Giuseppe Fauceglia *

Relazione introduttiva

Una riflessione introduttiva, per quanto sintetica, sul regime pubblicitario delle società di persone deve necessariamente muovere da una considerazione. Nella codificazione del 1942 si era ritenuto di assoggettare a pubblicità – una pubblicità che, non a caso, era correntemente definita come pubblicità “commerciale” – le sole imprese aventi oggetto o forma commerciale (v. in particolare gli artt. 2195 e 2200 c.c.); non dunque le società semplici, essendo questa tipologia societaria riservata allo svolgimento di attività non commerciali (art. 2249)¹. In questa prospettiva, rimanendo la società semplice estranea al sistema pubblicitario, era dunque perfettamente coerente che, là dove si poneva il problema di far valere nei confronti dei terzi determinate pattuizioni (specie, in relazione alla limitazione della responsabilità illimitata di alcuni soci), la sua soluzione veniva affidata a forme di pubblicità di fatto². Più precisamente, alcune norme del codice civile

* Professore ordinario di Diritto commerciale – Università degli Studi di Salerno.

¹ Sul tema: S. PATRIARCA, *Sub art. 2251*, in S. PATRIARCA-I. CAPELLI, *Società semplice, Commentario del Codice Civile e codici collegati, Scialoja-Branca-Galgano*, a cura di De Nova, Bologna, 2021, 30-34.

² In particolare, senza la pretesa di essere esauriente: G. FERRI, *Sub art. 2267*, in *Delle società, Commentario del Codice Civile*, a cura di Scialoja e Branca, Bologna-Roma, 1962, 156, secondo il quale la limitazione della responsabilità “non si giustifica in base ai principi della rappresentanza, né la responsabilità del socio gestore può essere considerata come una sanzione quale era invece per le società irregolari nel codice di commercio abrogato. Essa non può infatti essere eliminata neppure attraverso l’osservanza della pubblicità. Il fondamento deve ritrovarsi invece nella struttura della società semplice, per la quale si è voluto far corrispondere all’eser-

subordinano (sia pur con rilevanti dubbi) l'opponibilità di determinati atti o fatti³ alla circostanza che essi fossero stati portati a conoscenza dei terzi con mezzi idonei; mezzi la cui concreta idoneità allo scopo deve essere verificata di volta in volta dal giudice, con riferimento ai loro singoli destinatari. Invero, la l. 580/1993 ed al suo regolamento di attuazione (d.p.r. 581/1995), hanno sì generalizzato l'obbligo di iscrizione nel registro delle imprese estendendolo fra l'altro alle società semplici, ma, poi, la configurazione di quattro sezioni speciali del registro – una delle quali riservata appunto alle società semplici, e la diversificazione degli effetti dell'iscrizione, con riconoscimento del rango di pubblicità-notizia, avente cioè una valenza puramente informativa (così l'art. 8, comma 5, l. 580/1993) e non l'efficacia dichiarativa riconosciuta in via generale dall'art. 2193 c.c. – ha finito per attingere in modo determinante la disciplina delle società semplici⁴. In quel contesto, una disciplina particolare era stata prevista dal d.p.r. 136/1975, che aveva previsto per le società semplici di revisione il principio secondo il quale “devono osservarsi le modalità di pubblicità previste nell'art. 2296 del codice civile” (ossia quelle proprie delle società in nome col-

cizio concreto del potere di gestione e di rappresentanza la responsabilità illimitata”. Invero, il problema qui si è posto proprio con riferimento ai mezzi idonei ritenuti necessari per poter opporre ai terzi il patto di limitazione della responsabilità, e, in qualche modo superato l'argomento che l'accertamento dovesse consistere prevalentemente in un giudizio di fatto (F. DI SABATO, *La società semplice*, in *Trattato di diritto privato*, diretto da Rescigno, 16, 1^a ed., Torino, 1985, 91), si è finito per riconoscere che il mezzo idoneo per eccellenza possa rinvenirsi nell'iscrizione nel registro delle imprese (O. CAGNASSO-M. QUARANTA, *La società semplice*, in *Trattato di diritto privato*, diretto da Rescigno, 17, 2^a ed., Torino, 2010, 16 ss.), pur non trascurando che quando dalla pubblicità conseguono effetti ulteriori le ragioni di tutela dei terzi esigono, pur sempre, il rispetto della unicità dello strumento pubblicitario.

