Str. Lainici nr. 9, Sector 1, Bucureşti Tel: 0725.351.765, 0737.666.308 secretariat@cmsr.ro cmsr.ro

Notă de fundamentare:

1. Motivul emiterii prezentei Decizii

Având în vedere că:

• în ultimii ani, imaginea profesiei de medic stomatolog a devenit puternic comercială, în care accentul este pus exclusiv pe aspectul financiar şi pe promovarea individuală a cabinetelor stomatologice, rămânând în subsidiar informaţiile medicale, contrar eticii, deontologiei profesiei şi respectării principiilor sănătăţii publice;

• această tendinţă generează multiple riscuri, precum promovarea lipsită de etică şi uneori înşelătoare a serviciilor stomatologice, crearea unui mediu de concurenţă neloială între practicieni şi subminarea demnităţii şi prestigiului profesiei;

• astfel de practici duc la scăderea încrederii publicului în profesie şi în actul medical, contribuind la diminuarea calităţii serviciilor, care devin orientate mai mult spre creşterea profitului şi promovarea imaginii publice a practicienilor, decât spre sănătatea pacientului.

În acest context, reputaţia medicului stomatolog riscă să fie asociată mai degrabă cu metode agresive de marketing sau cu practici de promovare abuzive şi înşelătoare, decât cu competenţa profesională, venind astfel în contradicţie cu principiile etice ale profesiei menite să protejeze siguranţa pacienţilor şi calitatea actului medical.

Având în vedere că platformele online de intermediere a relaţiei medic stomatolog-pacient sunt în plină expansiune în întreaga lume, acestea reprezintă o nouă provocare pentru medicii stomatologi şi pentru organizaţiile profesionale, cu atât mai mult cu cât contextul actual tinde să accelereze digitalizarea pieţelor şi cererea de servicii online.

Astfel, deşi utilizarea platformelor de intermediere online prezintă o serie de avantaje, permiţând medicilor stomatologi să se conecteze mai uşor cu pacienţii care doresc servicii medicale, activitatea online comportă riscuri de natură socială şi profesională, pe care medicii stomatologi trebuie să le cunoască şi să le ia în considerare atunci când îşi oferă serviciile pe platformele online.

Activităţile stomatologice în România sunt realizate preponderent în mediul privat, fapt ce a dus la crearea unui mediu competitiv, în care majoritatea cabinetelor stomatologice depind exclusiv de veniturile încasate de la pacienţi. Într-un astfel de context, marketingul şi publicitatea sunt esenţiale pentru informarea pacienţilor şi crearea unui mediu sănătos de concurenţă. Cu toate acestea, o serie de practici de publicitate conţinând promisiuni nerealiste sau metode de promovare invazive au generat probleme de etică şi de încredere între pacienţi şi profesionişti.

Codul deontologic al medicului stomatolog în forma sa actuală şi propunerile recente pentru reglementarea publicităţii ar putea ridica întrebări legate de impactul asupra mediului concurenţial, precum şi asupra dezvoltării acestui domeniu. Prin urmare, este necesar un cadru reglementat care să permită publicitatea etică, fără a o interzice complet, pentru a sprijini medicii stomatologi să atragă pacienţi în mod transparent şi corect.

DRAFT

În exercitarea profesiei, actul medical stomatologic depinde nu numai de aptitudinile şi pregătirea medicului stomatolog, ci şi de factori externi, precum igiena orală, stilul de viaţă, starea de sănătate preexistentă a pacientului, particularităţile şi reactivitatea specifică corpului uman, motiv pentru care garantarea unor rezultate specifice în realizarea actului medical stomatologic este nerealistă.

De asemenea, obligaţia de informare a pacientului despre actul medical stomatologic, dar şi despre riscurile care derivă din acesta, trebuie să se realizeze în mod complet, clar, într-un limbaj accesibil şi uşor de înţeles. Folosirea unor termeni care să transmită sau să inducă ideea garantării actului medical stomatologic poate fi considerată o practică înşelătoare exercitată asupra pacientului.

