

IL DIBATTITO

Giovanna Raffaella Stumpo

Avvocato del Foro di Milano, pubblicista e formatore, esperta in organizzazione, marketing, qualità e certificazione Iso per il settore legale e servizi

Quelle specializzazioni poco rivolte ai clienti e ai fini del marketing

IL TEMA DELLA SETTIMANA

Si può leggere il decreto sulle specializzazioni forensi con la “lente” del marketing? Come si possono regolare le acquisizioni dei titoli in modo che siano apprezzate dalle aziende, dalla pubblica amministrazione e dai clienti privati? In che modo si può assicurare un maggiore rientro in termini di prestazioni? La risposta a queste domande presuppone un’ottica “laica” e a “tutto tondo” della professione forense. In questo ambito e, con contenuti e riflessioni particolarmente originali, ospitiamo l’intervento dell’avvocato Giovanna Stumpo, che da anni si occupa, da legale, di queste innovazioni che investono la categoria.

LA VERSIONE DIGITALE

In anteprima sul web il numero della settimana
www.guidaaldiritto digitale.ilssole24ore.com

Gli esperti di marketing lo sanno: la specializzazione premia. Chi è depositario di un sapere specialistico è infatti preferito - in caso di problema specifico -, rispetto al generalista. E per ottenere “quel sapere mirato” a cui riconosce un attributo di “qualità superiore” rispetto al servizio “standard”, il cliente - consumatore è “naturalmente incline” a pagare di più. Questo vale ad esempio in campo medico e analogamente vale - o dovrebbe valere - per tutte le diverse libere professioni.

In ambiente legale ad esempio, è ormai prassi consolidata che il “legale interno” necessariamente si affidi allo studio esterno per problematiche necessitanti di un “sapere specifico aggiuntivo e/o integrativo” del proprio; da “spendere” poi internamente all’azienda o all’ente, per un prezzo rapportato alla “qualità (del sapere) specialistico” atteso. E anche per il cliente privato è venuta meno la “credibilità” di potersi affidare con uguale “aspettativa qualitativa” a un professionista “tuttologo”, piuttosto che a un avvocato di specifica *practice*.

Del resto, a questa “targettizzazione”, ci ha portato il mercato stesso, la regolamentazione prima della direttiva Bolkestein a corollario dei principi di libera circolazione dei servizi nell’Ue e poi sono arrivate le nuove tecnologie dell’informazione e infine le liberalizzazioni della Bersani. Quanto alle norme di liberalizzazione post Bersani, va detto che il tema delle specializzazioni nelle professioni è sempre stato inquadrato nella dimensione detta, ossia, come fattore che con gli altri, funge da stimolo positivo per il libero gioco della concorrenza e per la competizione sul mercato, in favore del professionista oltreché del cliente - consumatore; al quale ultimo si devono dare tutte le garanzie collegate alla “spendita” della specializzazione. Prime fra tutte quelle dell’effettiva qualità sostanziale “superiore” sottesa al titolo, e di trasparenza e veridicità della correlata informativa.

Nell’ordinamento forense le specializzazioni sono previste all’articolo 9 della nuova legge professionale, oltreché disciplinate dal più recente Dm 144/2015; che, come noto, ancor prima di entrare in vigore, ha costituito oggetto di impugnativa da parte di alcuni Ordini e associazioni forensi. Senza entrare nel merito delle contestazioni e neppure con la pretesa di analizzare nel dettaglio l’articolato del Dm, certo è che in una ottica squisitamente di marketing, lo stesso presenta evidenti criticità.

Per quanto concerne ad esempio l’elencazione dei “settori di specializzazione” di cui all’articolo 3 che costituiranno oggetto dei corsi

**Nel Dm 114/2015
c'è un vuoto di previsione
sulle materie "cross border",
come quella
del commerciale-societario**

di "alta formazione" di cui all'articolo 7, va detto che la stessa non è certamente esaustiva. Practices come diritto ecclesiastico, diritto cinematografico, diritto dello sport, diritto dell'immigrazione, diritto della privacy, diritto dell'alimentazione, diritto farmaceutico - e si potrebbe continuare ancora -, sono già - da anni- specializzazioni attive sul mercato; ma pur tuttavia non previste nel decreto. Così squalificandosi in partenza i professionisti eventualmente interessati a fruire dell'offerta formativa regolamentata per questi settori, che allo stato manca. Analogamente c'è "un vuoto di previsione" per tutte le materie cosiddette "cross border" (ad esempio, il penale societario; l'amministrativo internazionale; il commerciale societario - e si potrebbe continuare) che, pur esistono e sono practices di mercato, ma che in mancanza di previsione normata non fruiranno dei relativi corsi specializzanti.