³ In particolare: le modifiche e la revoca del potere di rappresentanza, il patto di limitazione della responsabilità, lo scioglimento del rapporto sociale limitatamente ad un socio: cfr. rispettivamente gli artt. 2266, 2267 e 2290 c.c., sul tema: S. PATRIARCA, *Sub artt. 2266, 2267 e 2290*, in S. PATRIARCA-I. CAPELLI, *Società semplice*, in *Commentario del Codice Civile e codici collegati Scialoja-Branca-Galgano*, a cura di De Nova, Bologna, 2021, 255 ss., 265 ss., 454 ss., ed ivi ampia bibliografia.

⁴ N. ATLANTE, *Il regime di pubblicità nella società semplice*, in *Trattato società di persone*, a cura di Preite e Busi, II, Torino, 2015, 997 ss.

lettivo), e analoghe disposizioni erano state poi ripetute nel d.lgs. 88/1992 prima e nel d.lgs. 39/2010. Si tratta, comunque, di una disciplina speciale, applicabile solo per queste società, tanto da non aver ricevuto, nel contesto di un esame più complessivo della materia, seguito alcuno⁵.

La situazione fin qui descritta è parzialmente mutata nel 2001, quando – nell’ambito di un intervento legislativo circoscritto al settore agricolo – si è stabilito che “*l’iscrizione degli imprenditori agricoli, dei coltivatori diretti e delle società semplici esercenti attività agricola nella sezione speciale del registro delle imprese [...], ha l’efficacia di cui all’art. 2193 del codice civile*” (art. 2 d.lgs. 228/2001).

Con questa norma si è dunque disposto un ritorno al principio generale dell’efficacia dichiarativa, parificando il trattamento delle imprese agricole⁶ iscritte nella sezione speciale, sul piano degli effetti della pubblicità, a quello riservato ai soggetti iscritti nella sezione ordinaria. In tal modo si è eliminata una disparità di trattamento – quella fra i soggetti iscritti nella sezione ordinaria e quelli iscritti nella sezione speciale – e se ne è creata un’altra: quella fra piccole imprese e società semplici *agricole* da una parte e piccole imprese e società semplici *aventi altro oggetto* dall’altra, le une e le altre iscritte nella medesima sezione speciale ma sottoposte a regimi pubblicitari diversi in punto di effetti dell’iscrizione⁷. In conclusione, a seguito del d.lgs.

⁵ G. PARTESOTTI, *La società semplice iscritta nel registro delle imprese (Contributo allo studio delle società di revisione del d.p.r. 31 marzo 1975, n. 136)*, in *Giur. comm.*, 1978, I, 5 ss.

⁶ E successivamente, di riflesso, delle imprese ittiche e di quelle di acquacoltura, per effetto dell’art. 2 d.p.r. 558/1999, dopo la modifica apportata dall’art. 34-*septies*, comma 1, d.l. 179/2012; e dell’art. 4 d.lgs. 4/2012.

⁷ Per tutti: V. BUONOCORE, *Il “nuovo” imprenditore agricolo, l’imprenditore ittico e l’eterogenesi dei fini*, in *Giur. comm.*, 2002, I, 22-23, che nell’immediatezza della riforma ritenne che con l’art. 2 d.lgs. 228/2001 non avrebbe più avuto ragion d’essere la distinzione tra imprese soggette o mena a registrazione; R. ALESSI-G. PISCIOTTA, *Dell’impresa agricola*, in *Il Codice Civile. Commentario, Schlesinger-Busnelli*, diretto da Busnelli, Milano, 2010, 315 ss.; A. PAVONE LA ROSA, *Il registro delle imprese*, in *Trattato Buonocore*, Torino, 2003, 113; U. BELVISO, *Il regime pubblicitario dell’imprenditore agricolo (La riforma d’inizio secolo)*, in *Studi in onore*

228/2001, le regole dettate negli artt. 2266, 2267 e 2290 c.c. cessano di essere applicabili alle società semplici agricole *per sopravvenuta incompatibilità con l'art. 2193, co. 1*⁸; nel mentre la disciplina di diritto comune, con tutte le incongruenze sistematiche e le difficoltà interpretative, trovano ancora applicazione per le società semplici aventi oggetto diverso.

