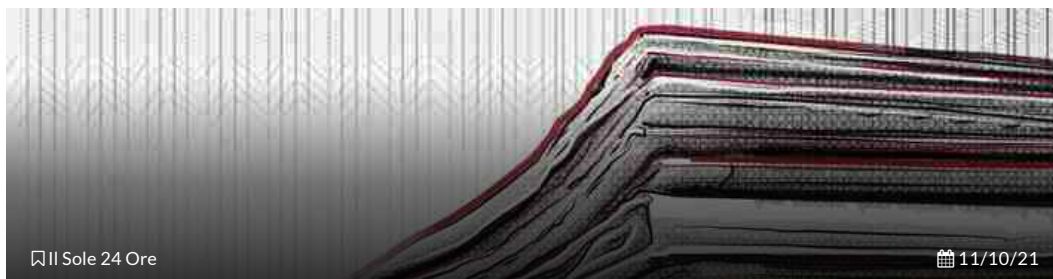




Siete qui: [Oggi sulla stampa](#)



Consulenze gratis e super sconti a rischio di sanzioni disciplinari

Publicizzare prestazioni e consulenze gratuite o a prezzi stracciati può costare caro ai professionisti dal punto di vista disciplinare. Farsi promozione offrendo servizi a prezzi irrisori rischia infatti di ricadere nella violazione di specifiche regole deontologiche in materia di informazione sull'attività professionale: attrarre la clientela con mezzi suggestivi e incompatibili con la dignità e il decoro della professione – a partire dal richiamo a servizi gratis – può portare a sanzioni che spaziano dall'avvertimento alla sospensione.

La correttezza della pubblicità da parte degli studi, in un equilibrio delicato tra libera concorrenza e deontologia, è tema sempre attuale, soprattutto se calato nel mare magnum della rete e delle piattaforme social, in particolare sul fronte dei compensi, vista la mancanza di tariffe minime (abrogate da anni) e la sola parziale efficacia (limitata alla «committenza forte») dell'attuale disciplina sull'equo compenso.

Nella pratica, però, sono poche le segnalazioni in materia che portano a provvedimenti disciplinari.

Lo stop agli avvocati

A riproporre il tema è stata una sentenza (n. 75/21) del Consiglio nazionale forense, che – sul caso di un avvocato che aveva reclamizzato, sul proprio sito, «prezzi bassi», appuntamenti «gratuiti», ma anche «riscossione onorari a definizione pratiche» – ha rimarcato come l'informazione debba essere «semplicemente conoscitiva», non comparativa, e non possa pubblicizzare «prestazioni professionali a compensi infimi o a forfait», attraendo clientela «con mezzi suggestivi» come l'uso del termine «gratuito».

Non è la prima volta che l'avvocatura stigmatizza comportamenti non in linea con la deontologia professionale sul fronte pubblicità. Eppure, ciò che arriva a essere vagliato sembra solo la punta dell'iceberg. Le decisioni a livello territoriale in tema di pubblicità – spiega Patrizia Corona, consigliera Cnf e coordinatrice rapporti con i Consigli distrettuali di disciplina (Cdd) – «non sono molte: le proteste in rete sono numerose, il problema diffuso, ma le segnalazioni scarseggiano. Basti pensare che il Consiglio distrettuale di Roma, che ha competenza su circa 25mila avvocati, nell'ultimo quadriennio ha esaminato solo cinque casi in materia». Ma cosa rischia chi commette illecito disciplinare sulla pubblicità? «Si parte dalla censura, che può essere derubricata, in caso di attenuanti, ad avvertimento, ma si può arrivare alla sospensione di un anno».

Le altre professioni

Gli altri Ordini fanno fronte comune nel difendere l'informazione corretta e veritiera. Alla prova dei fatti, però, i casi trattati sono rari.

Il Notariato precisa come «sia vietata una pubblicità volta solo all'accaparramento di clientela», aggiungendo che non è ammessa la «promozione di prestazioni gratuite o a costo vile». Mentre Luca De Compadri, membro del Consiglio nazionale consulenti del lavoro, osserva come spesso casi di questo tipo «magari sollevati da colleghi che denunciano concorrenza sleale, restino confinati a livello locale» e come «questi comportamenti possano collegarsi a forme di abusivismo».

Il professionista «che venga a conoscenza di esercizio abusivo della professione ha l'obbligo di comunicarlo all'Ordine territoriale», ricorda Giorgio Luchetta, vicepresidente Cndcec. Un'occasione, aggiunge, «per estendere tutele e garanzie per i professionisti, specie per i più giovani, sarebbe l'ampliamento dell'equo compenso».

Il quadro non cambia per le professioni tecniche. Il Consiglio nazionale ingegneri precisa che «non esiste al momento una specifica prassi disciplinare» relativa alla promozione di servizi sottocosto. Lo stesso Cni è impegnato a segnalare bandi della Pa che contemplino prestazioni gratuite o compensi inadeguati.

Publicizzare prestazioni professionali a prezzi irrisori «è specchio di un mercato degradato», afferma Massimo Crusi, responsabile deontologia Cnappc, che osserva: «Non è facile intervenire a livello disciplinare, perché spesso gli sconti sono veicolati da società intermediarie che fanno da vetrina online».

Condividi su



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

**Superbonus, prima del cappotto vanno sanati i difetti dell'edificio**

11/10/21

Isolamento energetico ed efficienza sono le parole chiave quando si parla di Superbonus 110%. Ridur...

[Oggi sulla stampa](#)**Studi legali all'estero in pool con soci europei**

11/10/21

Per molti studi andare all'estero è un'esigenza strategica, sia per presidiare nuovi mercati che...

[Oggi sulla stampa](#)**Obiettivo Fisco semplice: tre punti su cui la delega può imprimere la svolta**

11/10/21

Razionalizzare, semplificare e rendere più efficiente il sistema fiscale, ridurre la tassazione su...

[Oggi sulla stampa](#)

Eventi e Formazione



News da La Scala



NPL&UTP 8° Congresso nazionale di Giurimetria, Banca e Finanza

La Scala parteciperà all'8° Congresso nazionale di Giurimetria, Banca e Finanza "NPL&UTP"

08/10/21

[Scarica il pdf](#)

Il Quotidiano Giuridico

Un nuovo Arbitro per le controversie assicurative? La Scala per Il Quotidiano Giuridico

07/10/21

[Scarica il pdf](#)

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



Scarica la App

DISPONIBILE SU
Google PlayScarica su
App Store