



I due pesi e le due misure della concorrenza

Nostalgia delle tariffe minime? Il prezzo della qualità nell'era dei gruppi d'acquisto

di **DARIA SCARCIGLIA**

Avvocato

daria.scarciglia@gmail.com

Vengono sottoposte alla nostra attenzione, con sempre maggiore frequenza, offerte di servizi e prestazioni professionali a prezzi stracciati. In linea di massima

tendiamo ad esserne scandalizzati, perché legati, per tradizione, all'idea del tariffario che stabiliva onorari più che decorosi anche quando erano quantificati nel minimo. In questo senso, possiamo dire che il tariffario aiutava ad assegnare un valore al lavoro del professionista, tanto da reagire con stupore quasi istintivamente quando la richiesta economica ci appare esageratamente bassa, e l'abolizione delle tariffe professionali non ha alterato questa percezione. Nell'ottica di promuovere la crescita economica e d'incrementare la concorrenza, lo scardinamento del sistema dei tariffari ha avuto inizio con il cosiddetto "decreto Bersani" del 4 luglio 2006, convertito nella Legge n. 248 del 4 agosto 2006, con cui si riconosceva la non obbligatorietà delle tariffe minime, per poi culminare con la completa abrogazione di tutte le tariffe professionali, ad opera della Legge n. 27 del 24 marzo 2012.

È probabile che l'intento fosse quello di aiutare, in modo particolare, i giovani che si affacciavano al mondo del lavoro, dando loro la possibilità di farsi della clientela praticando prezzi promozionali. Quello che è certo è che quei provvedimenti erano stati decisamente poco lungimiranti rispetto a taluni fenomeni che si sono affacciati sul mercato. Chi non ha sentito parlare di *Groupon*? È un sito internet da cui è possibile acquistare praticamente di tutto a prezzi estremamente scontati. Al compratore conviene per l'inevitabile risparmio, al venditore conviene per raggiungere una gran quantità di clienti nuovi e farsi conoscere. Tra i servizi in vendita su *Groupon* ci sono, di quando in quando, anche prestazioni medico-veterinarie di vario genere: visite di controllo, esami ecografici, vaccinazioni, piccoli interventi, ecc.

Ma *Groupon* non è che il fenomeno più eclatante degli ultimi anni. In realtà saltano fuori a più riprese le promozioni praticate da ambulatori e cliniche veterinarie, come ad esempio campagne di sterilizzazione o di vaccinazione per cani e gatti, per citare le più frequenti; ma il discorso si estende anche a quei veterinari che praticano con regolarità tariffe decisamente sotto-

costo. Ed ogni volta si sollevano gli scudi per far cessare simili operazioni promozionali, sostenendo il decoro e la dignità della professione, oltre che agitando lo spauracchio della concorrenza sleale. Eppure, nonostante qualche arduo tentativo giudiziale, nessuno ha mai vinto contro questi promotori della veterinaria *low cost*, malgrado di primo acchito sembrino soddisfatti tutti i requisiti di una condotta professionale censurabile.

Vediamo di capire perché i conti non tornano. La concorrenza è tipica di un modello economico capitalista, in cui *libero mercato* significa libertà del mercato dal controllo statale ed impostato sull'iniziativa privata quale espressione, tra le altre cose, anche della proprietà privata. Il nostro modello di riferimento può definirsi come *economia sociale di mercato*, dal momento che si propone di garantire sia la libertà imprenditoriale che la giustizia sociale, con quel buon livello di reciproco contemperamento finalizzato ad evitare che le libertà d'iniziativa e d'impresa producano conseguenze aberranti a scapito di alcune fasce di popolazione. Lo Stato, senza interferire con il mercato, dovrebbe intervenire per rimuovere gli ostacoli di tipo economico e sociale che limitano i diritti del cittadino (art. 3 Cost.). In poche parole, lo Stato detta le regole del sistema.