Il quadro normativo, invero assai distonico, che si presenta all'interprete, resta caratterizzato da una significativa diversità in ordine al dato pubblicitario tra società di persone aventi un oggetto commerciale e le società semplici non agricole, neppure superata da quelle opzioni che hanno tentato di valorizzare, per queste ultime, il dato pubblicitario⁹. Il problema che si pone, pertanto, resta quello di perimetrare le società semplici non agricole, con riferimento – ma la problematica non può essere adeguatamente scrutinata in questa sede – alle società semplici che per caratterizzazione tipologica non hanno ad oggetto “attività commerciali”. Il riferimento, che in questa sede può solo prospettarsi, resta la società semplice avente ad oggetto attività libero-professionali, in ciò richiamando la disciplina che consente la costituzione di società di qualunque tipo per l'esercizio in forma societaria delle attività professionali regolamentate nel sistema ordinistico¹⁰;

di Schlesinger, IV, Milano, 2004, specie 2308 ss.; M. BIONE, *La nozione di imprenditore agricolo dal codice di commercio ad oggi*, *ivi*, 2342; C. IBBA, *Il registro delle imprese*, in *Trattato di diritto privato*, a cura di Iudica e Zatti, Milano, 2021, 304 ss.; G. MARASÀ, *L'imprenditore*, in *Commentario Schlesinger-Busnelli-Ponzanelli*, Milano, 2021, 353 ss.

⁸ In tal senso: A. BARTALENA, *La pubblicità delle società semplici*, in *Riv. dir. comm.*, 2003, I, 331 ss.; M. CAMPOBASSO, *La società semplice “irregolare”*, in *Riv. dir. comm.*, 2005, I, 280 ss.

⁹ In dottrina hanno qualificato automaticamente l'iscrizione nella sezione speciale quale “mezzo idoneo” ai sensi degli artt. 2266, 2267, 2290 c.c., tale dunque da assicurare sempre l'opponibilità ai terzi di ciò che è iscritto: O. CAGNASSO, *La società semplice*, in *Trattato Sacco*, Torino, 1998, 59 ss., 78 ss., 120 s., 160 s., 229 s.; v. anche E. BOCCHINI, *Manuale del registro delle imprese*, Padova, 1999, 46, 109 ss. Ulteriori riferimenti in V. DONATIVI, *Del registro delle imprese. Dell'obbligo di registrazione*, in *Commentario Scialoja-Branca-Galgano-De Nova*, Bologna, 2024, 691 ss.

¹⁰ Così l'art. 10, comma 3, l. 183/2011, nonché l'art. 4-bis l. 247/2012 che ha permesso l'esercizio della professione forense, oltre che a società di capitali e socie-

nonché alle società di mero godimento, che precluse nel contesto degli artt. 2247 e 2248 c.c.¹¹, in ragione dell’evoluzione legislativa (specie nel settore fiscale¹²) e dell’interpretazione offerta dalla giurisprudenza¹³, oltre che dalla dottrina¹⁴, sono oggi ritenute ammissibili, non importando che il “godimento” abbia ad oggetto beni immobili, beni mobili registrati o non, ovvero partecipazioni societarie¹⁵.

tà cooperative, a “società di persone”, senza alcuna limitazione tipologica. Quanto alle professioni non regolamentate, si veda l’art. 1, comma 5, l. 4/2013, ove si legge fra l’altro che la professione non organizzata in ordini o collegi “è esercitata in forma individuale, in forma associata, societaria”.

¹¹ In giurisprudenza si veda Cass. 2 ottobre 2018, n. 23952, in *Rep. Foro it.*, 2018, voce “*Società*” n. 299.

¹² Da ultimo l’art. 1, comma 31, secondo periodo, l. 30 dicembre 2024, n. 207 (Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2025 e bilancio pluriennale per il triennio 2025-2027): «*Le medesime disposizioni si applicano alle società che hanno per oggetto esclusivo o principale la gestione dei predetti beni e che entro il 30 settembre 2025 si trasformano in società semplici*».

¹³ Si veda in particolare, per l’ampiezza della motivazione, Trib. Roma, decr. 8 novembre 2016, in *Giur. it.*, 2017, 695 ss.

