

Una sentenza della Cassazione che ha riconosciuto legittima la pubblicità di un medico

Professionisti, il volantino è lecito

Sì a prezzi parametrati sulle ormai abrogate tariffe minime

Pagina a cura
DI CINZIA DE STEFANIS

Farsi pubblicità attraverso la diffusione di volantini non è deontologicamente scorretto né è lesivo del decoro e della dignità professionale. Inoltre il messaggio commerciale non è falso nella parte in cui postula l'esistenza di una tariffa minima nazionale, ormai abrogata. Questo il principio contenuto nella sentenza del 12 luglio 2012 n. 11816 dalla terza sezione della Corte di cassazione.

Il caso - Un dentista è stato sottoposto a un procedimento disciplinare da parte dell'Ordine dei medici di appartenenza in quanto aveva diffuso volantini dove erano descritte le prestazioni offerte e i relativi prezzi parametrati rispetto ai minimi tariffari di riferimento. La commissione dell'Ordine dei medici ha irrogato al professionista la sanzione della sospensione di un mese dall'esercizio della professione per aver diffuso i volantini pubblicitari. La commissione ha ritenuto, infatti, che la diffusione dei volantini pubblicitari fosse deontologicamente scorretta, in quanto lesiva del decoro e della dignità professionale. E la diffusione degli stessi era ispirata a realtà di esclusiva natura commerciale e che il messaggio fosse falso e ingannevole perché postulava l'esistenza di una tariffa minima nazionale, ormai abrogata. La commissione dell'Ordine dei

LA MASSIMA

Corte di cassazione, terza sezione, sentenza del 12 luglio 2012 n. 11816

L'esercente una professione medica (nella specie odontoiatrica) può promuovere tramite la diffusione di volantini pubblicitari prezzi inferiori a quelli previsti dalle tariffe minime anche se queste sono state abrogate. L'assunto dell'ambiguità e del carattere ingannevole del riferimento alla tariffa proposta dall'odontoiatra è viuziato da un'insopprimibile insofferenza verso il ricorso al mezzo pubblicitario da parte dell'esercente la professione medica.

La Ue chiede codici di condotta

I giudici della Corte di giustizia europea con la sentenza 5/4/2011, causa C-119/09 ribadiscono di sopprimere i divieti totali in materia di comunicazioni commerciali per le professioni regolamentate, revocando non i divieti relativi al contenuto di una comunicazione commerciale bensì quei divieti che, in generale e per una determinata professione, proibiscono una o più forme di comunicazione commerciale, per esempio il divieto assoluto di pubblicità in un determinato o in determinati mezzi di comunicazione. Per quanto riguarda il contenuto e le modalità delle comunicazioni commerciali, occorre incoraggiare gli operatori del settore a elaborare, nel rispetto del diritto comunitario, codici di condotta a livello comunitario. In via preliminare, rilevano che l'art. 24 della direttiva

2006/123 sancisce due obblighi a carico degli stati membri. Da un lato, l'art. 24, n. 1, esige che gli stati membri sopprimano tutti i divieti assoluti in materia di comunicazioni commerciali delle professioni regolamentate. Dall'altro, il n. 2 del medesimo articolo obbliga gli stati membri a provvedere affinché le comunicazioni commerciali che promanano dalle professioni regolamentate ottemperino alle regole professionali, conformi al diritto dell'Unione, riguardanti, in particolare, l'indipendenza, la dignità e l'integrità della professione nonché il segreto professionale, nel rispetto della specificità di ciascuna professione. Le suddette regole professionali devono essere non discriminatorie, giustificate da un motivo imperativo di interesse generale e proporzionate.

medici, nel confutare la tesi difensiva del professionista ha affermato che: la necessità di chiarire il significato del riferimento alla tariffa minima nazionale (rispetto alla quale i prezzi praticati dalla struttura risultavano ridotti di 2/3) è indice di mancan-

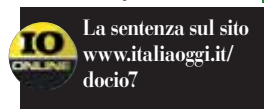
za di trasparenza del messaggio pubblicitario e in contrasto con il principio di correttezza; le innovazioni in materia di pubblicità sancite dalla normativa comunitaria e dal decreto Bersani non avevano inciso sulla competenza degli ordini professionali

di verificare la rispondenza dei messaggi pubblicitari ai criteri di trasparenza e veridicità.

