

“CAPITOLO VI BIS
Informativa e pubblicità dell'attività professionale
Art. 35
Informativa

1. L'informativa al cliente in ordine all'attività professionale è resa ai sensi delle disposizioni di cui al presente articolo.
2. Spetta al professionista assicurare l'informazione al cliente in ordine a:
 - i dati personali: nomi; indirizzi; formazione; specializzazioni; pubblicistica; attività didattica, con indicazione del periodo e dell'istituto presso la quale è stata svolta;
 - i dati dello studio: forma organizzativa, soci fondatori, composizione, addetti, sedi, orari;
 - le aree di competenza specifica;
 - i criteri di calcolo dell'onorario.
3. Tale informativa può essere corredata da:
 - fotografie: personali e dello studio;
 - l'indicazione dell'attività professionale svolta: dati dei clienti privati e pubblici, ove da questi ultimi espressamente autorizzati; dati delle opere realizzate, anche con fotografia ove di pubblico dominio ovvero ove espressamente autorizzati dal cliente;
 - l'indicazione della certificazione di qualità dello studio;
 - l'indicazione della affiliazione a network professionali;
 - premi e onorificenze e quant'altro relativo alla persona e allo studio limitatamente a ciò che attiene all'attività professionale esercitata.
4. L'informativa è resa secondo correttezza e verità. In particolare e a mero titolo esemplificativo, il professionista è tenuto a:
 - in caso di incarico congiunto, indicare le prestazioni professionali concretamente svolte;
 - indicare i soli titoli professionali e accademici aventi valore legale;
 - indicare i dati di soggetti terzi solo ove espressamente autorizzato;
 - indicare le sole specializzazioni aventi valore legale;
 - indicare il tipo di esperienza eventualmente maturata nelle aree di competenza: ruolo, natura, periodo e durata delle prestazioni svolte;
 - indicare il soggetto affidatario dell'incarico professionale e, all'uopo, il regime di responsabilità della forma organizzativa con la quale svolge l'attività professionale.
5. I mezzi attraverso i quali è resa l'informativa devono salvaguardare il decoro e il prestigio della professione. In linea di principio – e a mero titolo esemplificativo – sono da considerarsi tali:
 - la carta da lettere, i biglietti da visita, le targhe;
 - le brochure informative inviate a mezzo posta, anche informatica;
 - gli annuari e le rubriche professionali.

Art. 35 bis
Pubblicità

1. Per pubblicità si intende l'informativa in ordine all'attività professionale rivolta a soggetti indefiniti, siano essi la clientela già acquisita ovvero il pubblico. La pubblicità è resa secondo le disposizioni del presente articolo.
La pubblicità è resa secondo correttezza e verità. In particolare e a titolo meramente esemplificativo, di qualunque mezzo di comunicazione si avvalga il professionista è tenuto a:
 - evitare il ricorso a espressioni enfatiche, laudative o denigratorie;
 - adottare modelli e criteri simbolici compatibili con il principio della personalità della prestazione professionale.
2. I mezzi attraverso i quali è effettuata la pubblicità devono salvaguardare il decoro e prestigio della professione. In linea di principio – e a mero titolo esemplificativo – è da escludersi che possano essere considerati tali:
 - i siti web e reti telematiche non attinenti, nemmeno indirettamente, alla professione;
 - le telefonate di presentazione e le visite a domicilio;
 - l'utilizzo di testimonial;

Art. 35 ter
Limiti

1. E' vietata ogni forma di pubblicità non palese.
2. La partecipazione del professionista ad eventi pubblici in ragione della competenza o attività svolta – come l'intervento a trasmissioni televisive; la partecipazione, come relatore, a convegni; la collaborazione a giornali – può essere oggetto di pubblicità da parte di soggetti terzi a condizione che il professionista medesimo si assicuri che:
 - sia esclusa qualsiasi enfattizzazione delle capacità e dell'attività resa;
 - sia evitata la spendita del nome dei clienti;
 - sia esclusa qualsiasi indicazione sugli onorari praticati.
3. Il professionista che partecipa ad eventi pubblici in ragione della competenza o attività svolta – come l'intervento a trasmissioni televisive; la partecipazione, come relatore, a convegni; la collaborazione a giornali – può fornire informazioni in ordine alla attività professionale a condizione che:
 - eviti di enfattizzare la propria prestazione e i risultati professionali;
 - eviti di spendere il nome dei clienti;
 - non offra prestazioni professionali;
 - eviti di fornire indicazioni sugli onorari praticati.
4. L'organizzazione di convegni e seminari da parte del professionista è consentita alle condizioni di cui al presente comma.
5. Il professionista può avvalersi di uffici stampa e di pubbliche relazioni a condizione che l'attività di promozione sia svolta nel rispetto delle disposizioni precedenti."