

Decizia nr. 21/2026 privind condițiile de desfășurare a publicității de către cabinetele și unitățile medicale

În vigoare de la 10 iunie 2026

Publicat în Monitorul Oficial, Partea I nr. 482 din 10 iunie 2026. Formă aplicabilă la zi, **16 iunie 2026**.

În temeiul [art. 438](#), art. 439 [lit. p\)](#) și [art. 472](#) din Legea nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare, art. 68 [lit. d\)](#) din Statutul Colegiului Medicilor din România, adoptat prin Hotărârea Adunării generale naționale a Colegiului Medicilor din România [nr. 1/2022](#), cu modificările și completările ulterioare, a Legii [nr. 148/2000](#) privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare, și a Legii [nr. 185/2013](#) privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată, Consiliul național al Colegiului Medicilor din România decide:

Art. 1. - Prezenta decizie se aplică publicității activităților și serviciilor medicale efectuate pe teritoriul României de către cabinetele și unitățile medicale.

Art. 2. - În sensul prezentei decizii, termenii și expresiile folosite au următoarele semnificații:

- a) publicitatea activităților și serviciilor medicale reprezintă orice formă de comunicare destinată promovării directe sau indirecte a serviciilor, produselor, facilităților sau imaginii unui furnizor de servicii medicale, adresată publicului larg sau profesioniștilor din domeniul sănătății, cu scopul de a determina decizia de utilizare a acestora;
- b) material publicitar reprezintă orice suport scris, vizual, audio sau digital, utilizat pentru promovarea unui serviciu, produs, activitate sau imagini instituționale;
- c) mijloace de publicitate reprezintă ansamblul de elemente constructive (suporturi publicitare, instalații, ecrane publicitare, echipamente sau structuri), fixe ori mobile, utilizate în scopul prezentării activității medicale, pentru afișarea, difuzarea sau transmiterea de mesaje publicitare în spațiul public sau privat.

Art. 3. - Publicitatea activităților și serviciilor medicale trebuie să se limiteze la informații reale și relevante privind activitatea medicală desfășurată, pregătirea profesională a medicilor avizată în România, precum și la dotarea și performanțele tehnice ale echipamentelor și dispozitivelor medicale.

Art. 4. - Publicitatea activităților și serviciilor medicale trebuie să corespundă realității, să nu conțină informații false ori care ar putea induce publicul în eroare sau care ar putea afecta imaginea medicului, a profesiei ori reputația colegilor.

Art. 5. - Publicitatea activităților și serviciilor medicale trebuie să respecte următoarele condiții:

- a) să respecte drepturile pacienților;
- b) să nu aducă atingere independenței profesionale a medicului;
- c) să nu conțină mențiuni comparative care sunt lipsite de obiectivitate, nu sunt verificabile, sunt înșelătoare sau denigratoare;
- d) să fie clară, decentă, onestă, obiectivă, veridică, transparentă, corectă, cu evitarea exprimărilor echivoce și ambigue, ce permit interpretări înșelătoare sau sunt contrare Legii [nr. 11/1991](#) privind combaterea concurenței neloiale, cu modificările și completările ulterioare, și Legii concurenței [nr. 21/1996](#), republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- e) să nu promită rezultate nerealiste sau garanția rezultatului, să nu includă afirmații înșelătoare conform cărora respectivul serviciu/tratament va vindeca diverse afecțiuni;
- f) să nu fie lipsită de respect față de profesie și colegi și să nu includă comparații defăimătoare în sensul Legii

nr. 11/1991, cu modificările și completările ulterioare;

g) să respecte principiul "medicinii bazate pe dovezi științifice" și să nu promoveze mesaje conspiraționiste;

h) să nu încurajeze acordarea de servicii medicale suplimentare fără beneficii clinice pentru pacient;

i) să respecte secretul profesional;

j) să nu conțină informațiile, inclusiv video/audio, ale persoanelor aflate sub tratament în unitățile de asistență medicală, fără consimțământul persoanelor în cauză;

k) să nu conțină date cu caracter personal privind starea de sănătate a persoanelor, fără consimțământul acestora;

l) să respecte reglementările legale, statutare și deontologice privind profesia de medic, drepturile și îndatoririle medicilor, concurența loială și onestă și reglementările legale aplicabile în domeniul publicității.

Art. 6. - Pentru a evita folosirea autorității profesionale a medicului ca mijloc de influențare a deciziei pacienților, unitatea medicală:

a) nu va asocia imaginea medicului cu oferirea de facilități financiare, reduceri de prețuri sau alte avantaje materiale;

b) nu va utiliza numele, funcția și declarațiile medicului în domeniul publicității, cu excepția publicității activității profesionale și de informare a populației.

