RACCOMANDAZIONI NELL'INTERPRETAZIONE DEL MESSAGGIO INFORMATIVO IN ODONTOIATRIA

PREMESSA

La necessità di elaborare le presenti raccomandazioni è espressione della funzione di coordinamento attribuita alla CAO Nazionale al fine di assicurare, ove possibile, **la corretta e uniforme interpretazione,** da parte delle CAO territoriali della disciplina normativa in materia.

Il punto di riferimento nella individuazione dell'oggetto dell'informazione sanitaria e delle relative caratteristiche deve essere quello di garantire la salute del cittadino e la sicurezza delle cure, nonché quello di riaffermare la dignità e il decoro della professione odontoiatrica, spesso compromessi da messaggi pubblicitari puramente commerciali che sviliscono inevitabilmente il valore della prestazione professionale.

Qualora il messaggio venga promosso a livello nazionale, le singole CAO hanno comunque il **compito di individuare i direttori sanitari** responsabili iscritti ai loro Albi allo scopo di valutarne la rispondenza alla normativa.

Inoltre, si ricorda–che, l'art.1 - comma 536 della legge n. 145/2018 (legge di Bilancio), attribuisce all' Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) la ulteriore competenza di vigilare sul rispetto delle disposizioni normative in materia di comunicazioni informative in ambito sanitario, senza però prevedere un disposto relativo all' estensione di competenze in tal senso né un adeguato sistema sanzionatorio (vedi determinazione n. 11/19DCA-ARC del 4 aprile 2019). Pertanto, sarà necessario attendere un ulteriore intervento legislativo e/o regolamentare per la piena operatività della normativa, ferma restando già nell' immediato la potestà della Commissione Odontoiatri di controllo e di esercizio disciplinare nei confronti dei propri iscritti.

La disciplina introdotta dall'art 1- commi 525 e 536 - della legge n. 145/2018 rappresenta un intervento legislativo ad integrazione del dettato di legge previgente in materia di informazione sanitaria, al fine di definirne meglio i limiti riguardanti le professioni regolamentate e di riaffermare in modo inequivoco il ruolo degli Ordini. Dunque, l'ultimo e chiarificatore intervento del legislatore stesso sul tema di cui trattasi **non comporta**, né esplicitamente né

Ordine dei Medici e Odontoiatri Provincia di Ragusa
Cod. IPA: opdmc_rg, Cod. AOO: AOO_01, Id Registro: RP, Nr. Protocollo: 0001358 del 14/06/2019 -E-

implicitamente, **l'abrogazione del precedente quadro normativo** che anzi rientra armonicamente nella disciplina normativa in oggetto.

Si ricorda che la normativa in materia è stata ampiamente illustrata nell'allegato alla nota del 25 marzo 2019 del Presidente della CAO Nazionale, dove risultano citati anche gli articoli del Codice di Deontologia medica attualmente vigenti sul tema della comunicazione sanitaria (artt. 54, 55 e 56).

Il presente testo **potrà essere assoggettato a modifiche ed integrazioni** a fini sia di aggiornamento che di completamento, su proposte da far pervenire, per una attenta valutazione ed eventuale approvazione, alla CAO nazionale accompagnate da adeguata motivazione. Insomma, si tratta di un testo suscettibile di tutti i miglioramenti ed aggiornamenti ritenuti utili dal punto di vista dell'effettiva operatività.

NORMATIVA IN MATERIA DI INFORMAZIONE SANITARIA

- Codice Deontologia Medica del 2014 con modifiche del 2016 – articoli 54, 55, 56, 57 e 69
- Legge 5 febbraio 1992, n. 175 artt. 4, 5, 8 e 9
- Decreto Legislativo 24 febbraio 1997, n. 46 art. 21
- Legge 4 agosto 2006, n. 248 art. 2
- Decreto Legge 13 agosto 2011 n. 138 art. 3, comma 5, coordinato con la legge di conversione 14 settembre 2011, n. 148
- Decreto del Presidente della Repubblica 7 agosto 2012 n. 137, art. 4
- Legge di bilancio 2019, art. 1 commi 525 e 536.

CODICE DEONTOLOGIA MEDICA del 2014 con modifiche del 2016

Art. 54 Esercizio libero professionale. Onorari e tutela della responsabilità civile.