In tema di concorrenza, il diritto si preoccupa primariamente di tutelare il mercato da cosiddetti "effetti distorsivi". I principali sono i *cartelli* ed il *dumping*. I primi sono accordi economici tra più produttori di un determinato bene o servizio, per porre in essere delle misure limitative della concorrenza, come ad esempio la fissazione di un livello di prezzo comune, la ripartizione di zone di distribuzione e di vendita o i livelli di produzione. In tutti questi casi, al compratore finale vengono sottratti gli effetti positivi del libero mercato, costringendolo, di fatto, a subire una sorta di monopolio. I cartelli sono generalmente vietati; il caso più noto di cartello riconosciuto dalla comunità internazionale è l'OPEC, con cui i paesi produttori di petrolio ne hanno fissato la quantità estraibile ed il prezzo.

Più interessante è il *dumping*, anch'esso vietato, termine con cui si indica la vendita di beni e servizi ad un prezzo inferiore al costo, come strategia di accaparramento di clientela. È interessante, perché riguarda da vicino il mondo delle professioni.

Infatti, ai tempi del tariffario erano impensabili entrambi questi effetti distorsivi, e quelli che incautamente praticavano per compensi inferiori ai minimi ne subivano poi le conseguenze in ambito disciplinare e non. Era tutto molto sem-

plice: la prestazione libero-professionale è difficilmente quantificabile a livello di mero costo, non è un bene strumentale di cui si possa formare il prezzo di vendita sommando i costi di materie prime, trasporto, manodopera, ecc. su cui calcolare il margine di profitto. Al di là delle spese vive e degli eventuali ammortamenti, quali parametri determinano il concetto di sottocosto nella libera professione? Questo compito lo svolgeva il tariffario. La sua abolizione ha di fatto eliminato le restrizioni del divieto di *dumping*. Ha poco senso, dunque, che associazioni, ordini e sindacati denunciino i professionisti che praticano prestazioni a basso prezzo, invocando l'etica della professione, come se questa si dovesse tradurre in una deferente nostalgia verso il tariffario, perché si tratta di una strategia completamente improduttiva, come dimostra la costante giurisprudenza.

Il codice civile, infatti, dopo aver detto che la concorrenza deve svolgersi in modo da non ledere gli interessi dell'economia nazionale e nei limiti stabiliti dalla legge (art. 2595), definisce come atti di concorrenza sleale quelli compiuti da chi imita i prodotti altrui o ingenera confusione nel consumatore (art. 2598 n. 1), nonché gli atti compiuti da chi getta discredito sui prodotti altrui o si appropria delle loro qualità (art. 2598 n. 2) e gli atti di chi si avvale direttamente o indirettamente di qualsiasi altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale ed idoneo a danneggiare i propri concorrenti (art. 2598 n. 3).

La promozione di attività libero-professionale a prezzi bassi, e talvolta bassissimi, ricade nella previsione dell'art. 2598 n. 3, quale fattispecie residuale rispetto alle prime due, che ha una doppia componente: la non conformità ai principi della correttezza professionale e l'idoneità a danneggiare i propri concorrenti.

La prima componente non è, come molti erroneamente ritengono, un'ampia definizione in cui far ricadere ciò che un gruppo o addirittura una maggioranza crede sia scorretto, ma è l'ambito di applicazione del codice deontologico di ciascuna professione. Dal momento che la determinazione del compenso, per effetto delle liberalizzazioni, è stata sottratta alla potestà disciplinare degli ordini, non può essere invocata quale parametro di scorrettezza professionale quando ritenuta troppo bassa e nemmeno quando ritenuta troppo alta, specialmente in assenza dei decreti che fissano i parametri per la liquidazione dei compensi da utilizzare per la valutazione di congruità in tutti i casi di contestazione e di mancato pagamento delle parcelle

professionali.

E quindi, dato che la "prestazione sottocosto" non viola alcuna norma, in virtù di cosa un giudice dovrebbe ritenerla idonea a danneggiare altri veterinari o addirittura l'intera categoria? In pratica manca la cosiddetta *causa petendi*, vale a dire la ragione stessa della domanda giudiziale, che viene ad essere priva di diritto sostanziale.