Având în vedere investigaţia demarată de Consiliul Concurenţei din România prin Ordinul preşedintelui Consiliului Concurenţei nr. 3252/22.11.2024 privind posibila încălcare de către CMSR a legislaţiei de concurenţă prin adoptarea Deciziei nr. 6/1AGN/2021, CMSR îşi propune modificarea prevederilor Codului deontologic al medicului stomatolog în scopul înlăturării oricăror îngrijorări de natură concurenţială ridicate de autoritate cu privire la potenţialul impact negativ al acestor prevederi asupra mediului concurenţial din piaţa serviciilor stomatologice, asigurând totodată funcţionarea normală a acestei pieţe, în conformitate cu rigorile impuse de etica şi deontologia profesională, dar şi de legislaţia naţională şi europeană privind concurenţa.

2. Argumente în favoarea publicităţii etice

a) Accesul pacienţilor la informaţii relevante

Publicitatea permite pacienţilor să acceseze informaţii despre serviciile stomatologice, noile tehnologii şi tratamente disponibile. Interzicerea totală a publicităţii ar limita dreptul pacientului la informare şi ar favoriza o piaţă netransparentă, care lasă loc de abuzuri.

b) Dezvoltarea unui mediu concurenţial sănătos

Publicitatea în domeniul stomatologiei contribuie la crearea unei pieţe competitive, în care calitatea serviciilor şi inovaţia sunt recompensate. Concurenţa stimulează medicii stomatologi să ofere servicii mai bune şi să investească în tehnologie şi educaţie profesională continuă.

c) Combaterea publicităţii abuzive prin reglementare

În locul unei interdicţii generale, este necesară crearea unui cadru normativ care să elimine practici precum promisiunile nerealiste, comparaţiile dispreţuitoare sau utilizarea mărturiilor înşelătoare, dar care să permită publicitatea bazată pe fapte obiective şi informaţii clare. Utilizarea intensivă a reclamelor sau alegerea de mesaje promoţionale agresive sau de natură să inducă pacienţii în eroare, este susceptibilă să dăuneze protecţiei sănătăţii şi să aducă atingere demnităţii profesiei de medic stomatolog, prin favorizarea realizării de tratamente neadecvate sau care nu sunt necesare.

d) Modele internaţionale de succes

Ţările cu sisteme bine reglementate, precum Portugalia, Italia, Spania sau Luxemburg au implementat publicitatea etică în stomatologie, corelată cu sisteme puternice de asigurări de sănătate. România poate adopta un model similar, adaptat specificului pieţei de servicii medicale naţionale.

e) Impact economic

DRAFT

Interzicerea publicităţii ar afecta în special medicii stomatologi la început de carieră şi cabinetele stomatologice mici care se bazează pe promovare pentru a-şi construi reţeaua de pacienţi. O astfel de interdicţie deplină ar putea genera o concentrare a pieţei de servicii stomatologice în favoarea marilor cabinete prezente pe întregul teritoriu al ţării, reducând diversitatea şi accesibilitatea pacienţilor la serviciile stomatologice.

3. Schimbările preconizate

a) Mijloacele de publicitate trebuie să respecte principiile deontologice

Mijloacele de publicitate utilizate vor trebui să respecte principiile publicităţii, principiile deontologiei profesionale şi reglementările în vigoare, fiind interzisă promovarea prin mesaje comparative, dispreţuitoare sau mărturiile influenţate ale pacienţilor şi nu vor include facilităţi financiare sau reduceri.

b) Promovarea informării corecte

Publicitatea trebuie să se limiteze la informaţii obiective, verificabile şi relevante despre serviciile, tehnologiile şi tarifele practicate. Informaţiile înşelătoare trebuie să fie sancţionate ferm.

c) Educaţie şi consultanţă pentru medicii stomatologi

Introducerea de cursuri sau ghiduri practice privind marketingul etic şi tehnicile de comunicare profesională ar putea contribui la promovarea imaginii şi calităţii actului medical.

d) Campanii publice de sănătate orală

Încurajarea participării medicilor stomatologi la campanii educative naţionale ar putea contribui la creşterea notorietăţii serviciilor oferite într-un mod etic şi responsabil.

4. Concluzii

Publicitatea etică este un instrument pentru dezvoltarea sănătoasă a stomatologiei în România. În locul interzicerii complete, reglementarea atentă şi sprijinul pentru promovarea corectă vor contribui la creşterea încrederii pacienţilor, la dezvoltarea pieţei şi la îmbunătăţirea imaginii profesiei. Se urmăreşte adoptarea unui cadru normativ care să promoveze integritatea şi transparenţa, menţinând în acelaşi timp dreptul medicilor stomatologi de a-şi face cunoscută activitatea în rândul pacienţilor. În acest sens, protecţia sănătăţii rămâne unul dintre obiectivele care fac parte dintre cele care pot fi considerate motive imperative de interes general care pot să justifice restricţiile cu privire la publicitatea în domeniul stomatologiei.