¹⁴ La legislazione in parola – ha concluso un’autorevole dottrina – “ha innovato il codice civile disancorando la società semplice dal paradigma funzionale fissato nel ’42”, e ha reso “la società semplice, non solo il regime residuale d’esercizio di attività economiche collettive non commerciali (qual era per il testo originario del codice civile unificato), ma anche un *regime societario facoltativo* (rispetto a quello della comunione) *del godimento collettivo*”, così P. SPADA, *Dalla società civile alla società semplice di mero godimento*, in *Riv. notar.*, 2016, 842; condivise fra gli altri da O. CAGNASSO, *La società semplice immobiliare: un ritorno ai codici abrogati?*, in *Giur. it.*, 2017, 697 ss.; G. BARALIS, *La validità “stabile” della società semplice di mero godimento immobiliare*, in *Riv. notar.*, 2017, 427 ss.; v. inoltre MONTALENTI, *Il diritto societario dai “tipi” ai “modelli”*, in *Giur. comm.*, 2016, I, 439; G. MARASÀ, *Le società: profili sistematici e funzione*, in *Trattato Donativi*, I, Milano, 2022, 147.

¹⁵ S. MASTURZI, *Holding e “casseforti” di famiglia*, in *Giur. it.*, 2025, 217 ss.; sul ricorso alle società semplici: F. MURINO, *Forme di impiego della società semplice in una prospettiva di diritto comparato*, in *Società di persone. Problemi, prospettive attuali e tracce di una possibile riforma*, a cura di Bartalena e Fauceglia, Pisa, 2025, 25 ss.; M. ONZA, *Società semplice e godimento di beni: qualche appunto*, in *La riforma delle società di persone in Germania. Prospettive di riforma in Italia*, a cura di Murino, Torino, 2025, 17 ss.; K. MARTUCCI, *Il godimento collettivo di beni*

Quanto detto resta, del resto, confermato anche nella dir. (UE) 2025/25, le cui maggiori innovazioni consistono nel prevedere, solo per le società in nome collettivo e per le società in accomandita semplice, un controllo preventivo di legalità e un catalogo di atti e indicazioni da sottoporre obbligatoriamente a pubblicità¹⁶, il che dovrebbe portare ad esempio a introdurre l'obbligo di deposito dei bilanci¹⁷, con una conseguenza sulle stesse modalità di approvazione da parte dei soci del documento contabile (specie, con riguardo alla posizione dei soci non amministratori¹⁸). Vi è, però, che anche queste prescrizioni non incidono sul profilo della pubblicità¹⁹ (ad esempio, ne restano escluse le società semplici agricole che pure sono assoggettate, come innanzi detto al regime pubblicitario delle altre società di persone), anche se, con immotivato ottimismo, potrebbe essere auspicato che, in sede di recepimento della direttiva, il legislatore italiano vorrà profittare dell'occasione per razionalizzare anche l'intera disciplina

in forma societaria nell'esperienza europeo-continentale, in *Riv. dir. civ.*, 2009, I, 311 ss.

¹⁶ Dir. (UE) 2025/25 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 dicembre 2024, che per quanto qui interessa ha modificato la dir. (UE) 2017/1132, sostituendo l'art. 10 e inserendo l'art. 14-*bis*. Invero, in altri ordinamenti, ad esempio in quello francese, l'art. 231-21 (in qualche modo in sintonia con l'art. 111 disp. att. c.c.) prevede che nella società in nome collettivo, in cui tutti gli associati siano società a responsabilità limitata o società per azioni, hanno l'obbligo di depositare alla cancelleria del tribunale di commercio la delibera di approvazione del bilancio, con l'allegata relazione dell'organo di controllo (*commissaires aux comptes*) e degli amministratori sulla gestione.

¹⁷ Il citato art. 14-*bis*, infatti, include fra gli atti da pubblicizzare i documenti contabili di ciascun esercizio finanziario la cui pubblicità sia obbligatoria secondo la direttiva UE 2013/34 (della quale si vedano in particolare gli artt. 30 e 31).

¹⁸ G. FAUCEGLIA, *Sulle delibere e decisioni dei soci nelle società di persone*, in *Società di persone. Problemi, prospettive attuali e tracce di una possibile riforma*, cit., 147-148.

¹⁹ La disciplina comunitaria, infatti, è volta ad assicurare l'accesso dei terzi agli atti e alle indicazioni soggetti a pubblicità obbligatoria e ad escludere che tali atti e indicazioni siano opponibili ai terzi prima dell'effettuazione della pubblicità (dir. (UE) 2017/1132, cit., specie art. 16), ma non prescrive che questa assicuri l'opponibilità di quanto pubblicizzato (cfr. C. IBBA, *Il registro delle imprese*, cit., 322 s.).

pubblicitaria delle società di persone, eliminando il divario tra società semplici e società aventi un oggetto commerciale.

