

Ai gentili clienti
Loro sedi

Professioni regolamentate e pubblicità informativa

Gentile cliente, con la presente desideriamo informarla che **il Dpr n. 137 del 7 agosto 2012**, pubblicato in Gazzetta Ufficiale in data 14 agosto 2012, ed in vigore dal giorno successivo, **ha regolamentato la pubblicità informativa**, così come previsto dall'articolo 3, comma 5, lettera g), del Decreto legge 13 agosto 2011, n. 138, **che consente al singolo professionista, ovvero all'associazione professionale o alla società tra professionisti** (a cui lo stesso aderisce), **di promuovere l'attività professionale esercitata. Condizione necessaria per poter pubblicizzare la propria professione è che l'attività promozionale risulti funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non violi l'obbligo del segreto professionale, ovvero non risulti essere equivoca, ingannevole o denigratoria. Rispettate le predette condizioni, ogni professionista potrà, con ogni mezzo**, (vale a dire a radio, televisione, rete, carta stampata) **rendere note al pubblico, le specializzazioni, i titoli posseduti attinenti alla professione, la struttura dello studio professionale e i compensi richiesti per le prestazioni**. La relazione illustrativa al D.P.R. in commento dà una propria interpretazione di pubblicità informativa: "*deve comprendersi logicamente la pubblicità comparativa in termini assoluti e non quella comparativa in senso stretto, tradotta con raffronti relativi ad altri specifici professionisti*". Vale a dire che, **la pubblicità informativa, potrà, ad esempio, avere ad oggetto informazioni circa l'organizzazione dello studio ed i compensi praticati, purché non comparativi con quelli applicati da altri studi o professionisti esercenti attività analoghe e similari**. Ricordiamo, infine, che la **mancata osservanza delle regole di correttezza e veridicità dell'informazione, oltre ad essere punita con una sanzione disciplinare, può costituire, altresì, una violazione delle disposizioni del codice del consumo**, qualora il messaggio pubblicitario risultasse ingannevole o denigratorio.

Quadro Normativo

Con la **manovra d'Agosto (decreto legge 13 agosto 2011, n. 138)**, il Governo ha introdotto alcune disposizioni destinate a liberalizzare il settore dei **servizi professionali**. In particolare, **l'art.3, comma 5, lettera g), del predetto decreto**, con il chiaro intento di incentivare la concorrenza, **riconosce ai professionisti**, appartenenti ad un ordine o collegio, **di pubblicizzare, con ogni mezzo l'attività professionale esercitata**.

OSSERVA

La norma ripropone, in buona sostanza, quello che era stato indicato nell'art. 2 del D.L. 4 luglio 2006, n. 223 (cd. decreto Bersani), ovvero **la possibilità per tutti i professionisti di svolgere, secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio, la pubblicità informativa** circa i seguenti aspetti:

- **i titoli e le specializzazioni** professionali,
- **le caratteristiche del servizio** offerto,
- **il prezzo e i costi complessivi** delle prestazioni.

Nella predetta disposizione, viene ribadito che **la pubblicità informativa** avente ad oggetto l'attività professionale, le specializzazioni ed i titoli professionali posseduti, la struttura dello studio ed i compensi delle prestazioni, **è libera specificando che potrà essere effettuata con qualsiasi mezzo**.

OSSERVA

Rispetto alla precedente scrittura prevista dal D.L. n. 223/2006, **viene eliminato l'inciso secondo cui il rispetto della correttezza delle informazioni pubblicitarie è verificato dall'ordine**, e, pertanto, chiunque si ritenga danneggiato dall'eventuale pubblicità ingannevole **avrà a disposizione gli ordinari rimedi previsti dall'ordinamento civile**.

Il recente articolo 4 del D.P.R. 137/2012 recante regolamento di riforma degli ordinamenti professionali **attua le previsioni contenute nel D.L. 138/2011, con l'effetto che, con la sua entrata in vigore il 15 agosto 2012** (giorno successivo della sua pubblicazione in Gazzetta Ufficiale) sono **decadute tutte le limitazioni poste da disposizioni settoriali**.

OSSERVA

Quanto sopra risponde all'esigenza che ha portato il legislatore a dettare una disciplina che, ispirandosi ai principi di libera concorrenza, invita gli ordinamenti professionali a far sì che l'esercizio dell'attività sia conforme:

- ai principi di libera concorrenza;

- alla presenza diffusa dei professionisti su tutto il territorio nazionale;
- alla differenziazione e pluralità di offerta che garantisca l'effettiva possibilità di scelta degli utenti nell'ambito della più ampia informazione relativamente ai servizi offerti.

Soggetti interessati

Il regolamento riguarda tutte le professioni ordinistiche, fatte salve le specificità di quelle sanitarie. In particolare, sono **interessati all'obbligo** in parola:

- **i professionisti dell'area tecnica** quali, ad esempio, architetti, geometri, ingegneri, periti industriali, agronomi ecc.;
- **i professionisti dell'area giuridico economica**, quindi, avvocati, dottori commercialisti e consulenti del lavoro ecc..