Prezenta Decizie are ca obiectiv modificarea şi completarea Codului deontologic al medicului stomatolog în vederea reglementării mai clare a publicităţii în domeniu, prin stabilirea unor norme obiective privind promovarea serviciilor stomatologice pentru a preveni abuzurile, derapajele de la principiile de exercitare a profesiei, practicile de inducere în eroare a pacienţilor, pentru a asigura respectarea valorilor esenţiale ale profesiei, precum şi pentru a adresa posibilele îngrijorări ale autorităţii de concurenţă din România.

În plus, prezenta Decizie urmăreşte să consolideze principiile de bază ale profesiei de medic stomatolog, prin reiterarea faptului că reputaţia medicului stomatolog trebuie să se bazeze exclusiv pe

DRAFT

competenţă profesională, respectarea demnităţii şi interesul pacientului, prin promovarea unui comportament profesional bazat pe onestitate şi integritate, în conformitate cu principiile fundamentale ale profesiei şi cu standardele de sănătate publică.

Nu în ultimul rând, prezenta Decizie urmăreşte adaptarea cadrului deontologic la cerinţele legislaţiei în vigoare prin aducerea în conformitate a prevederilor Codului deontologic cu reglementările naţionale şi europene privind concurenţa, având în vedere îngrijorările care au stat la baza deschiderii Investigaţiei Consiliului Concurenţei.

Prin aceste măsuri, se doreşte restabilirea echilibrului dintre nevoia de vizibilitate a serviciilor stomatologice şi respectarea principiilor fundamentale ale profesiei. Astfel, sănătatea pacientului şi interesul public rămân prioritare, iar imaginea profesiei va fi consolidată în mod pozitiv şi sustenabil.

Mai mult, luând în considerare cele de mai sus, este necesară instituirea limitelor acordării garanţiilor de către medicul stomatolog în realizarea actului medical.

Modificările propuse reprezintă un pas necesar pentru clarificarea şi consolidarea normelor deontologice, contribuind la creşterea prestigiului profesiei şi la asigurarea unei practici medicale bazate pe respectarea sănătăţii publice şi a valorilor fundamentale ale profesiei de medic stomatolog.

PROIECT

DECIZIE DE MODIFICARE ŞI COMPLETARE

A CODULUI DEONTOLOGIC AL MEDICULUI STOMATOLOG

Dată preconizată pentru intrarea în vigoare: ***1 iulie 2025***

” **Capitolul IV**

Reguli generale privind activităţile conexe exercitării profesiei de medic stomatolog

Secţiunea 1 - Onorarii

Art. 30.

(1) Este obligatorie afişarea în cabinetele stomatologice a onorariilor pentru serviciile medicale oferite.

(2) În condiţiile legii şi prezentului Cod deontologic, medicul stomatolog trebuie să informeze pacientul sau reprezentantul legal cu privire la onorariile datorate pentru tratamentele, procedurile, serviciile efectuate sau care urmează să fie efectuate, în mod transparent, cu rigoare şi bună-credinţă.

(3) Medicii stomatologi au libertatea de a stabili onorariile practicate, politica comercială, structura de cost, inclusiv acordarea de facilităţi financiare, reduceri sau alte avantaje materiale, cu respectarea principiilor deontologice si reglementărilor din prezentul Cod deontologic.

DRAFT

Art. 31.

(1) Medicul stomatolog va prezenta, în prealabil, pacientului sau reprezentantului legal o estimare a costurilor aferente serviciilor medicale stomatologice ce urmează a fi acordate raportat la diagnosticul stabilit sau în conformitate cu planul de tratament.

(2) Dacă estimarea trebuie revizuită pe parcursul desfăşurării tratamentului, este indicat să se ofere pacientului sau reprezentatului legal o explicaţie completă privind costurile revizuite cât mai curând posibil.

(3) Medicul stomatolog trebuie să răspundă la solicitările pacientului sau, după caz, ale reprezentatului legal cu privire la informaţii sau explicaţii referitoare la onorariile aplicate.

Art. 32. Medicul stomatolog poate refuza prestarea serviciilor medicale stomatologice în cazul neachitării onorariilor aferente de către solicitant, cu excepţia cazurilor în care acesta necesită servicii de urgenţă, în condiţiile legii.