1. Un profilo di coordinamento tra i vari “fatti” iscritti nasce anche in ragione di recenti interpretazioni, volte a dare prevalenza ad alcuni di questi a scapito di altri, specie nel contesto della dichiarazione di insolvenza. L’argomento necessita di adeguato approfondimento, che non può essere svolto in questa sede, dove ci si limita a ricordare che morte, recesso ed esclusione del socio sono vicende giuridiche la cui “rilevanza pubblicitaria” presenta diversi profili problematici. Alcune di queste ipotesi hanno formato oggetto di specifica attenzione in dottrina e in giurisprudenza, sia per quanto riguarda il profilo relativo alla “tipicità”, che nel passato aveva dato luogo a contrastanti orientamenti applicativi, oggi invero superati, sul se dette vicende potessero essere oggetto di autonoma pubblicità ovvero semplicemente “assorbite” dalla pubblicità delle modifiche soggettive del contratto di società; sia sotto il profilo relativo all’accertamento in concreto del fatto denunciato, questione di particolare rilevanza nel caso di recesso per giusta causa o di recesso *ad nutum*, anche con specifico riferimento al soggetto legittimato alla iscrizione.

Non può negarsi che nel percorso interpretativo più recente dell’art. 2290 c.c., secondo cui lo scioglimento parziale del rapporto sociale «deve essere portato a conoscenza dei terzi con mezzi idonei» e «in mancanza non è opponibile ai terzi che lo hanno senza colpa ignorato», ha portato, nel sistema delle società di forma commerciale (e delle società semplici agricole) a ritenere che il riferimento ai “mezzi idonei” (e, dunque, a un sistema di c.d. “pubblicità di fatto”) debba essere adeguato con riferimento al “registro delle imprese”, in coerente adesione alla più generale sostituzione del sistema della “pubblicità di fatto” delle società semplici con il sistema di “pubblicità legale” delle società commerciali²⁰. Del resto, pare evidente, anche dal raffronto con altre norme del Codice della crisi e dell’insolvenza (mi riferisco all’art. 256, che ripropone in sostanza il previgente art. 147 l. fall.), che il sistema della pubblicità legale della morte, del recesso e della

²⁰ V. DONATIVI, *Del registro delle imprese*, cit., 695 ss.

esclusione del socio risulti ormai un dato pacificamente acquisito²¹.

Se mai, il problema della “rilevanza” di alcuni fatti pubblicizzati rispetto ad altri, si pone, specie nel contesto concorsuale dell’estensione della responsabilità patrimoniale, con particolare rilevanza sistematica. Così, ad esempio, una recente ordinanza della Cassazione, la quale, in ragione dell’affidamento dei creditori, ha dichiarato fallito in estensione, a seguito dell’intervenuto fallimento della società, il socio accomandatario che, pur avendo dato pubblicità alla sua cessazione, abbia consentito al mantenimento del suo nome nella ragione sociale, così presentandosi ai terzi come socio illimitatamente responsabile²². Ed ancora, si fa riferimento al caso in cui la mancata “esistenza” del socio all’interno della compagine sociale era nota già prima della dichiarazione di insolvenza della società, in ragione della intervenuta pubblicità della modificazione soggettiva, pur non essendo stata data pubblicità alla più risalente morte del socio, con conseguente applicazione dell’art. 147, comma 1°, l. fall. agli eredi²³. Per non toccare altre problematiche come nell’ipotesi di scioglimento della società per recesso di uno dei due soci e mancata ricostituzione della pluralità, dove la S.C. ha ritenuto che il fallimento del socio superstite che abbia continuato l’attività come imprenditore individuale, implica la dichiarazione di fallimento della società, che può essere esteso all’altro socio receduto²⁴.

2. Il quadro normativo relativo alla pubblicità negli altri ordinamenti continentali, che qui per necessità espositive non può che essere delineato sinteticamente, consente di verifica la “tenuta” della normativa interna e saggiare possibili tracce di riforma.

²¹ G. FAUCEGLIA, *Il socio illimitatamente responsabile nel codice della crisi e dell’insolvenza*, in *Contr. impr.*, 2025.

²² Cass. 29 aprile 2024, n. 11342, in *Dir. fall.*, 2025, II, 192, con nota di G.B. FAUCEGLIA.

²³ Cass. 5 dicembre 2023, n. 35954, in *Fallimento*, 2024, 789 con nota di G. FAUCEGLIA.

²⁴ Cass. 14 gennaio 2015, n. 2263, in *Giur. it.*, 2015, 886, con nota di G. FAUCEGLIA.