

Orientamenti in tema di Informazioni sull'attività notarile (Pubblicità informativa) > **Quadro normativo di riferimento**

Quadro normativo di riferimento

Il Regolamento per la riforma degli ordinamenti professionali (D.P.R. 3 agosto 2012, n. 137) all'art. 4 (Libera concorrenza e pubblicità informativa) prevede:

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.

Il richiamo al Codice del Consumo e alla disciplina della Pubblicità "ingannevole" è particolarmente significativo quanto agli intenti ed ai contenuti della "pubblicità informativa".

In particolare l'art. 4 comma 2 del Codice del Consumo stabilisce che "le attività destinate all'educazione dei consumatori, svolte da soggetti pubblici o privati, non hanno finalità promozionale, sono dirette ad esplicitare le caratteristiche di beni e servizi e a rendere chiaramente percepibili benefici e costi conseguenti alla loro scelta; prendono, inoltre, in particolare considerazione le categorie di consumatori maggiormente vulnerabili".

L'art. 5 comma 2 ribadisce che "sicurezza, composizione e qualità (...) dei servizi costituiscono contenuto essenziale degli obblighi informativi".

La norma è conforme agli orientamenti europei (direttiva CE n. 123 d.d. 12/12/2006 relativa ai servizi nel mercato interno (c.d. Direttiva Bolkestein)), che, pur sopprimendo ogni divieto in materia di comunicazione informativa, prevede che il messaggio sia veritiero, conforme alle regole professionali e tenga conto della integrità, della dignità e del segreto professionale.

D'altra parte, con riferimento alle informazioni via web, la direttiva in materia di commercio elettronico 2000/31/CE (attuata con il d.lgs. 9 aprile 2003, n. 70), aveva già previsto che nelle professioni regolamentate la comunicazione "commerciale" «deve essere conforme alle regole di deontologia professionale e in particolare all'indipendenza, alla dignità, all'onore della professione, al segreto professionale e alla lealtà verso clienti e colleghi».

La direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali c.d. sleali (attuata con il d.lgs. 2 agosto 2007, n. 146) aveva previsto il divieto della pubblicità ingannevole, della pubblicità molesta e della pubblicità contraria alle norme di diligenza professionale; quest'ultima individuata nel «normale grado della specifica competenza ed attenzione che ragionevolmente i consumatori attendono da un professionista nei loro confronti rispetto ai principi generali di correttezza e di buona fede nel settore di attività del professionista».

L'art. 147 della Legge Notarile, come riformato dal D. Lgs. 249/2006, recita:

«1. E' punito con la censura o con la sospensione fino ad un anno o, nei casi più gravi, con la destituzione, il notaio che pone in essere una delle seguenti condotte:

- a) compromette, in qualunque modo, con la propria condotta, nella vita pubblica o privata, la sua dignità e reputazione o il decoro e prestigio della classe notarile;
- b) viola in modo non occasionale le norme deontologiche elaborate dal Consiglio nazionale del notariato;
- c) fa illecita concorrenza ad altro notaio, con riduzioni di onorari, diritti o compensi, ovvero servendosi dell'opera di procacciatori di clienti, di richiami o di pubblicità non consentiti dalle norme deontologiche, o di qualunque altro mezzo non confacente al decoro ed al prestigio della classe notarile.

2. La destituzione è sempre applicata se il notaio, dopo essere stato condannato per due volte alla sospensione per la violazione del presente articolo, vi contravviene nuovamente nei dieci anni successivi all'ultima violazione.».

Il codice deontologico notarile in vigore stabilisce agli articoli 15 e 18 che:

“15. - Nell'interesse collettivo, è consentita la pubblicità informativa, improntata alla sobrietà, concernente dati personali attinenti l'attività e situazioni ed elementi organizzativi fondati su dati obiettivi e verificabili, nel rispetto dell'indipendenza, della dignità e della integrità della funzione pubblica nonché del segreto professionale.

E' vietata la pubblicità ingannevole, comunque attuata.

16. - Agli effetti dell'articolo 15, possono essere diffusi dati personali, obiettivi e verificabili, quali, a titolo esemplificativo, quelli relativi a:

- titoli di studio e professionali legalmente riconosciuti;
- docenza universitaria o in scuole di formazione;
- frequenza di master o corsi di specializzazione o perfezionamento in ambito giuridico;
- svolgimento di conferenze in convegni giuridici;
- pubblicazioni giuridiche;
- conseguimento dei crediti formativi previsti;
- incarichi in organismi ufficiali del Notariato;
- partecipazione ad enti associativi senza scopo di lucro.

