheltuite-cu-publicitatea-91339/>, accesat la 15.01.2018.

⁷ Publicată în M.Of. nr. 372/14.04.2006, versiune consolidată la data de 30.12.2018, numită în continuare *Legea nr. 95 din 2006*.

2.2. Prestatorii de servicii medicale

Prestatorii de servicii sunt persoane fizice sau juridice, autorizate de Ministerul Sănătății pentru a furniza servicii medicale, medicamente și dispozitive medicale, servicii medicale, medicamente și dispozitive medicale, tehnologii și dispozitive asistive,⁸ conform prevederilor art. 221, alin. 2, lit. b., din același act normativ. Deci, serviciile medicale sunt acele servicii furnizate de către persoanele fizice și juridice, organizate în scopul exercitării profesiei medicale. Tipologiile de organizare a persoanelor fizice sau juridice în scopul prestării de servicii medicale⁹ includ următoarele:

(i) Spitalul

Spitalul este unul dintre principalii furnizori de servicii medicale care participă, în acord cu prevederile art. 163, alin. 5, din Legea nr. 95 din 2006, la asigurarea stării de sănătate a populației¹⁰. Dreptul la sănătate este un drept constituțional consfințit de art. 34 din legea fundamentală¹¹. Spitalul, în accepțiunea Legii nr. 95 din 2006, art. 163, alin. 1, 2 și 3 este unitatea sanitară cu paturi, de utilitate publică, cu personalitate juridică, care furnizează servicii medicale. Spitalul poate fi: public; public cu secții sau compartimente private; spital integral privat; spital de urgență; acesta din urmă înființându-se și funcționând numai ca spital public.

⁸ Dispozitive medicale, tehnologii și dispozitive asistive - orice articol, echipament sau produs care este utilizat în scopul de a crește, menține sau îmbunătăți capacitățile funcționale ale persoanei; inclusiv pentru corectarea văzului, auzului, pentru protezarea membrilor, respectiv proteze, orteze, dispozitive de mers, necesare în scopul recuperării unor deficiențe organice sau fiziologice, precum și alte tipuri de dispozitive prevăzute în contractul-cadru și normele de aplicare ale acestuia, conform prevederilor art. 221, alin. 1, lit. i, din Lege nr. 95 din 2006.

⁹ Cu privire la conceptul de profesioniști, în categoria cărora sunt incluși și prestatorii de servicii medicale, a se vedea R.D. Apan, 2018, *Drept comercial*, vol. I, Universul Juridic, București, pp. 14-18 și doctrina acolo citată.

¹⁰ Cu privire la dreptul la sănătate, inclus în categoria drepturilor omului, a se vedea M. Ciocan, *Sănătatea o problemă a drepturilor omului*, în „Revista de drepturile omului”, nr. 1/2015, accesibil la http://www.irdo.ro/file.php?fisiere_id=790&inline=, accesat la 07.02.2018 și M.E. Iancu, G. Iancu, *Unele aspecte referitoare la dreptul fundamental la sănătate*, în „Revista de drepturile omului”, nr. 1/2015, accesibil http://www.irdo.ro/file.php?fisiere_id=783&inline=, accesat la 31.12.2018.

¹¹ Cu privire la dreptul la sănătate prevăzut în Constituția României a se vedea, C. Ionescu, C.A. Dumitrescu, 2017, *Constituția României. Comentarii și explicații*, Editura C.H. Beck, București, pp. 435-441.

Prin Legea nr. 260 din 2018 pentru aprobarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 30 din 2018 privind instituirea unor măsuri în domeniul fondurilor europene și pentru completarea unor acte normative, în vigoare de la 17 noiembrie 2018¹² se introduce la art. 193, pct. 21, conform căruia, spitalele publice din rețeaua Ministerului Sănătății și Ministerului Transporturilor, beneficiare ale unor proiecte finanțate din fonduri europene în perioada de programare 2014-2020, pot primi, în completare, sume de la bugetul de stat, prin transferuri din bugetul Ministerului Sănătății și Ministerului Transporturilor, după caz, pentru finanțarea cofinanțării care trebuie asigurată de către beneficiari potrivit contractelor de finanțare sau acordurilor de parteneriat.

Prin Ordonanța de urgență nr. 42 din 2018 pentru modificarea și completarea Legii nr. 95 din 2006 privind reforma în domeniul sănătății, în vigoare de la 29 mai 2018¹³ se asimilează spitalelor private și unitățile sanitare private înființate în cadrul unor regii autonome, asociații și fundații sau al unor societăți reglementate de Legea nr. 31 din 1990, republicată, cu modificările și completările ulterioare, care acordă servicii medicale spitalicești și se prevede în nou introdusul art. 172 ca regiile autonome pot înființa unități sanitare private cu personalitate juridică, în scopul furnizării de servicii medicale, unități sanitare private care se înființează prin hotărâri ale consiliilor de administrație ale regiilor autonome, cu avizul favorabil al Ministerului Sănătății. Serviciile medicale acordate de spital pot fi preventive, curative, de recuperare și/sau paliative.¹⁴ Spitalele publice, prin secțiile, respectiv compartimentele private și spitalele private pot furniza servicii medicale decontate din asigurările sociale de sănătate, în condițiile stabilite în Contractul-cadru privind condițiile acordării asistenței medicale în cadrul sistemului de asigurări sociale de sănătate, din alte tipuri de asigurări de sănătate, precum și servicii medicale cu plată, în acord cu prevederile Legii nr. 95 din 2006.

La data de 1.03.2018, ca urmare a intrării în vigoare a Ordonanței de urgență nr. 8 din 2018 pentru modificarea și completarea Legii nr. 95

¹² Publicat în M.Of., Partea I nr. 963 din 14 noiembrie 2018.

¹³ Publicată în M.Of., Partea I nr. 446 din 29 mai 2018.

¹⁴ Cu privire la serviciile paliative a se vedea R.D Apan *Regulations on palliative care services in Romania*, Journal of Law and Public Administration, Volume IV, Issue 7 2018, p. 5-13.