

Vecchio testo dell' Art. 35

La pubblicità commerciale è contraria alla dignità professionale ed è lesiva dell'immagine della categoria. La pubblica diffusione delle opere e dei progetti è atto di divulgazione culturale e non deve mai assumere forme concorrenziali o di carattere commerciale.

Nuovo testo Art. 35

Il ruolo dell'architetto sottende al primato culturale rispetto all'aspetto mercantile e il mezzo informativo (cartaceo, televisivo e/o radiofonico, informatica) può rappresentare il fine della pubblicità

1 - L'architetto potrà offrire i suoi servizi professionali mediante messaggi pubblicitari emessi sotto qualunque forma di comunicazione. Il ruolo dell'architetto sottende al primato culturale rispetto all'aspetto mercantile e il mezzo informativo (cartaceo, televisivo e/o radiofonico, informatica) può rappresentare il fine della pubblicità

1 - L'architetto potrà offrire i suoi servizi professionali mediante messaggi pubblicitari emessi sotto qualunque forma di comunicazione dentro i limiti delle condizioni generali imposte dalla Legge e dalle seguenti disposizioni speciali:

- a) la pubblicità può essere solo di carattere informativo e non persuasivo
- b) in nessun caso potranno essere fatti paragoni con altri professionisti, siano o meno architetti, né permettere che altri lo inseriscano nel messaggio pubblicitario
- c) se si divulgano le proprie opere professionali, non si può citare la identità dei clienti, a meno che siano chiaramente pubblici e noti, né dati differenti da quelli puramente tecnici e artistici
- d) si deve astenersi dall'introdurre nel messaggio pubblicitario ogni riferimento diretto o indiretto al costo dei servizi diverso dalla espressione "onorario secondo la Tariffa vigente"
- e) quando il messaggio non viene diffuso tramite spazi e supporti specificamente pubblicitari, deve identificarsi chiaramente il suo carattere, inserendo in modo visibile la legenda "Inserzione pubblicitaria", "messaggio pubblicitario", "pubblicità"
- f) per quanto riguarda la divulgazione delle proprie opere professionali, deve comparire il ruolo effettivamente ricoperto, le collaborazioni eventuali e se l'opera è stata realizzata o meno e il livello raggiunto della prestazione professionale.

2 - L'architetto deve inviare ogni messaggio pubblicitario che intende emettere alla previa autorizzazione dell'Ordine provinciale o all'organo a questo delegato.

3 - Non si considera pubblicità commerciale e, conseguentemente, non è richiesta l'autorizzazione dell'Ordine nei seguenti casi:

- a) divulgazione delle proprie opere e realizzazioni in libri, studi, riviste, e articoli di carattere tecnico, scientifico, artistico, professionale, sempre che non siano a pagamento e che sia assicurata la veridicità di quanto pubblicato e il rispetto della normativa deontologica e statutaria della professione;

b) inserzione dei dati obiettivi dell'architetto che si riferiscono ai suoi titoli e specializzazioni accademiche, domicilio, telefono, e dati obiettivi similari, che possono figurare in guide, o sezioni specializzate di altre pubblicazioni, anche se la pubblicazione è a pagamento. ncazione dentro i limiti delle condizioni generali imposte dalla Legge e dalle seguenti disposizioni speciali:

- a) la pubblicità può essere solo di carattere informativo e non persuasivo
- b) in nessun caso potranno essere fatti paragoni con altri professionisti, siano o meno architetti, né permettere che altri lo inseriscano nel messaggio pubblicitario
- c) se si divulgano le proprie opere professionali, non si può citare la identità dei clienti, a meno che siano chiaramente pubblici e noti, né dati differenti da quelli puramente tecnici e artistici
- d) si deve astenersi dall'introdurre nel messaggio pubblicitario ogni riferimento diretto o indiretto al costo dei servizi diverso dalla espressione "onorario secondo la Tariffa vigente"
- e) quando il messaggio non viene diffuso tramite spazi e supporti specificamente pubblicitari, deve identificarsi chiaramente il suo carattere, inserendo in modo visibile la legenda "Inserzione pubblicitaria", "messaggio pubblicitario", "pubblicità"
- f) per quanto riguarda la divulgazione delle proprie opere professionali, deve comparire il ruolo effettivamente ricoperto, le collaborazioni eventuali e se l'opera è stata realizzata o meno e il livello raggiunto della prestazione professionale.

2 - L'architetto deve inviare ogni messaggio pubblicitario che intende emettere alla previa autorizzazione dell'Ordine provinciale o all'organo a questo delegato.

3 - Non si considera pubblicità commerciale e, conseguentemente, non è richiesta l'autorizzazione dell'Ordine nei seguenti casi:

- a) divulgazione delle proprie opere e realizzazioni in libri, studi, riviste, e articoli di carattere tecnico, scientifico, artistico, professionale, sempre che non siano a pagamento e che sia assicurata la veridicità di quanto pubblicato e il rispetto della normativa deontologica e statutaria della professione;

b) inserzione dei dati obiettivi dell'architetto che si riferiscono ai suoi titoli e specializzazioni accademiche, domicilio, telefono, e dati obiettivi similari, che possono figurare in guide, o sezioni specializzate di altre pubblicazioni, anche se la pubblicazione è a pagamento..