CAMERA DEI DEPUTATI N. 1844

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

BORGOGLIO, DI DONATO, DIGLIO

Presentata il 10 novembre 1987

Ordinamento della professione di pubblicitario

ONOREVOLI COLLEGHI ! — In questi ultimi anni, nell'ambito del complesso fenomeno dei mezzi di comunicazione di massa (TV private, pubbliche, stampa, sponsor, ecc.), hanno avuto e sempre più avranno grande rilevanza gli operatori di questa area sia pubblica che privata, vale a dire quella vasta schiera di oltre 12 mila individui che operano in questo settore: una gamma di specializzazioni sempre più varie, sempre più complesse, sempre più sofisticate.

A nessuno sfugge l'importanza e la delicatezza del messaggio, dell'indirizzo che imprime nella scelta del cittadino in molti settori della vita sociale ed economica. Su questi aspetti vi è una vasta bibliografia, ricca di studi, ricerche, indagini di vari livelli siano essi psicologici, economici o squisitamente tecnici. Da quanto precede, analoga rilevanza hanno gli operatori del settore nelle varie branche di attività, dai tecnici consulenti ai creativi della comunicazione visiva. Indubbiamente un fenomeno di grande rilevanza soprattutto sul piano economico. Basti pensare che nel 1985 l'incremento reale del giro di pubblicità è stato del 7,1 per cento e nell'86 del 50 per cento, cosicché il mercato pubblicitario nella sua globalità ha toccato circa 3700 miliardi di investimento. Questo sviluppo ha ovviamente comportato investimenti sulla professionalità degli addetti al settore e sulle strutture messe a disposizione dell'utenza. Un settore, quindi, in rapido sviluppo e trainante economicamente, che occupa sul piano professionale un numero crescente di addetti.

Tenuto conto che pubblicità ed immagine sono destinate ad assumere peso crescente in un mondo avviato alla società

postindustriale fatta di servizi, di industrie superleggere, di comunicazioni, di cultura, di libertà, di fantasia, di aggregazione di una sempre più qualificata professionalità unita alla creatività e fantasia del *computer graphic:* da un disegno, da una foto si possono sviluppare immagini incredibilmente complesse e creative, modificarne le forme, usare i colori e le più sofisticate sfumature.

Da quanto precede emergono due questioni di fondamentale importanza. La prima, alla luce anche di alcune specifiche direttive CEE, è la tutela degli interessi economici dei consumatori, la loro protezione mediante adeguati provvedimenti contro un tipo di comunicazione fuorviante e non veritiera. La seconda, strettamente collegata alla prima, è la serietà e capacità professionale degli operatori e dei tecnici della pubblicità.

Per ottemperare a queste legittime necessità, si è predisposta la presente proposta di legge concernente l'ordinamento della professione dei pubblicitari.

Finalità centrale di questa proposta è quella da un lato di favorire e promuovere la valorizzazione della professione pubblicitaria e dall'altro, nell'ottica di una sempre maggiore qualificazione professionale, favorire e promuovere l'insegnamento delle discipline pubblicitarie.

PROPOSTA DI LEGGE

—

ART. 1.

(Definizione).

1. Agli effetti della presente legge è pubblicitario chi esercita professionalmente, quale sua unica o prevalente occupazione, sia in proprio, sia in associazione con altri, sia alle dipendenze di terzi, un'attività prevalentemente intellettuale o d'immagine, come creativo di comunicazione visiva, tecnico pubblicitario o consulente. Tale attività può essere esercitata all'interno delle aziende industriali e commerciali, enti o istituzioni, nelle strutture di servizio, quali agenzie e studi, nelle concessionarie dei mezzi, nelle organizzazioni ed imprese di attività terziarie e di consulenza, nell'area della comunicazione commerciale e degli studi relativi alla stessa ed è comunque inerente o connessa alla ideazione, allo studio, alla realizzazione, pianificazione, produzione e veicolazione di immagini, di campagne o azioni pubblicitarie, nonché attività di *marketing* attinenti alle strategie di comunicazione commerciale ed al coordinamento o controllo di campagne pubblicitarie sia private sia di pubblica utilità.