Il medico, nel perseguire il decoro dell'esercizio professionale e il principio dell'intesa preventiva, commisura l'onorario alla difficoltà e alla complessità dell'opera professionale, alle competenze richieste e ai mezzi impiegati, tutelando la qualità e la sicurezza della prestazione.

Il medico comunica **preventivamente** alla persona assistita **l'onorario**, che non può essere subordinato ai risultati della prestazione professionale. In armonia con le previsioni normative, il medico libero professionista **provvede a idonea copertura assicurativa** per responsabilità civile verso terzi connessa alla propria attività professionale. **Il medico può prestare gratuitamente la propria opera purché tale comportamento non costituisca concorrenza sleale o sia finalizzato a indebito accaparramento di clientela.**

Art. 55 Informazione sanitaria.

Il medico promuove e attua **un'informazione sanitaria accessibile, trasparente, rigorosa e prudente**, fondata sulle conoscenze scientifiche acquisite e **non divulga notizie che alimentino aspettative o timori infondati** o, in ogni caso, idonee a determinare un pregiudizio dell'interesse generale. Il medico, nel collaborare con le istituzioni pubbliche o con i soggetti privati nell'attività di informazione sanitaria e di educazione alla salute, **evita la pubblicità diretta o indiretta della propria attività professionale o la promozione delle proprie prestazioni**

Art.56 Pubblicità informativa sanitaria.

La pubblicità informativa sanitaria del medico e delle strutture sanitarie pubbliche o private, nel perseguire il fine di una scelta libera e consapevole dei servizi professionali, **ha per oggetto esclusivamente i titoli professionali e le specializzazioni, l'attività professionale, le caratteristiche del servizio offerto e l'onorario relativo alle prestazioni**. La pubblicità informativa sanitaria, con qualunque mezzo diffusa, rispetta nelle forme e nei contenuti i principi propri della professione medica, dovendo sempre essere **veritiera, corretta e funzionale all'oggetto dell'informazione, mai equivoca, ingannevole e denigratoria**. È consentita la pubblicità sanitaria comparativa delle prestazioni mediche e odontoiatriche solo in presenza di indicatori clinici misurabili, certi e condivisi dalla comunità scientifica che ne consentano confronto non ingannevole. Il medico **non diffonde notizie su avanzamenti nella ricerca biomedica e su innovazioni in campo sanitario non ancora validate e accreditate dal punto di vista scientifico**, in particolare se **tali da alimentare attese infondate e speranze illusorie**. Spetta all'Ordine professionale competente per territorio la potestà di verificare la rispondenza della pubblicità informativa sanitaria alle regole deontologiche del presente Codice e prendere i necessari provvedimenti.

Art. 57 Divieto di patrocinio a fini commerciali

Il medico singolo o componente di associazioni scientifiche o professionali **non concede patrocinio a forme di pubblicità promozionali finalizzate a favorire la commercializzazione** di prodotti sanitari o di qualsivoglia altra natura.

Art. 69 Direzione sanitaria e responsabile sanitario

Il medico che svolge funzioni di direzione sanitaria nelle strutture pubbliche o private ovvero di responsabile sanitario di una struttura privata, garantisce il possesso dei titoli e il rispetto del Codice e tutela l'autonomia e la pari dignità dei professionisti all'interno della struttura in cui opera, agendo in piena autonomia nei confronti del rappresentante legale della struttura alla quale afferisce.

Inoltre, il medico deve essere in possesso dei titoli previsti dall'ordinamento per l'esercizio della professione ed essere adeguatamente supportato per le competenze relative ad entrambe le professioni di cui all'art. 1 in relazione alla presenza delle stesse nella struttura.

Il medico comunica tempestivamente all'Ordine di appartenenza il proprio incarico nonché l'eventuale rinuncia, collaborando con quello competente per territorio nei compiti di vigilanza sulla sicurezza e la qualità di servizi erogati e sulla correttezza del materiale informativo, che deve riportare il suo nominativo.

Il medico che svolge funzioni di direzione sanitaria o responsabile di struttura **non può assumere incarichi plurimi, incompatibili con le funzioni di vigilanza attiva e continuativa**.