Caratteristica della pubblicità informativa

Il D.P.R. 137/2012 consente la **pubblicità informativa** precisando che questa possa avere ad **oggetto**:

- **l'attività della professione esercitata;**
- **le specializzazioni;**
- **i titoli posseduti attinenti alla professione;**
- **la struttura dello studio professionale;**
- **i compensi richiesti per le prestazioni.**

OSSERVA

Nel concetto di pubblicità informativa, così come si legge nella relazione illustrativa al D.P.R. 137/2012, *"deve comprendersi, logicamente, la pubblicità comparativa in termini assoluti e non quella comparativa in senso stretto, tradotta con raffronti relativi ad altri specifici professionisti"*. In altri termini, **la pubblicità informativa, può avere ad oggetto informazioni circa l'organizzazione dello studio ed i compensi praticati, purché non comparativi con quelli applicati da altri studi o professionisti esercenti attività analoghe e similari**

Ai fini dell'attività promozionale, **i professionisti potranno utilizzare ogni mezzo;** vale a dire che è ammessa ogni forma pubblicitaria: dal volantinaggio, all'uso di siti internet, alla carta stampata e alla diffusione radio televisiva.

Per poter reclamizzare l'attività professionale esercitata, **è necessario che il professionista si assicuri che le informazioni pubblicizzate:**

- **siano strettamente funzionali all'oggetto;** vale a dire che la pubblicità non deve, in nessun caso, assumere caratteri di eccentrica estraneità ai contenuti professionali stessi.

- rispettino criteri di veridicità e correttezza;
- non risultino essere equivoche, ingannevoli o denigratorie;
- non ledano l'obbligo del segreto professionale.

OSSERVA

La *ratio* di tale disposizione è quella di consentire al professionista di presentare e promuovere liberamente idee e servizi e prodotti nelle forme accattivanti ed evocative, rispettose del linguaggio e delle caratteristiche culturali della platea di utenza cui sono dirette.

La mancata osservanza delle regole di correttezza e veridicità dell'informazione comporta, in capo al trasgressore:

- una sanzione disciplinare;
- una violazione delle disposizioni del codice del consumo, qualora il messaggio pubblicitario risultasse ingannevole o denigratorio

La situazione vigente in materia di pubblicità informativa

In realtà, già da diverso tempo molte categorie professionali si erano date regole volte a consentire forme di pubblicità con caratteristiche simili a quelle appena commentate.

Agronomi e forestali	Nel codice deontologico del CONAF era già prevista la possibilità di fare pubblicità;
Agrotecnici	La pubblicità, purché veritiera e non denigratoria, era già ammessa.
Architetti	Le forme pubblicitarie sul web sono già molto diffuse.
Attuari	Il loro codice deontologico risulta in gran parte allineato a quanto sopra commentato, si tratterà di fare solo qualche implementazione.
Avvocati	Il rigore delle norme sulla pubblicità imposto agli avvocati è finito nel mirino dell'antitrust; il consiglio nazionale forense ha respinto l'idea di aprire a logiche mercantilistiche a vantaggio di pochi e a danno di molti.
Chimici	Era già previsto che la pubblicità informativa potesse essere realizzata dai chimici, fermo restando che fosse necessario verificare la correttezza dei contenuti reclamizzati.
Commercialisti	Carte in regola rispetto ai contenuti del D.P.R. 137/2012: per i commercialisti, infatti, è già tutto previsto.
Consulenti del lavoro	L'articolo 31 del rispettivo codice deontologico detta le regole della <i>Pubblicità informativa</i> consentita agli iscritti e sancisce che questa può avere ad oggetto i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto,

	nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni e deve essere svolta secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio, il cui rispetto è verificato dall'Ordine.
Notai	Primo ordine professionale ad ammettere la pubblicità informativa.

Tabella di sintesi

NOVITÀ IN MATERIA di PUBBLICITÀ INFORMATIVA	
Professionisti interessati	<ul style="list-style-type: none"> • Professionisti dell'area tecnica quali, ad esempio, architetti, geometri, ingegneri, periti industriali, agronomi ecc.; • i professionisti dell'area giuridico economica, quindi, avvocati, dottori commercialisti e consulenti del lavoro ecc. <p>Sono esclusi dall'obbligo in parola, tutti quei professionisti che operano nell'ambito del settore medico sanitario.</p>
Oggetto della pubblicità informativa	La pubblicità informativa può avere ad oggetto, l'attività della professione esercitata, le specializzazioni, i titoli posseduti attinenti alla professione, la struttura dello studio professionale e i compensi richiesti per le prestazioni.
Strumenti informativi	Ai fini dell'attività promozionale, si potrà utilizzare ogni mezzo : dal volantinaggio, all'uso di siti internet, alla carta stampata e alla diffusione radio televisiva
Caratteristiche della pubblicità informativa	La pubblicità informativa deve essere funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non deve violare l'obbligo del segreto professionale e non deve essere equivoca, ingannevole o denigratoria .
Regime sanzionatorio	Il mancato rispetto delle regole di correttezza e veridicità dell'informazione 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 (codice del consumo).
Decorrenza	Le suddette regole decorrono dalla data di entrata in vigore del D.P.R. 137/2012, ovvero dal 15 agosto 2012 , sebbene molte categorie professionali si erano date regole volte a consentire forme di pubblicità con caratteristiche simili a quelle appena commentate.

Lo Studio rimane a disposizione per ogni ulteriore chiarimento e approfondimento di Vostro interesse. Cordiali saluti

DOTTORESSA ANNA FAVERO