

Codice di autoregolamentazione in materia di pubblicità professionale

Indice:

1. Definizioni.
2. Campo di applicazione
3. Mezzi di pubblicità vietati.
4. Contenuto dei messaggi pubblicitari:
 - 4.1 Contenuto vietato
 - 4.2 Contenuto minimo necessario
5. Obbligo di consultazione del Collegio
6. Sanzioni e procedimento sanzionatorio.

1. Definizioni

Per “professionista” s’intende il geometra iscritto al Collegio di Mantova o lo studio professionale del quale almeno uno degli associati sia iscritto al Collegio medesimo.

Per “pubblicità” s’intendono tutte le forme di comunicazione avente contenuto informativo o promozionale dell’attività professionale svolta dal professionista.

Per “destinatari” s’intende genericamente il pubblico, compresi i colleghi.

2. Campo di applicazione

Il presente codice di autoregolamentazione disciplina la pubblicità effettuata dai professionisti.

La pubblicità effettuata da uno studio associato s’intende effettuata anche da ciascuno dei suoi membri, che ne risultano dunque responsabili.

3. Mezzi e modalità vietati

Sono da considerarsi vietati:

- sponsorizzazioni nominative di squadre sportive e/o manifestazioni pubbliche e/o fiere che non consentano la lettura dell’informativa;
- pubblicità effettuate sopra oggetti, prodotti destinati al commercio in genere o sopra i loro imballaggi;
- modalità che possano ingenerare un associazione tra la categoria dei geometri e un qualunque prodotto, categoria professionale, associazione o movimento politico o d’opinione;
- modalità che non consentano l’indicazione o l’enunciazione del contenuto minimo di cui al successivo punto 4.2;
- modalità di pubblicità comparativa sia sul piano della qualità dell’attività professionale che dei contenuti economici della medesima, nei confronti di altri geometri della categoria o di altri professionisti ricadenti nell’area tecnica.

Sono in ogni caso da considerarsi vietate tutte le forme di pubblicità che possano ledere l’immagine ed il decoro della professione, così come previsto dall’art. 12 del codice di deontologia professionale dei geometri.

4. Contenuto dei messaggi pubblicitari

Le informazioni offerte dal geometra devono essere **corrette, veritiere e facilmente accertabili** dal destinatario, mediante riscontro presso enti terzi aventi rilevanza pubblica e precipuamente presso il Collegio dei Geometri di Mantova.

E' auspicabile che nella pubblicità sia fatta menzione:

- del curriculum del professionista e in genere della sua formazione;
- delle lingue conosciute;
- degli articoli e dei libri pubblicati;
- dell'attività didattica eventualmente svolta;
- delle altre informazioni relative e qualifiche professionali legalmente riconosciute in Italia e all'estero.

4.1 Contenuto vietato

La pubblicità non deve essere tale da ingenerare nel destinatario false convinzioni circa le doti del professionista, il tipo di prestazioni rese da questi o l'esito della "pratica" che il destinatario gli intende affidare.

La pubblicità non deve contenere riferimenti, allusioni o qualunque altro elemento che possa essere interpretato quale opinione del professionista o della categoria dei geometri in merito a vicende politiche, sociali ed economiche, nazionali e internazionali, che non siano strettamente afferenti all'esercizio della professione.

In ogni caso è vietata l'indicazione:

- dei dati di terze persone;
- dei nominativi dei clienti, salvo che questi abbiano prestato il proprio consenso per iscritto espressamente per tale finalità,
- difetti e relazioni personali o professionali di terze persone.

4.2 Contenuto minimo necessario

La pubblicità deve consentire al destinatario di comprendere l'identità del professionista, i modi per contattarlo e la tipologia di prestazioni rese.

In particolare si considerano contenuto minimo necessario di un messaggio pubblicitario l'indicazione:

- dei dati personali del geometra ed eventualmente dei membri dello studio associato;
- dell'indirizzo dello studio, anche web se esistente;
- dei numeri di telefono e fax;
- degli indirizzi di posta elettronica, se esistenti;
- del tipo di prestazioni offerte dal professionista e quelle prevalentemente rese.

5. Obbligo di consultazione del Collegio.

Nel caso in cui il professionista nutra dubbi sulla legittimità del messaggio pubblicitario che intende diffondere, è suo dovere richiedere un parere in proposito al Collegio: questo si pronuncia entro 30 giorni dal deposito presso la Segreteria del Collegio della richiesta di parere.

Parimenti nel caso in cui un professionista ritenga che un collega abbia diffuso un messaggio pubblicitario contrario alle indicazioni del presente Codice, è tenuto a informare senza ritardo il Collegio.

6. Sanzioni e procedimento sanzionatorio

In caso di violazione del presente Codice il Collegio contesta la violazione al presunto trasgressore e lo convoca per essere ascoltato.

Il professionista ha diritto a presentare una memoria difensiva che deve essere depositata presso la Segreteria del Collegio entro 10 giorni dall'audizione.

Entro 60 giorni dalla scadenza del termine per il deposito della memoria, il Collegio si pronuncia a norma del Codice deontologico.