

DEONTOLOGIA FORENSE/ I canoni sono messi nero su bianco dal nuovo codice

Comunicazione con più rigore

Anche nel privato comportamenti dignitosi e decorosi

DI GIOVANNA
RAFFAELLA STUMPO

Comunicazione esterna sì, ma con rigore. E anche nel privato comportamenti all'insegna della dignità e del decoro. Sono questi alcuni dei canoni comportamentali frutto del nuovo Codice deontologico forense (Cdf) che vanno a integrare l'articolo 10 della legge professionale 247/2012 (in particolare, artt. 17, 35, 36, 37 per spendita di informazioni e accaparramento della clientela; artt. 18 e 57 per rapporti con gli organi di informazione ampiamente intesi e sito web). L'attività di comunicazione esterna, quale che sia il mezzo scelto, deve dunque collimare con un più «rigoristico» modo di vedere l'avvocato nel contesto sociale. Quale «tutore del diritto alla difesa» e dell'«affidamento» che la collettività ripone, circa la correttezza dei suoi comportamenti, anche di comunicazione esterna e promozionali, nell'esercizio della professione, nei rapporti con il cliente e tutti gli stakeholders, oltretutto con e nelle istituzioni forensi (artt. 69-71 Cdf).

E anche nel privato, come si diceva, i comportamenti devono essere ispirati alle (aspettative) di rispetto dei principi di dignità e decoro. Il legale può essere chiamato a rispondere di condotte extraprofessionali, ove lesive dell'affidamento dei terzi, della reputazione personale e/o l'immagine e il prestigio della professione (artt. 2 e 63 Cdf). Da fine dicembre, cioè da quando è entrato in vigore il Cdf, queste regole valgono tanto per l'avvocato/studio italiano quanto per quello straniero che eserciti in Italia (art. 3 Cdf). Va sottolineato come il Cdf, integralmente riscritto per la prima volta nei suoi 17 anni di vita, e pubblicato, sempre per la prima volta, in *Gazzetta Ufficiale*, ha valore di legge. La violazione delle sue disposizioni, non integra più, come un tempo, solo un illecito disciplinare ma è dunque anche idonea a fondare un giudizio di risarcimento del danno.

Tornando alla comunicazione, con riferimento al marketing, il tema della promotion (in particolare informazioni sull'esercizio della professione; rapporti con organi di informazione; sito e web marketing; divieto di accaparramento di clientela) non è più circoscritto ai vecchi artt. 17, 17-bis, 18, 19 Cdf del 1997, oggi abrogato. I principi

generali da tenere presenti nell'attività promozionale, sono invece quelli di cui al titolo I del Cdf, di cui rilevano in particolare gli artt. 9 (Doveri di probità, dignità, decoro e indipendenza) e 13 (Doveri di segretezza e riservatezza). Essi vanno letti in raccordo all'art. 3 della legge 247/2012, in particolare con il comma II, secondo cui «la professione deve essere esercitata con indipendenza, lealtà, probità, dignità, decoro, diligenza e competenza, tenendo conto del rilievo sociale della difesa e rispettando i principi della corretta e leale concorrenza», e con il comma III che delimitando il campo di applicazione della deontologia statuisce che essa «stabilisce le norme di comportamento che l'avvocato è tenuto a osservare in via generale e, specificatamente, nei suoi rapporti con cliente, controparte, altri avvocati e altri professionisti (...) a tutela del pubblico interesse al corretto esercizio della professione».

Regole deontologiche di comunicazione esterna

Comunicazione informativa	Divieto di: i) spendita al pubblico di nomi dei clienti, anche con il loro consenso; ii) comunicazione esterna denigratoria, suggestiva e/o comparativa. Informazioni al pubblico: a prescindere dal mezzo di diffusione, devono sempre rispondere a: trasparenza, verità, correttezza, non equivocità, non igannevolezza
Organi di informazione	Nei rapporti non più solo con media e stampa, ma in generale con tutti gli organi di informazione, e comunque in ogni attività di comunicazione: i) obbligo di: equilibrio e misura; ii) dovere di: discrezione e riservatezza. Garanzia al minore, di anonimato; iii) divieto di: fornire notizie coperte da segreto di indagine; spendita dei nomi clienti; enfatizzare capacità professionali; sollecitare articoli, interviste; convocare conferenze stampa
Sito web	Vietato il re-indirizzamento non riconducibile alla professione. No a: contenuti commerciali o pubblicitari, diretti o indiretti. Forma e contenuto vanno previamente comunicati al Cdo
Dignità e decoro	Devono sempre ispirare forma e contenuto comunicativo-informativo
Comportamenti privati	Rilevano, se pregiudizievoli dell'affidamento di terzi, dignità/immagine della professione