L. 5 FEBBRAIO 1992, N. 175 (C.D. POGGIOLINI-VOLPONI)

Norme in materia di pubblicità sanitaria e di repressione dell'esercizio abusivo delle professioni sanitarie. (G.U. n. 50 29 febbraio 1992)

Art. 4.

1. La pubblicità concernente le case di cura private e i gabinetti e ambulatori mono o polispecialistici soggetti alle autorizzazioni di legge è consentita mediante targhe o insegne apposte sull'edificio in cui si svolge l'attività professionale nonché con inserzioni sugli elenchi telefonici e sugli elenchi generali di categoria, attraverso periodici destinati esclusivamente agli esercenti le professioni sanitarie e attraverso giornali quotidiani e periodici di informazione, con facoltà di indicare le specifiche attività medico-chirurgiche e le prescrizioni diagnostiche e terapeutiche effettivamente svolte, **purché accompagnate dalla indicazione del nome, cognome e titoli professionali dei responsabili di ciascuna branca specialistica.**

2. È in ogni caso **obbligatoria l'indicazione del nome, cognome e titoli professionali del medico responsabile della direzione sanitaria.**

Art. 5.

5. Qualora l'annuncio pubblicitario contenga **indicazioni false sulle attività o prestazioni che la struttura è abilitata a svolgere o non contenga l'indicazione del direttore sanitario, l'autorizzazione amministrativa all'esercizio dell'attività sanitaria è sospesa per un periodo da sei mesi ad un anno.**

Art. 8.

1. Gli esercenti le professioni sanitarie che prestano comunque il proprio nome, ovvero la propria attività, allo scopo di permettere o di agevolare l'esercizio abusivo delle professioni medesime sono puniti con l'interdizione dalla professione per un periodo non inferiore ad un anno.

2. Gli ordini e i collegi professionali, ove costituiti, hanno facoltà di promuovere ispezioni presso gli studi professionali degli iscritti ai rispettivi albi provinciali, al fine di vigilare sul rispetto dei doveri inerenti alle rispettive professioni.

Art. 9.

1. Con decreto del Ministro della sanità, sentito il parere delle federazioni nazionali degli ordini, dei collegi professionali e delle associazioni professionali degli esercenti le arti ausiliarie delle

professioni sanitarie, è fissato, e periodicamente aggiornato, l'elenco delle attrezzature tecniche e strumentali di cui possono essere dotati gli esercenti le predette arti ausiliarie.

2. Il commercio e la fornitura, a qualsiasi titolo, anche gratuito, di apparecchi e strumenti diversi da quelli indicati nel decreto di cui al comma 1, sono vietati nei confronti di coloro che non dimostrino di essere iscritti agli albi degli esercenti le professioni sanitarie, mediante attestato del relativo organo professionale di data non anteriore ai due mesi.

3. La violazione delle disposizioni di cui al comma 2 è punita, anche in aggiunta alle sanzioni applicabili ove il fatto costituisca più grave reato, con una ammenda pari al valore dei beni forniti, elevabile fino al doppio in caso di recidiva.

Art. 9-bis.

1. Gli esercenti le professioni sanitarie di cui all'articolo 1 nonché le strutture sanitarie di cui all'articolo 4 possono effettuare la pubblicità nelle forme consentite dalla presente legge e nel limite di spesa del 5 per cento del reddito dichiarato per l'anno precedente.

DECRETO LEGISLATIVO 24 febbraio 1997, n. 46

Attuazione della direttiva 93/42/CEE concernente i dispositivi medici.
(GU n.54 del 6-3-1997 - Suppl. Ordinario n. 49)

Art. 21. Pubblicità

1. E' **vietata la pubblicità** verso il pubblico dei **dispositivi che**, secondo disposizioni adottate con decreto del Ministro della sanità, **possono essere venduti soltanto su prescrizione medica o essere impiegati eventualmente con l'assistenza di un medico** o di altro professionista sanitario.

2. La pubblicità presso il pubblico dei dispositivi diversi da quelli di cui al comma 1 è soggetta ad autorizzazione del Ministero della sanità. Sulle domande di autorizzazione esprime parere la commissione prevista dall'articolo 6, comma 3, del decreto legislativo 30 dicembre 1992, n. 541, che a tal fine è integrata da un rappresentante del Dipartimento del Ministero della sanità competente in materia di dispositivi medici e da uno del Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato.

