

Una sentenza della Corte di giustizia europea in contrasto con il decreto Bersani 2006

## Pubblicità, l'Albo è legittimato a vietarla ai professionisti

DI ANTONIO CICCIA

**S**i può vietare al professionista di farsi pubblicità. Così ha disposto la sentenza del 13 marzo 2008 (causa C 446/05) della Corte di giustizia europea, chiamata a risolvere una questione pregiudiziale di interpretazione del Trattato europeo in materia di pubblicità di prestazioni di cure dentistiche.

Nell'ambito di un procedimento penale contro un odontotecnico per contestate violazioni alla normativa relativa alla pubblicità in materia di cure dentistiche è emerso il dubbio della compatibilità con la normativa europea della legge belga che vieta qualsiasi pubblicità delle prestazioni dentistiche.

Nel caso specifico la pubblicità è stata effettuata in un elenco telefonico e gli annunci pubblicitari contenevano informazioni oggettive, come i servizi offerti, l'indirizzo, il numero di telefono e gli orari di apertura.

Il titolare dell'attività ha sostenuto che la pubblicità costituisce uno strumento essenziale alla libera concorrenza economica e ha invocato l'articolo 10 del Trattato comunitario per sostenere che le imputazioni a suo carico relative alla pubblicità per cure dentistiche erano infondate.

Da qui il ricorso dell'autorità giudiziaria nazionale per le opportune verifiche in sede di giustizia comunitaria, chiamata a valutare se una determinata restrizione alla libertà di azione delle

### Così la normativa

<b>Corte di giustizia</b>	Compatibile con l'ordinamento europeo una norma nazionale che vieti la pubblicità alle professioni
<b>Legge italiana:</b>	Ammessa la pubblicità informativa
<b>Codice deontologico avvocati:</b>	Vietata la pubblicità ingannevole, elogiativa, comparativa
<b>Codice deontologico avvocati:</b>	Nei siti degli studi legali niente riferimenti commerciali e/o pubblicitari mediante l'indicazione diretta o tramite banner o pop-up

libere professioni conduca in effetti a una restrizione della concorrenza sul mercato interessato ai sensi dell'art. 81 CE.

La Corte di giustizia ha risposto negativamente al quesito se l'articolo 81 trattato CE è in contrasto con una normativa nazionale che, nell'ambito dell'esercizio di una libera professione vieti di effettuare qualsivoglia pubblicità, direttamente o indirettamente (nel caso specifico nel settore delle cure dentistiche). La Corte richiama il fatto che, sebbene gli articoli 81 CE e 82 CE riguardino esclusivamente la condotta delle imprese, è anche vero che tali articoli obbligano gli stati membri a non adottare o a mantenere in vigore provvedimenti, anche di natura legislativa o regolamentare, idonei a eliminare l'effetto utile delle regole di concorrenza applicabili alle imprese.

Tuttavia una legge anti-pubblicità per i professionisti non è stata ritenuta in contrasto con la normativa comunita-

ria, in quanto è stato negato al professionista lo status di impresa.

E anzi, anche supponendo che il dentista fosse un'impresa la Corte non ha accertato nessuna decisione di associazione di imprese o di una pratica concordata pregiudizievole del commercio tra gli stati membri.

Da qui la decisione: l'articolo 81 CE non osta a una normativa nazionale come quella della legge belga, che vieti a chiunque nonché ai prestatori di cure dentistiche, nell'ambito di una libera professione o di uno studio dentistico, di effettuare qualsivoglia pubblicità nel settore delle cure dentistiche.

Per quanto riguarda gli avvocati la materia è regolata dal decreto Bersani (legge 223/2006), che all'articolo 2 ha abrogato il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali, le caratteristiche del servizio offerto, nonché il prezzo e i costi complessivi delle prestazioni secondo criteri di trasparenza e veridicità del messaggio il cui rispetto è verificato dall'ordine.

È sufficiente fare una ricerca su internet avvalendosi dei più comuni motori di ricerca per constatare che è sorto un mercato della pubblicità informativa, la quale rappresenta anche a livello deontologico lo spartiacque tra attività promozionale lecita e illecita.