

Orientamenti in tema di Informazioni sull'attività notarile (Pubblicità informativa) > Principio generale

Principio generale

La pubblicità informativa “ammessa con ogni mezzo” non significa “in ogni modo”, ma “con ogni possibile mezzo di comunicazione”.

Se ciò in linea generale vale per tutte le professioni regolamentate, assume una valenza ancora più pregnante per il notaio, in virtù della sua qualifica di pubblico ufficiale, a cui lo Stato ha delegato il potere di certificazione e di attribuzione agli atti della pubblica fede. Essa pertanto consiste principalmente nella diffusione di specifiche notizie sull'attività del notaio e si sostanzia in un dovere di corretta informazione, rimanendo escluso qualsiasi contenuto “emozionale”, “subliminale” o enfatico, come tale volto alla mera notorietà del notaio.

E' dunque corretta ogni informazione che consenta al cliente una scelta ponderata e razionale e che non sia in contrasto con i principi del decoro e del prestigio della classe notarile nonché della dignità e della reputazione del notaio; scorretta quella che si sostanzia in una mera o diretta sollecitazione della clientela.

Di conseguenza non sono conformi le tecniche c.d. “push”, che mirano a “spingere” indiscriminatamente il messaggio nei confronti di ogni potenziale fruitore; diversamente dalle tecniche c.d. “pull” ove l'iniziativa è del cliente, che non subisce l'informazione, ma la cerca, la seleziona con un interesse che egli stesso decide di approfondire.

Illustrazione

Il principio evidenzia che non vi sono limiti quanto al mezzo, mentre vi sono precisi limiti, imposti dalla legge e dalla pubblica funzione affidata al notaio dallo Stato, quanto ai contenuti.

La pubblicità professionale non può essere che “informativa”. Si tratta più propriamente di una “informazione sull'attività notarile” che esclude qualsiasi utilizzo di tecniche pubblicitarie fondate su mezzi di coinvolgimento emotivo del destinatario o prive di un reale contenuto informativo “attinente all'oggetto”.

Lo scopo che il legislatore ha presente nel normare la materia è infatti - sia a livello nazionale che a livello comunitario e in linea con le più moderne teorie economiche - non di consentire al notaio una sollecitazione diretta della clientela, che non ha alcuna attinenza con la funzione affidatagli dallo Stato, ma di consentire al cliente di acquisire tutte le informazioni utili ad una scelta ponderata del notaio stesso.

Sotto il profilo dei contenuti la legge è molto chiara. L'informazione deve essere “funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non deve violare l'obbligo del segreto professionale e non dev'essere equivoca, ingannevole o denigratoria”.

Sotto il profilo delle modalità, il quadro normativo e le pronunce della Suprema Corte escludono ogni richiamo o messaggio che si pongano in contrasto con i principi del decoro e del prestigio della classe notarile, della dignità e della reputazione del notaio o che si sostanzino in una mera sollecitazione della clientela.

E' dunque agevole comprendere perché - al di là dei contenuti - non sono comunque conformi le tecniche c.d. “push”, nelle quali il fruitore subisce “l'informazione” spesso senza poterla evitare e nella maggior parte dei casi senza un apprezzabile interesse attuale.