LEGGE 4 AGOSTO 2006, N. 248 (C.D. BERSANI)

Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, recante disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa

pubblica, nonchè interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale. (G.U. n. 186 dell'11 agosto 2006 - Supplemento Ordinario n. 183)

Omissis

Art. 2. ***Disposizioni urgenti per la tutela della concorrenza nel settore dei servizi professionali***

1. In conformità al principio comunitario di libera concorrenza ed a quello di libertà di circolazione delle persone e dei servizi, nonché al fine di assicurare agli utenti un'effettiva facoltà di scelta nell'esercizio dei propri diritti e di comparazione delle prestazioni offerte sul mercato, dalla data di entrata in vigore del presente decreto **sono abrogate le disposizioni legislative e regolamentari** che prevedono con riferimento alle attività libero professionali e intellettuali:

Omissis

b) ***il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto, nonchè il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio il cui rispetto è verificato dall'Ordine****;*

TESTO COORDINATO DEL DECRETO-LEGGE 13 agosto 2011, n. 138

Testo del decreto-legge 13 agosto 2011, n. 138 (in Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 188 del 13 agosto 2011), coordinato con la legge di conversione 14 settembre 2011, n. 148 (in questa stessa Gazzetta Ufficiale alla pag. 1), recante: «Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e per lo sviluppo.». (11A12346) (GU n.216 del 16-9-2011)

Omissis

Titolo II

LIBERALIZZAZIONI, PRIVATIZZAZIONI ED ALTRE MISURE PER FAVORIRE LO SVILUPPO

Art. 3 Abrogazione delle indebite restrizioni all'accesso e all'esercizio delle professioni e delle attività economiche

1.Comuni, Province, Regioni e Stato, entro un anno dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, adeguano i rispettivi ordinamenti al principio secondo cui

l'iniziativa e l'attività economica privata sono libere ed è permesso tutto ciò che non è espressamente vietato dalla legge nei soli casi di:

Omissis

g) **la pubblicità informativa, con ogni mezzo, avente ad oggetto l'attività professionale, le specializzazioni ed i titoli professionali posseduti, la struttura dello studio ed i compensi delle prestazioni**, è libera. Le informazioni devono essere **trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere equivoche, ingannevoli, denigratorie.**

Omissis

DECRETO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA 7 agosto 2012, n. 137

Regolamento recante riforma degli ordinamenti professionali, a norma dell'articolo 3, comma 5, del decreto-legge 13 agosto 2011, n. 138, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 settembre 2011, n. 148. (12G0159) (GU n.189 del 14-8-2012)

Omissis

Art. 4 Libera concorrenza e pubblicità informativa

1. **E' ammessa con ogni mezzo la pubblicità informativa avente ad oggetto l'attività delle professioni regolamentate, le specializzazioni, i titoli posseduti attinenti alla professione, la struttura dello studio professionale e i compensi** richiesti per le prestazioni.

2. La pubblicità informativa di cui al comma 1 dev'essere **funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non deve violare l'obbligo del segreto professionale e non dev'essere equivoca, ingannevole o denigratoria.**

3. La violazione della disposizione di cui al comma 2 costituisce illecito disciplinare, oltre a integrare una violazione delle disposizioni di cui ai decreti legislativi 6 settembre 2005, n. 206, e 2 agosto 2007, n. 145.

Omissis

LEGGE 30/12/2018, N. 145

Legge di bilancio 2019, art. 1, commi 525-536 (G.U. 31/12/2018)

525. Le comunicazioni informative da parte delle strutture sanitarie private di cura e degli iscritti agli albi degli Ordini delle professioni sanitarie di cui al capo II della legge 11 gennaio 2018, n. 3, in qualsiasi forma giuridica svolgano la loro attività, comprese le società di cui all'articolo 1, comma 153, della legge 4 agosto 2017, n. 124, possono contenere unicamente **le informazioni di cui all'articolo 2, comma 1, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, funzionali a garantire la sicurezza dei trattamenti sanitari, escluso qualsiasi elemento di carattere promozionale o suggestivo,** nel rispetto della libera e consapevole determinazione del paziente, a tutela della salute pubblica, della dignità della persona e del suo diritto a una corretta informazione sanitaria.