Assicurazioni, ecco la Pec nei rapporti contrattuali

Dall'Ivass misure di semplificazione delle procedure e degli adempimenti nei rapporti contrattuali tra imprese di assicurazioni, intermediari e clientela. Con regolamento n. 8 del 3 marzo 2015 (G.U. n. 61 del 14 marzo 2015) seguito da lettera al mercato del 20 marzo 2015, l'Istituto di vigilanza sulle assicurazioni ha definito le misure di semplificazione delle procedure e degli adempimenti nei rapporti contrattuali tra imprese di assicurazioni, intermediari e clientela in attuazione dell'art. 22, c. 15-bis, del dl 18 ottobre 2012, n. 179, convertito in legge 17 dicembre 2012, n. 221.

In estrema sintesi, l'intervento è finalizzato a realizzare una semplificazione dei processi e degli adempimenti burocratici mediante il ricorso all'innovazione tecnologica che renderà obbligatorio l'utilizzo della posta elettronica certificata (Pec) quale canale per lo scambio di comunicazioni dell'Ivass con gli operatori del mercato. Con riferimento agli impatti del provvedimento sull'operatività degli intermediari finanziari, si richiamano inoltre le seguenti disposizioni: a) l'obbligo per tali soggetti di dotarsi di un indirizzo di posta elettronica certificata da rendere noto alla clientela al fine di consentirne l'uso negli atti e nella corrispondenza (art.4); b) l'incentivo a favorire l'utilizzo da parte dei clienti della tecnologia di firma elettronica avanzata, qualificata e digitale per la sottoscrizione della documentazione relativa al contratto di assicurazione (art. 5); c) l'utilizzo di strumenti di pagamento elettronici, anche nella forma online, per corrispondere i premi assicurativi senza oneri a carico dei clienti (art. 6); d) l'adozione, in sede di assunzione di nuovi contratti, di modalità di gestione della documentazione della clientela che eviti di richiedere documentazione non necessaria o di cui l'intermediario già dispone in ragione di precedente rapporto contrattuale con il medesimo cliente che risulti ancora valido (art. 11). Si segnala infine che gli intermediari dovranno adeguarsi a tali nuovi adempimenti entro il termine di sei mesi dalla data di entrata in vigore del regolamento (30 giorni dalla pubblicazione in G.U.).

Marcello Fumagalli

© Riproduzione riservata

Punito chi pubblicizza la vendita di organi

Un passo in avanti importante nella lotta al traffico internazionale di organi. È stata firmata da 14 stati nei giorni scorsi la Convenzione del Consiglio d'Europa contro il traffico di organi umani. Sarà il primo trattato internazionale per la prevenzione e la lotta al fenomeno, ed entrerà in vigore appena ratificato da almeno cinque paesi. La Convenzione è stata siglata da Italia, Regno Unito, Spagna, Turchia, Albania, Austria, Belgio, Repubblica Ceca, Grecia, Lussemburgo, Norvegia, Repubblica di Moldavia, Polonia, Portogallo. E potrà essere firmata da qualunque nazione nel mondo volesse aderire. «Il prelievo illegale e il traffico di organi umani rappresentano una grave violazione dei diritti dell'uomo», ha dichiarato il segretario generale del Consiglio d'Europa, il norvegese Thorbjørn Jagland, «i donatori sono spesso persone vulnerabili, sfruttati dal crimine organizzato che approfitta della carenza di organi disponibili per i trapianti; la cooperazione internazionale è determinante per la lotta contro questo crimine». Jagland ha anche aggiunto: «La Convenzione permette di punire chi pubblicizza la vendita di organi, chi negli ospedali chiude un occhio sul paziente che stranamente si presenta con organo trapiantato non si sa dove e che esercita tante altre attività che ora non possono essere perseguite. Infine è il primo testo che impone agli stati di proteggere, attraverso misure idonee, le vittime del traffico e della commercializzazione illegale di organi. La Convenzione offre un quadro globale per codificare il traffico d'organi come un reato penale, proteggere le vittime e facilitare la collaborazione a livello nazionale e internazionale. Obiettivo finale perseguire i responsabili del traffico e contrastarli efficacemente. Il trattato criminalizza il prelievo illecito di organi umani da donatori viventi o morti, e il loro utilizzo ai fini di trapianto o altre attività correlate. Le misure di protezione per le vittime comprendono assistenza fisica, psicologica e sociale, sostegno legale e il diritto a un indennizzo da parte degli autori. La Convenzione, infine, punta a prevenire il traffico di organi esigendo per esempio dagli stati che garantiscano la trasparenza del loro sistema nazionale di trapianto e l'accesso equo agli interventi.

Paolo Bozzacchi

© Riproduzione riservata