Risulta chiaro, a questo punto, che le rimostranze degli ordini professionali, così come delle associazioni e dei sindacati di categoria, benché comprensibili e giustificabili, siano rivolte nella direzione sbagliata. Infatti, non è compito della magistratura decidere se quei prezzi stracciati che indignano siano o meno espressione di una condotta illecita, dal momento che il diritto ha già stabilito che non lo sono. È compito della professione veterinaria, attraverso le sue rappresentanze, sollecitare innanzi tutto il MinSal affinché con decreto ministeriale fissi i parametri tariffari, così come stabilito dalla riforma delle professioni del 2012. Tale provvedimento, una volta entrato in vigore, non sostituirà certo il vecchio tariffario e resterà pienamente legittima la liberalizzazione dei compensi professionali, ma avrà il merito dichiarativo di esplicitare che le prestazioni del medico veterinario, prima che avere un prezzo, hanno un valore, fornendogli un mezzo per tutelarsi nel contenzioso con la clientela.

Nel frattempo però, il mercato è cambiato, si è segmentato, facendo emergere un'utenza del basso prezzo, costituita in parte da consumatori che, per indigenza, non avrebbero comunque accesso alle tariffe ordinarie ed in parte da consumatori disinteressati rispetto alla qualità della prestazione ed attenti unicamente al risparmio. Questo segmento del mercato esiste da sempre: è lo stesso che ha acquistato il cellulare quando i prezzi dei dispositivi e le tariffe dei gestori telefonici sono crollati, che ha cominciato a viaggiare con le compagnie low-cost e le formule roulette, che fa la fila per i saldi e che compra tutto a rate. Ora che ha dilagato per anni nelle prestazioni professionali, a scapito soprattutto della loro importanza, sarà difficilmente riassorbibile e si può solo prendere atto che è venuta meno una difesa essenziale per il cliente stesso: la garanzia della qualità.

Milton Friedman, Premio Nobel per l'economia 1976, disse che la concorrenza del mercato, quando la si lascia funzionare, protegge il consumatore meglio di tutti i meccanismi del governo venuti a sovrapporsi successivamente al mercato. ■

PAREGGIO FRA FNOMCEO E GROUPON



La Fnomceo non dovrà pagare la sanzione da 800mila euro inflitta dall'Antitrust. Già il Tar del Lazio l'aveva dimezzata, ora il Consiglio di Stato ha azzerato tutto. Il Garante della Concorrenza contestava alla Fnomceo di aver mantenuto, dal 2006 al 2014, una deontologia incompatibile con la normativa nazionale sulla concorrenza professionale. Ma per i Giudici è passato troppo tempo e l'illecito, che non è di tipo "permanente", si è ormai estinto. Casus belli è stato Groupon e le inserzioni pubblicitarie di alcuni iscritti odontoiatri. L'Ordine dei medici si rivolgeva all'Antitrust che, per tutta risposta, apriva un'istruttoria contro Fnomceo per avere "ingiustificatamente limitato il ricorso alla pubblicità" anche a seguito di segnalazioni al Garante da parte di pro-

fessionisti e della stessa società Groupon che lamentavano "pressioni" sui medici con "disdetta dei contratti". Per l'Antitrust, la pubblicità sui gruppi di acquisto è una "importante leva concorrenziale". Tuttavia, a differenza del TAR Lazio, il Consiglio di Stato non è entrato nel merito dei rapporti fra deontologia e libera concorrenza, limitandosi a considerazioni di tipo procedurale: in sostanza, la fine del contenzioso si deve al fatto che l'illecito si è prescritto. Nel merito della dialettica deontologia e mercato era invece entrato il TAR ammettendo la pubblicità on line (in linea con l'Antitrust) ma difendendo la proporzionalità delle tariffe (principio di etica professionale non cancellato da nessuna normativa).