ART. 2.

(Incompatibilità).

1. L'iscrizione all'albo dei pubblicitari è incompatibile con l'iscrizione ad altri albi professionali.

ART. 3.

(Istituzione dell'albo).

1. È istituito, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge,

presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, l'albo dei pubblicitari.

2. L'albo è soggetto a revisione almeno ogni cinque anni.

3. L'elenco degli iscritti all'albo nonché tutte le variazioni sono comunicati a cura del Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, alle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura.

4. A cura del Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, l'albo è aggiornato alla data del 31 dicembre di ogni anno e pubblicato entro i tre mesi successivi.

5. Per ciascun iscritto all'albo devono essere indicati almeno il nome, il cognome, la data di nascita, il comune di residenza o domicilio e la data di iscrizione.

ART. 4.

(Condizioni per l'iscrizione).

1. Per ottenere l'iscrizione all'albo dei pubblicitari è necessario:

a) essere cittadino italiano;

b) godere dei diritti civili;

c) avere domicilio nel territorio della Repubblica;

d) non avere riportato condanne con sentenza passata in giudicato, per un delitto contro la pubblica amministrazione della giustizia, contro l'industria e il commercio, contro il patrimonio, ovvero per ogni altro delitto non colposo per il quale la legge commini la pena detentiva non inferiore, nel minimo, a due anni;

e) non trovarsi in alcuna delle situazioni di incompatibilità previste dall'articolo 2;

f) aver superato la prova professionale di idoneità definita e gestita dalla commissione per l'albo di cui all'articolo 8.

2. I cittadini italiani residenti all'estero possono essere iscritti all'albo indipendentemente dal requisito di cui alla lettera *c)* a condizione che esplichino la loro attività professionale in conformità ai requisiti richiesti dalla presente legge.

ART. 5.

(Dell'esercizio dell'attività pubblicitaria).

1. L'attività pubblicitaria può essere esercitata soltanto da studi o imprese che abbiano i loro titolari e dirigenti iscritti all'albo professionale dei pubblicitari istituito con la presente legge.

2. La stessa attività pubblicitaria può essere esercitata in proprio soltanto da coloro che sono iscritti all'albo professionale istituito con la presente legge.

3. Nessuno può assumere il titolo di pubblicitario se non è iscritto all'albo.

4. La violazione di tale disposizione è punita a norma dell'articolo 348 del codice penale, ove il fatto non costituisca più grave reato.

ART. 6.

(Sanzioni e radiazione dall'albo).

1. Qualora le violazioni poste in essere da persone iscritte all'albo di cui all'articolo 4 rivestano carattere di particolare gravità si procede, secondo i casi, alla irrogazione di una delle seguenti sanzioni disciplinari:

a) richiamo;

b) censura;

c) sospensione temporanea dall'esercizio;

d) radiazione dall'albo.

ART. 7.

(Cancellazione).

1. Si procede alla cancellazione dall'albo in caso di:

a) rinuncia all'iscrizione;

b) mancato esercizio dell'attività, senza giustificato motivo, per oltre un anno;

c) perdita dei requisiti di cui all'articolo 4;

d) condanna irrevocabile per uno dei delitti di cui alla lettera *d)* del comma 1 dell'articolo 4.

2. La persona cancellata dall'albo a norma del comma 1, lettera *d)*, o dell'articolo 6 può esservi reiscritta purché siano trascorsi almeno tre anni dalla data della cancellazione e, se questa è derivata da condanna, sia intervenuta la riabilitazione.

3. Sulla domanda di reiscrizione decide il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, sentita la commissione di cui all'articolo 8.

ART. 8.

(Commissione per l'albo).

1. Presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato è istituita la commissione per l'albo dei pubblicitari.

2. La commissione esercita i poteri di cui ai precedenti articoli ed è organo consultivo del Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato per tutte le altre questioni concernenti la formazione e la tenuta dell'albo.