.....

Secţiunea a 7-a - Concurenţa

Art. 42.

(1) Este interzisă practicarea concurenţei neloiale în exercitarea profesiei sau în legătură cu aceasta.

(2) Reprezintă concurenţă neloială, în înţelesul prezentului Cod deontologic, orice acţiune, atitudine sau altă formă de manifestare a medicului stomatolog, personalului angajat, colaboratorilor ori interpuşilor acestora, făcută cu scopul de a menţine sau atrage pacienţi ori de a creşte veniturile obţinute din activitatea medicală, într-o modalitate care contravine principiilor şi eticii profesiei, cum ar fi:

a) deturnarea sau încercarea de deturnare a pacienţilor prin discreditarea unui alt medic stomatolog ori a unui furnizor de servicii medicale;

b) determinarea reprezentanţilor oricăror autorităţi/instituţii publice de a sfătui solicitanţii acestora să se adreseze unui anumit furnizor de servicii medicale;

c) încheierea unui acord ilicit cu alţi medici stomatologi, medici, farmacişti sau alt personal din domeniul sănătăţii, inclusiv cu furnizori de servicii de imagistică medicală, în măsură să afecteze libertatea şi independenţa profesională a medicilor stomatologi, a drepturilor pacientului sau în scopul atragerii de noi pacienţi;

d) orice alte acte sau fapte care vor fi calificate de către Consiliul Naţional din oficiu sau la propunerea membrilor Biroului Executiv Naţional ca fiind de concurenţă neloială, realizate prin utilizarea unor mijloace nelegale sau frauduloase pentru a elimina de pe piaţă ori a afecta poziţia medicilor stomatologi concurenţi pe piaţă.

(3) Atragerea de pacienţi de către medicul stomatolog profitând de mandatul deţinut sau de funcţia administrativă ocupată este interzisă, fiind contrară principiilor fundamentale ale exercitării profesiei.

Art. 42[1]. Sancţiunea

Nerespectarea prevederilor privind concurenţa neloială constituie abatere disciplinară gravă.

DRAFT

.....

Capitolul VII

Publicitatea

Secţiunea 1 - Dispoziţii generale

Art. 69. Publicitatea

(1) Termenul „publicitate” se referă la orice formă de prezentare a activităţii şi serviciilor prestate de medicul stomatolog, în scopul promovării acestora în faţa publicului.

(2) Conţinutul publicitar permis se rezumă exclusiv la următoarele informaţii:

a) serviciile autorizate în condiţiile legii pe care medicul stomatolog sau echipa medicală le furnizează;

b) competenţele tehnice şi profesionale, gradele profesionale şi specialităţile medicale ale personalului medical emise sau recunoscute de Ministerul Sănătăţii în condiţiile legii;

c) titlurile academice, ştiinţifice sau profesionale dobândite sau recunoscute în condiţiile legii;

d) curriculum vitae academic şi profesional al medicului stomatolog;

e) denumirea formei de exercitare a profesiei, denumirea comercială, adresa sediului principal şi secundar;

f) logo, siglă, slogan, care respectă principiile deontologice;

g) toate canalele de comunicare disponibile;

h) imagini şi/sau materiale video care reflectă exclusiv cazuistica proprie, cu respectarea drepturilor pacienţilor;

i) informaţii în vederea educaţiei pacientului;

j) orarul de funcţionare.

Art. 70. Principiile publicităţii

(1) Publicitatea este autorizată în măsura în care nu conţine informaţii false ori care ar putea induce publicul în eroare sau ar putea afecta imaginea profesiei ori reputaţia colegilor.

(2) Orice informaţii ori imagini transmise prin mijloace de comunicare publică trebuie să corespundă unor criterii obiective de verificare a veridicităţii, precum şi unor criterii de discreţie în raport cu principiile generale în exercitarea profesiei de medic stomatolog.

(3) Publicitatea trebuie să respecte următoarele condiţii:

a) să respecte drepturile pacienţilor;

b) să fie clară, onestă, veridică şi să nu fie înşelătoare;

c) să nu promită rezultate nerealiste sau garanţia rezultatului, să nu includă afirmaţii înşelătoare conform cărora respectivul serviciu/tratament va vindeca boli, disfuncţii sau malformaţii;

d) să nu fie lipsită de respect faţă de profesie şi confraţi;

e) să nu încurajeze tratamente care determină pacientul să contracteze sau să solicite servicii medicale fără beneficii clinice pentru sănătatea sau bunăstarea pacientului.

