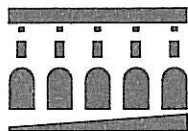


Prot. 732/10

Arezzo, 17 maggio 2010

A tutti gli
ISCRITTI

Tramite invio di posta elettronica e
Pubblicazione su sito all'indirizzo www.architetiारेzzo.it



ordine degli
architetti
pianificatori
paesaggisti
e conservatori

della provincia di
A R E Z Z O

Oggetto: PUBBLICITA' INFORMATIVA

Come certamente ricorderete, nell'Agosto 2009, è stata inviata a tutti gli iscritti una circolare avente ad oggetto la pubblicità professionale.

La complessità del tema ha imposto alcuni approfondimenti per il quesito postoci da un nostro collega; si è così ritenuto opportuno diffondere l'orientamento seguito, sperando così di rendere un utile servizio a tutti gli iscritti.

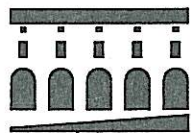
L'oggetto del quesito risulta particolare, rispetto ai pareri già espressi in materia. La pubblicità che il collega si troverebbe ad effettuare, infatti, non sarebbe svolta in prima persona, ma deriverebbe dai rapporti che egli intrattiene con una società proprietaria di un negozio di arredamenti e design. Il professionista, infatti, eserciterebbe la propria attività per conto della società, offrendo servizi di consulenza e curando la <<direzione artistica>> delle mostre e degli eventi culturali organizzati dalla medesima società. Nel parere richiesto al Consiglio dell'Ordine, egli chiede se ed in quali termini possa essere pubblicizzata l'attività svolta in qualità di professionista per conto della società. Appare evidente, infatti, che la società avrebbe interesse a pubblicizzare la collaborazione continuativa offerta dal professionista. Ci si chiede come questo possa convivere con gli obblighi sanciti dal Codice Deontologico.

Inutile tornare sul carattere meramente informativo che la pubblicità dei professionisti deve avere ed in merito al quale si rimanda alla precedente circolare. In questo caso, tuttavia, il rischio è rappresentato dalla possibilità di oltrepassare i limiti posti alla pubblicità dei professionisti, attraverso la promozione compiuta dalla società. Quest'ultima, infatti, nel compiere attività promozionale, non è soggetta alle stesse rigide norme cui sono soggetti i professionisti, bensì alla più permissiva regolamentazione della pubblicità commerciale, prevista dal Codice del Consumo. In questo senso, se non si trovasse una soluzione equilibrata, gli architetti citati in una pubblicità svolta da un imprenditore-committente, potrebbero godere del carattere commerciale di questa promozione, senza rischiare di essere sanzionati visto che l'Ordine, evidentemente, non avrebbe alcun potere, né di controllo né sanzionatorio, nei confronti del committente. Da questo punto di vista, tuttavia, l'art. 37 comma 2 del Codice Deontologico, offre uno strumento di tutela, seppur attraverso un'interpretazione in via analogica. La norma citata, infatti, si riferisce alla pubblicità svolta relativamente ad attività di carattere pubblico quali trasmissioni televisive, o convegni, cui il professionista partecipi in qualità di relatore o di esperto del settore. In questi casi, nel Codice Deontologico è stato opportunamente previsto che il professionista sia responsabile anche della

pubblicità svolta dagli organizzatori dell'evento. In particolare, il professionista si dovrà preoccupare che la pubblicizzazione della sua partecipazione all'evento rispetti i caratteri informativi della pubblicità che egli potrebbe autonomamente svolgere. L'Architetto, in altre parole, potrà consentire che il suo nome venga speso nella pubblicizzazione dell'evento, a condizione che il messaggio pubblicitario corrisponda ai canoni che egli dovrebbe rispettare nel pubblicizzare autonomamente la propria attività. Il nome del professionista, quindi, non potrà essere utilizzato per messaggi che non rispondano al carattere informativo previsto per la pubblicità professionale. In difetto, lo stesso collega sarebbe sanzionabile da parte dell'Ordine, per una sorta di responsabilità oggettiva per la pubblicità svolta da un soggetto differente. Per rendere il parere più comprensibile, si può ipotizzare che un messaggio pubblicitario della società Alfa nel quale si dia notizia dell'attività di consulenza di cui la società gode, compiuta dall'Architetto Caio, non violerebbe alcuna disposizione del Codice Deontologico. Se lo stesso messaggio fosse seguito dall'indicazione che l'Architetto in oggetto è "il migliore sulla piazza" oppure "il più aggiornato", ciò renderebbe la pubblicità illegittima e l'iscritto passibile di una sanzione.

In definitiva, la circostanza prospettata non è a priori illegittima e la pubblicità apparirebbe lecita. Resta inteso che la promozione compiuta dalla società potrebbe essere frutto di responsabilità per il professionista, nel caso in cui non corrispondesse ai canoni informativi previsti dagli artt. 37 e 38 del Codice Deontologico, con la necessaria e conseguente applicazione delle sanzioni previste dal medesimo Codice.

Il Consiglio dell'Ordine
Il Presidente
architetto Paola Gigli



ordine degli
architetti
pianificatori
paesaggisti
e conservatori

della provincia di
a r e z z o