536. In caso di violazione delle disposizioni sulle comunicazioni informative sanitarie di cui al comma 525, **gli ordini professionali sanitari territoriali,** anche su segnalazione delle rispettive Federazioni, **procedono in via disciplinare** nei confronti dei professionisti o delle società iscritti e segnalano tali violazioni **all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni** ai fini dell'eventuale adozione dei **provvedimenti sanzionatori di competenza**. Tutte le strutture sanitarie private di cura sono tenute a dotarsi di un **direttore sanitario iscritto all'albo** dell'ordine territoriale competente **per il luogo nel quale hanno la loro sede operativa** entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge.

COSA PUO' CONTENERE E COME DEVE ESSERE L'INFORMAZIONE SANITARIA

COSA PUO'CONTENERE

Titoli professionali e specializzazioni

Informazioni sull'attività professionale

Caratteristiche del servizio offerto – struttura dello studio

Onorario delle prestazioni

Nessuna notizia su avanzamenti nella ricerca e su innovazioni non ancora validate e accreditate dal punto di vista scientifico,

COME DEVE ESSERE

Veritiera

Trasparente

Corretta

Funzionale all'oggetto

Non promozionale

Non suggestiva

Non equivoca

Non ingannevole

Non denigratoria

GLOSSARIO

MESSAGGIO PROMOZIONALE

Qualunque forma di pubblicità commerciale finalizzata a potenziare la "vendita" di un servizio (nel caso specifico la prestazione odontoiatrica) oppure diretta ad acquisire un rapporto di clientela. Tale forma di pubblicità è esplicitamente vietata perché diretta ad incrementare la "vendita" di un prodotto quindi, nel nostro caso, nella promozione della prestazione odontoiatrica con finalità esclusivamente commerciali (esempi di promozione sono gli sconti, le offerte speciali, l'utilizzo di testimonial, l'organizzazione e partecipazione a determinati eventi, campioni gratuiti, offerte on-line). Qualsiasi prestazione professionale offerta in carenza di una preliminare visita diagnostica configura messaggio promozionale e quindi vietato.

MESSAGGIO SUGGESTIVO

È un messaggio di natura persuasiva mediante il quale il cittadino, in assenza di razionale e libera scelta, viene indotto ad una convinzione, pensiero o comportamento sulla base di un inconsapevole condizionamento di tipo psicologico ed emotivo.

ATTIVITA' PROFESSIONALE – CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO OFFERTO - STRUTTURA DELLO STUDIO

Le informazioni consentite sull' attività professionale riguardano le specifiche relative alle prestazioni svolte con l'indicazione dell'operatore che le esegue.

Le caratteristiche del servizio offerto devono indicare in modo obiettivo l'offerta professionale che il professionista o la struttura sono in grado di proporre e di realizzare. È possibile, ad esempio, essere menzionate nella comunicazione le branche praticate (implantologia, protesi, altro).

La struttura dello studio può essere oggetto del messaggio dell'informazione sanitaria purché le indicazioni siano obiettive e verificabili.

SPECIFICAZIONE DEI TITOLI E SPECIALIZZAZIONI PROFESSIONALI POSSEDUTE

I titoli e le specializzazioni professionali possedute devono avere carattere accademico e devono essere riconosciute dallo Stato. Possono essere oggetto dell'informazione anche i master ed i corsi di perfezionamento purché siano dimostrabili mediante certificazione dell'autorità che li ha emanati e riconosciuti dallo Stato.

COMPENSI

Le informazioni sui compensi applicati sono vietate qualora esse siano limitate solo all'indicazione delle tariffe o presentate con modalità prevalente rispetto agli altri elementi informativi consentiti.
Il compenso deve indicare il costo complessivo, allo scopo di consentire al cittadino la conoscenza dell'onere totale a suo carico in merito alla terapia proposta.