DRAFT

(4) Publicitatea medicului stomatolog nu poate conţine:

a) menţiuni comparative şi/sau denigratoare şi/sau superlative;

b) facilităţi financiare, reduceri, preţuri sau alte avantaje materiale, cu excepţia preţurilor care vor putea fi afişate pe pagina de internet;

c) orice referire la funcţii, titluri sau activităţi care nu au legătură cu exercitarea profesiei;

d) menţiuni privind cantitatea rezultatelor obţinute, cifra de afaceri sau procentajul de succes, cu excepţia cazurilor în care acestea pot fi dovedite (documentate ştiinţific, articole publicate, rezultatul unui masterat sau doctorat);

e) alte menţiuni exemplificate în Ghidul de bune practici privind publicitatea in domeniul stomatologiei care va fi aprobat de Consiliul Naţional.

Secţiunea a 2-a - Mijloacele de publicitate

Art. 71.

(1) Principalele mijloace de publicitate care pot fi utilizate sunt:

a) Firma, care va respecta modelul aprobat de Consiliul Naţional;

b) Sigla;

c) Corespondenţă profesională şi cărţi de vizită profesionale;

d) Pagina de internet (şi/sau pagina în cadrul reţelelor de socializare);

e) Participarea la congrese/simpozioane/evenimente/forme de pregătire adresate medicilor sau publicarea de studii, articole, comentarii şi lucrări ştiinţifice;

f) Participarea la emisiuni TV/radio/mediu online/alte evenimente pe teme medicale, în scopul furnizării de informaţii medicale şi/sau a schimbului de experienţă şi opinii în beneficiul exclusiv al pacientului şi al sănătăţii publice;

g) Reclame în mediul online realizate în condiţiile prezentului Cod deontologic;

h) Diseminarea de broşuri ori pliante, în scopul promovării serviciilor medicale stomatologice furnizate, precum şi a importanţei actului medical în scopul asigurării sănătăţii orale a pacientului;

i) Publicitate stradală care poate să conţină elementele prevăzute mai sus la Art. 69 alin. 2) literele a), b), c), e), f), g), i) şi j).

(2) Dacă nu se prevede altfel în prezentul Cod deontologic, utilizarea mijloacelor de publicitate trebuie să se realizeze cu respectarea conţinutului publicitar reglementat la Art. 69 de mai sus, principiilor publicităţii prevăzute la Art. 70 de mai sus, principiilor deontologice si reglementarilor legale în vigoare.

(3) Firma prevăzută la alin. 1 lit. (a) de mai sus trebuie să respecte dimensiunile maxime de 80 x 60 cm şi să fie amplasată atât la sediul principal de activitate, cât şi la sediile secundare.

(4) Sigla prevăzută la alin. 1 lit. (b) de mai sus va fi amplasată în afara sediului principal sau secundar de activitate.

DRAFT

Art. 72. Este interzisă reclama efectuată de un medic stomatolog sau de o formă de exercitare a profesiei, în orice mod, la produse farmaceutice, suplimente alimentare, dispozitive medicale, materiale sanitare sau de tehnică dentară ori alte produse de uz medical.

Secţiunea a 3-a - Garantarea actului medical stomatologic

Art. 73.

(1) Garantarea directă sau indirectă a unui act medical stomatologic sau a unui rezultat predefinit este interzisă. De asemenea, este interzisă oferirea de garanţii generale pentru tratamentele, procedurile stomatologice sau orice acte medicale pe care medicul stomatolog le realizează.

(2) Medicul stomatolog nu va putea garanta vindecarea afecţiunii pentru care pacientul i s-a adresat.

(3) Este interzisă utilizarea unor cuvinte sau formulări care sugerează o durată nelimitată sau nerealistă a eficacităţii unui act medical stomatologic sau termeni care garantează rezultate sau succesul actului medical.

Secţiunea a 4-a - Răspundere disciplinară

Art. 74.

(1) Publicitatea realizată cu încălcarea regulilor prevăzute în prezentul Cod deontologic şi acordarea de garanţii constituie abatere disciplinară.

(2) Colegiul teritorial poate solicita medicului stomatolog sau formei de exercitare a profesiei să efectueze modificările necesare în cazul în care mijlocul de publicitate utilizat sau garanţiile oferite nu respectă prevederile prezentului Cod deontologic sau deciziile Consiliului Naţional.

