

di Cesare Pierbattisti*

E ADESSO COSA DIRANNO BERSANI E CATRICALA'?



Da un' istruttoria del Garante della Concorrenza e del Mercato Antonio Catricalà ha preso avvio il processo di liberalizzazione delle professioni sfociato nella Legge Bersani, Ma la giurisprudenza ne circoscrive la portata e conferma il ruolo dell'Ordine professionale

• ORDINE DEL GIORNO

Il Tribunale di Torino, con la sentenza 4 agosto 2008 n.5897, accogliendo la richiesta dell'Ordine dei Medici Veterinari di Torino, ha condannato al risarcimento dei danni un'associazione torinese, autorizzata a svolgere attività come

ambulatorio veterinario, per la pubblicità da essa svolta in questi ultimi anni. Al di là del caso specifico, questa sentenza pare importante almeno per tre aspetti.

LA PUBBLICITA'

Il primo, nella parte in cui evidenzia che i messaggi pubblicitari contestati dall'Ordine “ (...) a prescindere dall'assenza di autorizzazione, dai mezzi utilizzati, dai caratteri grafici, erano in primo luogo privi di reale contenuto informativo; in nessuno di essi, infatti, erano presenti: i nomi del responsabile dell'ambulatorio e dei medici veterinari nello stesso operanti con l'indicazioni dei loro titoli e delle loro specializzazioni; la precisa indicazione delle caratteristiche del servizio offerto; l'esatta indicazione dei costi. Non solo, l'utilizzo ricorrente dell'espressione “Mutua degli animali”, del termine “ticket”, del termine “iscritti”, appariva idoneo a suggerire un'associazione con le prestazioni offerte dal Servizio Sanitario Nazionale (non accompagnata, come già detto, da una chiara indicazione delle condizioni per accedere a detto servizio e dell'entità, anche in rapporto alle diverse prestazioni, del c.d. “ticket”), connotando di insanabile ambiguità e non correttezza il messaggio pubblicitario”. La considerazione generale, a tal riguardo, è che il decreto Bersani del 2006 ha liberalizzato la pubblicità informativa per i liberi professionisti ma ha tenuto ferma l'osservanza,

come recita l'art.2, dei criteri di trasparenza e veridicità del messaggio, il cui rispetto è verificato dall'Ordine. Insomma, la pubblicità deve essere informativa e, nel contenuto, trasparente e veritiera, come anche ribadito nel nuovo Codice Deontologico. Questo obbligo non si pone in contrasto con la concorrenza e il decreto Bersani, anzi rappresenta un momento, per così dire, di conciliazione tra le regole del mercato e l'esigenza di tutelare i cittadini/clienti. Nulla di nuovo sotto il sole, se si pensa, volendo uscire dal campo ordinistico, ai poteri dell'Antitrust in materia di pubblicità ingannevole o ai limiti, ad esempio, nel pubblicizzare le bevande alcoliche.

PIU' FORTI DI PRIMA

Il secondo aspetto importante di questa sentenza è sul ruolo dell'Ordine professionale, che ne esce rafforzato, oggettivamente, in un momento storico di passaggio, in cui gli iscritti sono sempre di più, mediamente più “poveri”, e la cui mission è messa fortemente in discussione, anche tra i medici veterinari stessi. Al di là delle pur importanti e legittimanti previsioni normative, ad iniziare dal d.lgs. C.P.S. n.233 del 1946, l'Ordine ha un senso, di per sé, quale ente intermedio, un po' pubblico, un po' categoriale, che partecipa al benessere della società civile.

DANNO MORALE

Il terzo ed ultimo aspetto da evidenziare è il riconoscimento, da parte del Tribunale di Torino, di un subito danno morale da parte dell'Ordine, danno manifestatosi in termini di oggettiva lesione del decoro e prestigio della professione, a seguito della pubblicità contestata. Parrebbe una delle poche sentenze conosciute in Italia a tal riguardo, specie nell'ambito di un giudizio civile, e quindi, probabilmente, “farà giurisprudenza”. Quel che però alla fin fine interessa, a tutti coloro che hanno cara questa professione e il suo ruolo nella società, è altro: far sì che l'Ordine, anche prendendo spunto da questa sentenza, confermi il suo ruolo di referente per i medici veterinari ma, ancor prima, di qualificato e rappresentativo garante dei confronti dei cittadini, in un quadro – ed è qui la scommessa – normativo, economico e sociologico, in continua ed inarrestabile evoluzione. •

**Presidente dell'Ordine dei Medici Veterinari di Torino*