La posizione della Cassazione - I giudici di terzo grado in camera di consiglio hanno ricordato che le disposizioni comunitarie risultano ispirate alla

massima liberalizzazione possibile delle prestazioni di servizi (ivi comprese quelle di tipo professionale). Nella sentenza del 5 aprile 2011, causa C-119/09 la Corte di giustizia europea ha sottolineato l'obbligo sancito per gli stati membri della Comunità dall'art. 24 della direttiva del 2006 n. 123 di sopprimere tutti i divieti in materia di comunicazioni commerciali delle professioni regolamentate (si veda il box in pagina). La Cassazione afferma, inoltre, che l'articolo 2 del d. l. n. 223 del 2006 convertito nella legge 4 agosto 2006 n. 248 (decreto Bersani) ha sancito, fin dalla sua entrata in vigore, l'abrogazione delle disposizioni legislative e regolamentari che prevedono, con riferimento alle attività libero professionali e intellettuali, il divieto, anche parziale di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni, le caratteristiche del servizio offerto, nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni. Sulla base delle considerazioni esposte la Corte ha accolto il ricorso del dentista e ha ribadito che il richiamo fatto all'odontoiatra non andava sanzionato. La genericità della promessa, era diretta a incidere sulla capacità persuasiva del messaggio.

© Riproduzione riservata



Disco verde alla comparazione tra studi

Pubblicità informativa, libero accesso alla professione, formazione continua, tirocinio retribuito, preventivo e assicurazione obbligatoria. Sono i principi contenuti nello schema di regolamento n. 35, approvato dal consiglio dei ministri del 15 giugno 2012. Gli ordini professionali, entro il 13 agosto 2012 dovranno adeguarsi ai nuovi principi; in assenza di riforma, saranno abrogate tutte le norme contenute negli ordinamenti che risultino in contrasto con i principi elencati nell'articolo 3, comma 5 della legge 148/2011. Successivamente, il governo, entro il 31 dicembre 2012, provvederà a raccogliere le disposizioni di legge che non risultano abrogate per effetto dell'articolo 3, comma 5 bis, del d. l. 138/2011. In tema di pubblicità, in particolare, si sostiene che è consentita con ogni mezzo e può anche avere a oggetto, oltre all'attività professionale esercitata, i titoli e le specializzazioni del professionista.

È l'articolo 4 del regolamento rubricato «libera concorrenza e pubblicità informativa», che disciplina in chiave di incentivazione della concorrenza, la pubblicità informativa

Consiglio di stato

Sezione consultiva - Adunanza 5 luglio 2012 n. 5262

Il Consiglio di stato con il parere n. 5262 si pronuncia nel seguente modo:

- boccia il limite di tre praticanti per studio e anche l'obbligatorietà del tirocinio per tutte le categorie professionali;
- valutare anche se il limite massimo di sei mesi svolti all'estero non confligga con le disposizioni Ue;
- sull'assicurazione professionale, poi, sarebbe importante una stretta che riporti ai soli ordini la negoziazione delle polizze;
- sul fronte della formazione, gli ordini non dovrebbero giovare di situazioni di favore.

Consiglio di stato

Parere 5 luglio 2012 n. 5181

Parere favorevole del Consiglio di stato allo schema di decreto sulla liquidazione dei compensi professionali da parte del giudice. Ma nel contempo osservazioni dettagliate relative: obbligo di introdurre nel compenso anche le spese e di produrre in giudizio il preventivo a pena di penalità; eliminazione dell'indicazione di soglie minime; possibilità di adeguamenti inferiori agli indici Istat, fino a prevedere incentivi per il legale che faccia scelte che incidono sulla celerità del provvedimento. Da ultimo, un richiamo sulle formule di calcolo: troppo complesse, il cliente rischia di non comprenderle.

dell'attività professionale. Nel concetto di pubblicità informativa deve comprendersi la pubblicità comparativa in termini assoluti e non quella comparativa in senso stretto, tradotta con raffronti relativi ad altri specifici professionisti. Tale pubblicità è ammessa con ogni mezzo e può concernere anche le specializzazioni e i titoli posseduti dal professionista, l'organizzazione dello studio professionale, nel senso della sua composizione, nonché i compensi richiesti per le prestazioni. Le informazioni rese mediante pubblicità devono essere strettamente funzionali all'oggetto, in tal modo si evita ogni necessità di riferimento ambiguo alla dignità e al decoro professionale e devono rispettare criteri di veridicità e correttezza e non possono essere equivoche, ingannevoli o denigratorie, né devono violare l'obbligo del segreto professionale. La pubblicità scorretta ed ingannevole integra per il professionista che l'ha adottata l'illecito disciplinare.