3. La Commissione è composta:

a) dal direttore generale per il commercio interno con funzioni di presidente;

b) da un funzionario con qualifica dirigenziale, con funzioni di segretario;

c) da cinque rappresentanti degli iscritti alla prima sezione dell'albo.

4. I membri di cui alla lettera *c)* del comma 3 sono designati dalla associazione italiana creativi comunicazione visiva (AICCV), dall'associazione consulenti pubblicitari italiani (ACPI) e dall'associazione italiana tecnici pubblicitari (TP), regolarmente costituite per atto notarile operanti in sede nazionale e no-

minate per un triennio dal Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato; qualora le rispettive organizzazioni non provvedano alla designazione entro trenta giorni dalla richiesta, il Ministro procede alla nomina d'ufficio.

5. La commissione decide a maggioranza dei suoi membri; a parità di voti prevale il voto del presidente.

6. La commissione, oltre alle funzioni di cui ai precedenti commi, esercita funzioni di controllo sull'etica professionale degli iscritti e vigila sul corretto esercizio della professione.

ART. 9.

(Domanda di iscrizione e tassa di concessione governativa).

1. La domanda di iscrizione all'albo deve essere corredata dai documenti comprovanti il possesso dei requisiti di cui all'articolo 4. Il richiedente che debba sostenere la prova di idoneità di cui all'articolo 4, comma 1, lettera *e)*, deve unire alla domanda di iscrizione la richiesta di ammissione a detta prova.

2. All'atto della presentazione della domanda di iscrizione all'albo dei pubblicitari, il richiedente è tenuto ad eseguire il versamento della tassa di concessione governativa di lire 300.000 di cui al n. 117 della tariffa annessa al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre del 1972, n. 641.

3. Il versamento deve essere effettuato all'ufficio del registro di Roma e la relativa attestazione del versamento deve essere allegata alla domanda.

4. Coloro che abbiano ottenuto l'iscrizione all'albo sono inoltre tenuti al pagamento di una tassa annuale di lire 300.000 da versarsi in modo ordinario entro il 31 gennaio, a partire dall'anno successivo a quello in cui è stata disposta l'iscrizione.

5. Con decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, di concerto con il Ministro del tesoro, si procederà all'adeguamento delle tasse annuali di iscrizione di cui al comma 4.

ART. 10.

(Copertura finanziaria).

1. All'onere derivante dall'attuazione della presente legge, si fa fronte con le entrate previste dall'articolo 9.

ART. 11.

(Disposizioni finali e transitorie).

1. L'uso della qualifica di pubblicitario è vietata a tutti coloro che non siano iscritti all'albo, dalla data di entrata in vigore della presente legge.

2. Coloro che alla data di entrata in vigore della presente legge esercitano sul territorio della Repubblica l'attività di pubblicitario, possono continuare a svolgere l'attività stessa a condizione che, nel termine perentorio dei successivi sessanta giorni, presentino in prima persona o attraverso l'associazione di categoria al Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato domanda per l'iscrizione all'albo, dimostrando di essere in possesso dei requisiti richiesti per l'iscrizione e certificandolo, se non iscritti all'associazione di categoria, con dichiarazioni rilasciate da aziende utenti di pubblicità o da agenzie di pubblicità che attestino che gli stessi hanno operato alle loro dipendenze per almeno cinque anni in qualità di pubblicitari, secondo la definizione di cui all'articolo 1.

3. Nella prima applicazione della presente legge hanno diritto ad essere iscritti, anche indipendentemente dal requisito di cui all'articolo 4, primo comma, lettera *f)*, le persone fisiche iscritte all'albo professionale delle citate associazioni di categoria AICCV, ACPI, TP.

4. Tali associazioni inoltre dispongono, in collaborazione con il Ministro della pubblica istruzione, un programma di studio per le scuole professionali sia pubbliche sia private, per la istituzione di corsi a carattere universitario.