



**CONSIGLIO NAZIONALE
DEI DOTTORI COMMERCIALISTI
E DEGLI ESPERTI CONTABILI**

Consiglio Nazionale Dottori Commercialisti
e degli Esperti Contabili
Prot. **0005664**
del 07/05/2019 ore 09:40:24
Protocollo generale - Registro: U

MINISTERO DELLA GIUSTIZIA

Il Direttore Generale

FM/COO:sc

Roma, 07 MAG. 2019

**Spett. le
Consiglio dell'Ordine dei dottori
commercialisti e degli esperti contabili
di Venezia
Santa Croce, 494
30135 VENEZIA**

Inviato a mezzo e-mail

Oggetto: PO 55/2019 Deontologia – Pubblicità – Consulenza gratuita.

Con il quesito formulato il 22 marzo, l'Ordine chiede di sapere se, nel rispetto delle norme di deontologia, gli iscritti possano indicare nella propria campagna pubblicitaria l'offerta di servizi di consulenza in forma gratuita.

Sulla questione evidenziata, si osserva quanto segue.

In tema di pubblicità il Codice deontologico della Professione¹, conformemente a quanto previsto dalla disciplina in materia², stabilisce che "la pubblicità informativa, con ogni mezzo, avente ad oggetto l'attività professionale, le specializzazioni ed i titoli professionali posseduti, la struttura dello studio ed i compensi delle prestazioni, è libera" e prescrive che le informazioni contenute nell'informativa pubblicitaria devono, in ogni caso, essere "trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere equivoche, ingannevoli, denigratorie, comparative e suggestive"³. Il medesimo Codice deontologico, infine, in conformità con quanto previsto dalla legge in materia di pubblicità ingannevole⁴, vieta quei

¹ Il codice, approvato dal Consiglio Nazionale nella seduta del 17 dicembre 2015, è stato, più recentemente, aggiornato nella seduta del 16 gennaio 2019 (vd. informativa CNDCEC n. 10/2019).

² Vd. Decreto Legge 13 agosto 2011, n. 138, convertito in legge 14 settembre 2011, n. 148 e Decreto del Presidente della Repubblica agosto 2012, n. 137, che hanno stabilito che la pubblicità informativa, con ogni mezzo, avente ad oggetto l'attività professionale, le specializzazioni ed i titoli professionali posseduti, la struttura dello studio ed i compensi delle prestazioni, è libera e che le informazioni pubblicitarie devono essere trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere equivoche, ingannevoli, denigratorie.

³ Vd. art. 44, co. 3, Codice Deontologico della Professione.

⁴ Vd. D.Lgs. n. 145/2007, che ha introdotto specifiche disposizioni dirette a tutelare i professionisti dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali, nonché a stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

comportamenti diretti alla acquisizione scorretta dei clienti a discapito della corretta e leale concorrenza tra i professionisti⁵.

Come può osservarsi, dunque, gli iscritti possono promuovere al pubblico l'offerta dei propri servizi professionali. Ciò che, secondo le norme di legge e le prescrizioni deontologiche, è vietata è:

- 1) la pratica commerciale scorretta⁶, ossia la condotta (contraria alla diligenza professionale) falsa o comunque idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del cliente-consumatore in relazione al servizio professionale offerto;
- 2) la scorrettezza e slealtà nei confronti di un professionista concorrente attuata, in particolare, attraverso l'utilizzo di pubblicità ingannevole.

Ciò detto, in riferimento al compenso professionale, si evidenzia che l'art. 2233 c.c. stabilisce il principio che questo deve essere adeguato all'importanza dell'opera e al decoro della professione⁷. Il principio dell'adeguatezza è stato, peraltro, ribadito recentemente anche dall'art. 19-*quaterdecies*, co. 1 e 2 (norma relativa al cd. equo compenso), del DL n. 148/2017. Tali disposizioni integrano quanto già previsto dalle Legge 22 maggio 2017, n. 81 (cd. Jobs act dei lavoratori autonomi) che considera abusive e prive di effetto le clausole contrattuali che possono danneggiare il lavoratore autonomo (ad es. la modifica unilaterale del contratto da parte del committente, il recesso senza congruo preavviso per le prestazioni continuative, etc.).

Parte della giurisprudenza ha, tuttavia, evidenziato che non è possibile escludere o vietare la possibilità di stipulare accordi che prevedano la gratuità della prestazione di opera intellettuale, né determinare una presunzione di onerosità della stessa⁸. Conseguentemente, le parti possono escludere il diritto del professionista al compenso e la prestazione gratuita può aver luogo per varie motivazioni⁹ – tutte lecite – per lo più derivanti da rapporti personali di parentela, amicizia, gratitudine, etc.

Tutto ciò premesso, chiarito, dunque, che:

1. la pubblicità informativa deve avere ad oggetto informazioni trasparenti, veritiere, corrette e non equivocate, ingannevoli, denigratorie, comparative o suggestive,
2. è, in ogni caso, contraria alle norme di legge e deontologiche la pubblicità ingannevole diretta all'acquisizione sleale della clientela,
3. non è da escludersi, in linea di principio, la liceità della prestazione professionale in forma gratuita,

si evidenzia che è rimessa all'organo disciplinare costituito presso lo scrivente Ordine l'autonoma valutazione della condotta tenuta dagli iscritti (segnalata in termini generici nel quesito), tenendo in considerazione tutti gli aspetti caratterizzanti la fattispecie concreta.

Con i migliori saluti.

Francesca Maione



⁵ Vd. art. 15, co. 5, Codice deontologico della Professione (trattasi del generale divieto di accaparramento della clientela).

⁶ Per la definizione di pratica commerciale scorretta vd. art. 20 del D.lgs. n. 206/2005. Si precisa che sono considerate sempre scorrette le pratiche commerciali ingannevoli e quelle aggressive.

⁷ Vd. art. 2233, 2° co., c.c.:

"In ogni caso la misura del compenso deve essere adeguata all'importanza dell'opera e al decoro della professione".

Il principio dell'adeguatezza è stato ribadito recentemente anche dall'art. 19-*quaterdecies*, co.1 e 2, del DL n. 148/2017 (norma relativa al cd. equo compenso) Tale norma integra quanto già previsto dalle Legge 22 maggio 2017, n. 81 (cd. Jobs act dei lavoratori autonomi) che considera abusive e prive di effetto le clausole contrattuali che possono danneggiare il lavoratore autonomo (ad es. modifiche unilaterale del contratto da parte del committente, il recesso senza congruo preavviso per le prestazioni continuative, etc.)

⁸ Vd. in tal senso Cass., ord. 6 febbraio 2014, n. 2769 che ha evidenziato che *"le disposizioni dell'art. 2229 c.c. e segg. relative al contratto di prestazione d'opera, oltre a non escludere la possibilità di accordi di prestazione gratuita, non determinano alcuna presunzione, nemmeno iuris tantum, di onerosità dell'opera intellettuale"*. Parte della dottrina ha, in ogni caso, ritenuto che la presunzione di onerosità del contratto d'opera intellettuale discenda dall'interesse del libero professionista ad ottenere un compenso per l'opera prestata (vd. Musolino, *"L'opera intellettuale: obbligazioni e responsabilità"*, Padova, 1995, 76).

⁹ Sul tema vd. anche il documento FNC del 31 gennaio 2017 *"L'accertamento delle prestazioni rese a titolo gratuito dal professionista"*.