Art. 7. - Acordarea de reduceri/facilități financiare sau alte avantaje materiale este permisă, cu condiția ca acestea să nu fie asociate cu imaginea medicului și să nu fie utilizate în situațiile în care o astfel de practică poate afecta independența profesională ori are ca scop sau efect stimularea recurgerii nejustificate la acte medicale sau influențarea deciziei pacientului privind o alegere liberă și informată, prin mijloace contrare eticii profesionale și practicii medicale bazate pe dovezi.

Art. 8. - Principalele mijloace de publicitate utilizate sunt:

A. mijloace de publicitate obligatorii:

a) firma, care trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

(i) trebuie să fie amplasată atât la sediul principal de activitate, cât și la sediile secundare autorizate;

(ii) va cuprinde următoarele mențiuni: numele unității sanitare, adresa sediului principal și/sau secundar;

(iii) va respecta regulile generale de amplasare prevăzute de legislația în vigoare, respectiv [art. 18-21](#) din Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată;

b) corespondența profesională, care va cuprinde:

(i) numărul de telefon, adresa electronică (e-mail);

(ii) indicarea sediului principal și, după caz, a sediului/sediilor secundar(e);

B. mijloace de publicitate opționale:

a) sigla, logoul;

b) pagina de internet și/sau pagina în cadrul rețelelor de socializare - au scopul doar de informare a publicului sau a altor profesioniști în legătură cu activitatea medicală;

c) participarea la manifestări științifice adresate medicilor, acreditate de autoritățile competente naționale, sau publicarea de studii, articole, comentarii și 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;

d) reclame în mediul online realizate în limitele prezentei decizii, respectiv:

(i) reclamele din mediul online trebuie să respecte prevederile codului deontologic și reglementările legale în vigoare;

(ii) publicitatea realizată prin acest mijloc trebuie să ofere informații reale, verificabile și relevante despre serviciile medicale oferite, fără inducerea în eroare a pacienților, și să respecte condițiile menționate la [art. 5](#);

(iii) unitatea medicală nu poate obliga medicul sau pacientul să participe sau să își asocieze imaginea sau vocea cu publicitatea care are ca scop beneficii financiare și/sau comerciale;

- e) publicitatea din domeniul audiovizual (radio, televiziune);
- f) diseminarea de broșuri ori pliante, în scopul promovării serviciilor medicale furnizate, precum și a importanței actului medical în scopul asigurării sănătății pacientului, precum și a sănătății publice;
- g) publicitatea stradală pentru cabinete și unități medicale este permisă și poate fi amplasată în scopul legitim de a facilita orientarea și informarea corectă a pacienților privind localizarea și serviciile oferite, în măsura în care:
 - (i) servește unui scop strict informativ și nu pune presiune asupra pacienților pentru a cumpăra sau a accepta servicii;
 - (ii) nu afectează demnitatea profesiei medicale și nu induce în eroare;
 - (iii) este proporțională și adecvată scopului urmărit, și anume protejarea sănătății publice și asigurarea unei informări corecte și suficiente a pacientului;
- h) publicitatea în incinta cabinetelor și unităților medicale prin mijloace audio-video.

Art. 9. - La sesizarea din oficiu sau la sesizarea altor persoane, colegiul medicilor teritorial va solicita în scris medicului și/sau unității medicale să efectueze modificările necesare sau retragerea de pe piață, fizic sau online, a mijloacelor de publicitate, total sau parțial, în termen de 30 de zile, în cazul în care mijlocul de publicitate utilizat sau conținutul materialului publicitar nu respectă prevederile prezentei decizii sau ale codului deontologic.

Art. 10. - Publicitatea realizată de unitățile medicale fără personalitate juridică cu încălcarea prevederilor prezentei decizii atrage răspunderea disciplinară a medicului titular.

Art. 11. - Publicitatea realizată de unitățile medicale cu personalitate juridică cu încălcarea prevederilor prezentei decizii atrage după sine sesizarea organelor abilitate.

Art. 12. - Comisiile de etică și deontologie ale Colegiului Medicilor din România, de la nivel național și teritorial, vor asigura comunicarea și aplicarea prevederilor prezentei decizii.

Art. 13. - Comisia de etică și deontologie a Consiliului național al Colegiului Medicilor din România urmărește modul de aplicare a principiilor etice și normelor deontologice în ceea ce privește publicitatea efectuată de către unitățile medicale, fundamentează și stabilește cadrul general pe care trebuie să îl respecte materialul publicitar pe care îl supune aprobării Consiliului național al Colegiului Medicilor din România.

Art. 14. - La data intrării în vigoare a prezentei decizii se abrogă Decizia Consiliului național al Colegiului Medicilor din România nr. 20/2025 privind condițiile de desfășurare a publicității de către cabinetele și unitățile medicale, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 918 din 6 octombrie 2025, cu modificările ulterioare.

Art. 15. - Prezenta decizie se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I, și intră în vigoare la data publicării.

Președintele Colegiului Medicilor din România,

Cătălina Poiană

București, 29 mai 2026.

Nr. 21.