INFORMAZIONE TRASPARENTE

È la comunicazione che risulta assolutamente chiara e palese e non induce il cittadino a credere ad aspetti della prestazione professionale non comprovati o comprovabili. A titolo esemplificativo si può menzionare l'utilizzo improprio di termini non conformi alla norma autorizzativa come clinica, centro, ecc. DPR 137 del 7.8.2012 ART. 4 COMMA 2

INFORMAZIONE VERITIERA

È la comunicazione che corrisponde alla realtà in maniera dimostrabile. A titolo esemplificativo possono indicarsi come non veritiere quelle comunicazioni in riferimento al possesso di diplomi di specializzazione mai acquisiti o il possesso di specializzazioni non esistenti a livello accademico. Esempio: specialista in implantologia o specialista in protesi.

INFORMAZIONE CORRETTA

È la comunicazione che risulta in linea con i principi specificati nella normativa di legge e nel Codice Deontologico. Non lo è la forma di pubblicità informativa priva di contenuti di informazione professionale e lesiva del decoro e della dignità della professione.

INFORMAZIONE FUNZIONALE ALL'OGGETTO

È la comunicazione che, in tema di trattamenti sanitari, deve riguardare esclusivamente l'oggetto dell'informazione, senza sconfinare in aspetti che non siano direttamente attinenti allo stesso.
A titolo esemplificativo non risultano funzionali all'oggetto messaggi pubblicitari che utilizzano slogan o immagini che non hanno nulla a che vedere con la professione odontoiatrica.

INFORMAZIONE EQUIVOCA

È il messaggio che può essere inteso in modi differenti, con caratteristiche di ambiguità, finalizzato

a fornire un'informazione non chiara al fine di confondere il paziente.

INFORMAZIONE INGANNEVOLE

È finalizzata a indurre in errore il paziente mediante un messaggio fuorviante, falsato e distorto al fine di condizionarne la scelta.

Tipico esempio di pubblicità ingannevole in questo campo è la promessa di interventi miracolistici atti a risolvere patologie senza basarsi su evidenze scientifiche comprovate o la pubblicità mascherata con articoli di carattere giornalistico.

INFORMAZIONE DENIGRATORIA

È quella diretta a screditare o sminuire l'opera professionale di un collega o di una struttura allo scopo di promuovere la propria attività.

Rientra in questo generico divieto anche la cosiddetta pubblicità comparativa volta a paragonare la propria attività con quella di altri studi o di altre strutture. A questo riguardo rimangono valide le disposizioni dell'art. 56 del codice di Deontologia Medica.

CASISTICA PIU' FREQUENTE

PRESTAZIONE GRATUITA

Il professionista può sempre prestare gratuitamente la propria opera purché tale comportamento non costituisca concorrenza sleale o sia finalizzato a indebito accaparramento di clientela (art. 54 ultimo comma del Codice di Deontologia medica). Deve essere chiaro che la prestazione gratuita e formule equivalenti (es. visita senza impegno) risultano non consentite nel momento in cui vengono pubblicizzate

VISITA ODONTOIATRICA

La visita in odontoiatria deve essere considerata una fase di fondamentale importanza nell'iter diagnostico-terapeutico. Pertanto, pubblicizzarne la gratuità o riferirla ad un impegno economico o ad un preventivo-spesa (ad es. "visita senza impegno") risulta elemento affatto promozionale e quindi vietato

CONCLUSIONI

Questo documento vuole rappresentare una **linea di indirizzo** che consenta alle CAO territoriali di **interpretare correttamente ed in maniera omogenea** sul territorio nazionale la natura e qualità del messaggio informativo.

Abbiamo cercato di inserire tutte quelle considerazioni e valutazioni che, a nostro parere, risultino **supportate dalla normativa e sostenibili nei vari gradi di un eventuale giudizio**. Pertanto, sono stati esclusi, se non sorretti dalle norme, le opinioni personali e gli auspici seppure condivisi.

Quanto esposto viene da noi ritenuto ad oggi **adeguato e funzionale** rispetto alla valutazione del messaggio che ogni CAO dovrà effettuare **in piena autonomia**, anche nella prospettiva dell'attuazione di misure disciplinari.

S'intende che, come già detto, il presente documento è dichiaratamente ed oggettivamente **suscettibile di aggiornamenti e perfezionamenti**, previo esame e relativa approvazione della Commissione Albo Odontoiatri Nazionale.