



IN SINTESI

**CORTE DI CASSAZIONE, SEZ. II CIVILE,
SENT. N. 5727 DEL 9 MARZO 2010**

Il fatto

La Cassazione affronta, con la sentenza in esame, alcuni aspetti riguardanti l'effettuata pubblicità - relativa a una attività di un ambulatorio medico/dentistico - in una guida informativa predisposta da un comune. Guida informativa destinata a diffondere informazioni/notizie nel relativo ambito territoriale. La pubblicità non risultava effettuata nel rispetto delle previste autorizzazioni per le pubblicazioni "a mezzo stampa". Autorizzazione amministrativa comunale previo nulla osta dell'ordine professionale. Tra le ragioni sostenute dall'interessato, oggetto di ingiunzione di pagamento per la pubblicità ritenuta "abusiva" innanzi al

giudice di pace, è stata la circostanza secondo cui detta pubblicità non era da ritenersi riconducibile al concetto di diffusione a mezzo stampa come previsto dal regio decreto n. 1265 del 27 luglio 1934, contenente il testo unico delle leggi sanitarie e nella legge 175/1992.

La decisione

La Corte di cassazione ha respinto la censura sostenendo l'equiparabilità della pubblicità nella guida informativa a una diffusione a mezzo stampa. Affermazione fondata sulla considerazione che il TU citato ritiene sempre necessaria l'autorizzazione amministrativa predetta con riferimento alla diffusione di notizie "sanitarie" non necessariamente a mezzo stampa ma a prescindere dal *modus* specifico di divulgazione e quindi in qualunque modo la divulgazione sia avvenuta.

I precedenti

In tema, la recente pronuncia della **Cassazione Civile, sez. III n. 652 del 15 gennaio 2007**, sul termine perentorio (di 30 giorni) entro il quale l'ordine professionale deve esprimere il proprio nulla osta sulla richiesta di effettuare pubblicità (sulla base del quale poi può essere adottato il provvedimento autorizzativo). Il **Tar Lazio-Roma, sez. II, n. 8097 del 7 settembre 2006**, sulle connotazioni che deve avere l'inserzione pubblicitaria per rientrare nelle prescrizioni anzidette. Nel caso di specie si è ritenuto che non ricorresse la peculiarità dell'informazione pubblicitaria perché si trattava di un messaggio non idoneo ad "attrarre nuova clientela". **Cassazione civile, sez. III, n. 7925 del 26 aprile 2004**, in tema di sanzioni disciplinari applicabili in caso di violazione e quindi di pubblicità "abusiva" ●