(3) Repetarea abaterii disciplinare sau neconformarea cu deciziile colegiului teritorial emise în conformitate cu alin. (2) de mai sus constituie o circumstanţă agravantă, care va fi luată în considerare la aplicarea sancţiunii.

(4) In cazul unor abateri repetate sau încălcări în formă continuă a regimului de publicitate sau dispoziţiilor privitoare la garanţii conform prezentului Cod deontologic, amenda disciplinară care poate fi aplicată se va îndrepta către maximul special prevăzut de Legea nr. 95/ 2006, republicată, cu modificările şi completările ulterioare.

(5) În cazul încălcării obligaţiilor stabilite în baza legii, de prezentul Cod deontologic şi prin deciziile organelor de conducere ale CMSR în sarcina formelor de exercitare a profesiei şi a altor furnizori de servicii medicale, răspunde disciplinar medicul stomatolog titular sau asociat al formei de exercitare a profesiei sau, după caz, medicul stomatolog administrator ori membru al consiliului de administraţie.

(6) Dacă datorită organizării unităţii sau instituţiei în cadrul căreia este organizat cabinetul stomatologic nu există un medic stomatolog care să deţină una dintre calităţile prevăzute la alin. (5), răspunde disciplinar medicul stomatolog coordonator al activităţilor de asistenţă stomatologică.

(7) Nu va fi angajată răspunderea disciplinară a persoanei prevăzute la alin. (6) dacă aceasta a informat în scris conducerea unităţilor sau instituţiilor în cadrul căreia este organizat cabinetul stomatologic cu privire la încălcarea dispoziţiilor prezentului cod deontologic în 30 de zile de la data la care a luat cunoştinţă de săvârşirea faptei.

DRAFT

Art. 75. Prevederile privind desfăşurarea publicităţii, a conţinutul materialului publicitar şi a garanţiilor cuprinse în prezentul Cod deontologic sunt aplicabile medicilor stomatologi, formelor de exercitare a profesiei şi tuturor unităţilor şi instituţiilor în cadrul cărora se desfăşoară activităţi profesionale de către medicul stomatolog.

Art. 76. Exemplificarea şi detaliere condiţiilor ce trebuie îndeplinite de conţinutul mijloacelor folosite pentru publicarea informaţiilor privind exercitarea profesiei, promovarea profesională, atragerea şi dobândirea de noi pacienţi vor fi prevăzute în Ghidul de bune practici privind publicitatea in domeniul stomatologiei, care va fi aprobat de Consiliul Naţional.

Capitolul VIII

Dispoziţii finale

Secţiunea 1 - Competenţa exclusivă a corpului profesional privind soluţionarea abaterilor deontologice

Art. 77. Soluţionarea oricărei sesizări privind existenţa unei posibile încălcări a dispoziţiilor prezentului Cod deontologic intră în competenţa CMSR, în calitate de organ de jurisdicţie profesională.

Secţiunea a 2-a - Obligaţia de informare a exercitării profesiei de medic stomatolog cu caracter temporar sau ocazional

Art. 78. Medicii stomatologi cetăţeni ai unui alt stat membru al Uniunii Europene, ai unui stat aparţinând Spaţiului Economic European sau ai Confederaţiei Elveţiene, precum şi cei asimilaţi acestora conform prevederilor legale, cărora li s-a acordat acces temporar sau ocazional la exercitarea profesiei în România, atunci când îşi prezintă activitatea publicului, în special pe un site web, precum şi formele de exercitare a profesiei în cadrul cărora aceştia îşi desfăşoară activitatea, sunt obligaţi să informeze expres şi în prealabil pacienţii şi alţi beneficiari ai serviciilor cu privire la activităţile profesionale pe care sunt autorizaţi să le îndeplinească, conform avizului eliberat în acest sens în condiţiile legii, precum şi asupra perioadei limitate de exercitare a profesiei.

Secţiunea a 3-a - Obligaţia de informare cu privire la normele deontologice

Art. 79. Orice medic stomatolog care solicită să devină membru al CMSR va confirma în faţa colegiului teritorial în care se înscrie, înainte de depunerea jurământului, că a luat cunoştinţă de prevederile prezentului cod deontologic.

Secţiunea a 4-a - Sancţionarea abaterilor

Art. 80. Nerespectarea prevederilor prezentului cod deontologic se sancţionează conform legii şi regulamentelor în vigoare.

DRAFT