E' ammessa inoltre quale pubblicità informativa quella relativa a:

- disponibilità di lavoro in determinati giorni ed ore;
- struttura organizzativa dello studio;
- ubicazione e modalità di accesso allo studio;
- conoscenza da parte del notaio o del personale di studio di determinate lingue straniere.

L'informativa circa il compenso e i costi complessivi della prestazione deve rispondere a criteri di trasparenza e veridicità, specificando analiticamente spese, anticipazioni, onorari, diritti e compensi.

A tutela del cliente i Consigli Notarili Distrettuali vigilano sul rispetto dei suddetti criteri.

17. - Nel rispetto della funzione pubblica (e del prestigio e del decoro della categoria e per colmare asimmetrie informative) è consentito al notaio pubblicizzare i dati di cui all'articolo 15.

18 - La partecipazione o collaborazione a trasmissioni o rubriche radio-televisive o giornalistiche, anche in forma di intervista nonché a iniziative e/o manifestazioni culturali, sportive, e, comunque, aperte al pubblico (pur se comporta indirettamente occasione di notorietà professionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa), non deve costituire strumento per la diffusione di dati pubblicitari diversi da quelli previsti dall'art. 15 e, per le circostanze di svolgimento, per l'immagine generale che si offre della figura del notaio e per la qualità e l'attendibilità dell'informazione, non deve ledere il prestigio ed il decoro della categoria”.

La posizione della Cassazione sul tema è chiaramente espressa in una recente sentenza:

Cassazione civile, Sezione sesta - 23 Marzo 2012 - n° 4721

“In materia di responsabilità disciplinare dei notai, l'art.147 Legge notarile individua con chiarezza l'interesse che si ritiene meritevole di tutela, identificandolo nella salvaguardia della dignità e della reputazione del notaio, nonché nel decoro e nel prestigio della classe notarile, determinando la condotta sanzionabile in quella idonea a compromettere l'interesse tutelato. In particolare, si individua come illecita concorrenza quella effettuata (...)

servendosi (...) di richiami o di pubblicità non consentiti dalle norme deontologiche, o di qualunque altro mezzo non confacente al decoro ed al prestigio della classe notarile.

La norma menzionata, sebbene non pone una limitazione della concorrenza tra i notai - la cui liceità anzi implicitamente riconosce -vieta solamente le forme illecite, non in sé, bensì quale forma di lesione del bene protetto dalla norma del decoro e del prestigio della classe notarile, e prevede che la concorrenza illecita può concretizzarsi in una serie di

comportamenti tipici (riduzione di onorari e diritti accessori, procacciatori di clienti, pubblicità) o atipici (utilizzo di qualunque altro mezzo non confacente al decoro e al prestigio della classe notarile), tra i quali va ricompresa la ricerca da parte del notaio di clientela mediante il ricorso a mezzi illeciti o scorretti”.

Storicamente va anche sottolineato come il notariato italiano abbia consentito l'informazione sulla attività al cittadino, con determinazione del Consiglio nazionale del 2005, un anno prima della prescrizione normativa. E ciò a dimostrazione della volontà di consentire una informazione positiva, a beneficio delle scelte del cittadino, in un campo così delicato come la sicurezza della contrattazione affidata alla pubblica fede notarile.

L'impostazione del quadro europeo e nazionale è del resto confermata da quanto previsto nei codici deontologici delle professioni giuridico-legali anche del mondo anglosassone (ad es. American Bar Association e Law Society inglese), che si fondano su una rigorosa tutela della dignità, dell'indipendenza e dell'integrità della professione ed escludono qualsiasi forma di sollecitazione diretta della clientela.

Nel proprio lavoro la Commissione, non potendo basarsi su interpretazioni giurisprudenziali o dottrinali, si è fondata maggiormente - oltre che sui criteri generali fissati dalla normativa comunitaria e da quella nazionale - sulle norme deontologiche del Consiglio Nazionale del Notariato, ad integrazione e collaborazione con il lavoro dello stesso e delle sue commissioni, e sul comune sentire sia della classe notarile che della comunità.

In questo quadro, il prestigio ed il decoro della classe notarile (con riferimento alla pubblica funzione), la dignità e la reputazione (con riferimento alla vita pubblica e privata del notaio) costituiscono i punti cardinali della elaborazione di prassi condivise.