È vero che ai sensi dell'articolo 4, l'elenco dei settori di specializzazione potrà essere esteso con successivo Dm; ma tale metodologia, pur comprensibile, sommata ai "tempi" poi necessari per abilitarsi con il corso da specialista (di durata almeno biennale), non pare la più efficace. E comporta disparità in partenza, non giustificate.

Il punto è che probabilmente il solo concetto di esaustività per tutte le possibili specializzazioni da rendere fruibili con corsi di specializzazione, è esso stesso labile. Sia perché come detto, le specializzazioni attive sul mercato di fatto sono già ora più di 18, sia perché è il mercato stesso che ne impone, con le sue evoluzioni sempre di nuove; richiedendo anche poi strumenti atti a rendere operativi, se non fin da subito, in tempi "rapidi", gli «avvocati specialisti». Si pensi ad esempio al diritto della robotica, al diritto aerospaziale, al diritto delle nanotecnologie, al diritto dell'energia - e si potrebbe proseguire -, per citare nuovi settori in cui per il legale sarà prioritario essere specializzato. Perché chi parte oggi con un interesse - proprio o indotto - in questi ambiti, non può - come per i settori già nel Dm - partire subito con un corso, dovendo diversamente attendere i tempi di modifica, e anche poi soggiacere a 2 anni minimali di corso, prima di poter presentare istanza di titolazione a specialista?

La soluzione alternativa potrebbe essere quella di prevedere che per i settori non contemplati all'articolo 3 ma pur di mercato, il titolo sia conseguibile con la «comprovata esperienza maturata» di cui all'articolo 8. Ma una tale previsione, allo stato, non è nel Dm. Anzi, pare esclusa dall'articolo 6 comma 4 ai sensi del quale «nel caso di domanda fondata sulla comprovata esperienza il Cnf convoca l'istante per sottoporlo ad un colloquio sulle materie comprese nel settore di specializzazione» e anche dallo stesso articolo 8, comma b), per cui si consentirà - a ora- di titolarsi a specialista solo «in uno dei settori di specializzazione di cui all'art. 3.»

Anche poi con riferimento alla «comprovata esperienza», i "parametri combinati" di riferimento indicati dall'articolo 8 per arrivare a essere avvocato specialista, paiono quantomeno "onerosi" per il professionista interessato e forieri di ampie discriminazioni.

Fermo restando che non si comprende né come né perché «l'anzianità di iscrizione» di cui alla lettera a) sia fissata ad «almeno 8 anni» (perché

**Manca una specifica
regola
sulle modalità
di spendita
del titolo nel mercato legale**

non a più o diversamente a meno?), ugualmente non si comprende perché la prova dell'ultimo quinquennio di esercizio continuativo in un settore, debba essere fornita in base all'unico indicatore di riferimento di cui alla lettera b), *id est* «la documentazione giudiziale o stragiudiziale per incarichi fiduciari per rilevanti per quantità e qualità, almeno pari a 15 per anno».

A parte che i concetti di «rilevante quantità e qualità» non sono oggettivi, non è dato di sapere perché gli incarichi debbano essere numericamente almeno 15, e non altrimenti. Poi, il marketing insegna che per qualificare un professionista come esperto in una *practice*, esistono oggi altri indicatori rispetto a quello detto, che sono certamente già diffusi “nella prassi” e comunque non meno significativi. Si pensi ad esempio, alle pubblicazioni specialistiche realizzate dall'avvocato pubblicista; o all'avvocato che già nel perdurare dell'obbligo della formazione continua abbia seguito con continuità prevalente corsi di formazione in una materia mirata, potendone dare evidenza documentale; o all'attività di docenza specialistica dell'avvocato “professore”, oggi rilevante ad avviso di chi scrive, non più solo se presso le università ma - vista la formazione continua obbligatoria - anche presso Istituzioni forensi o Scuole di preparazione all'esame di avvocato (e un domani presso Scuole di alta formazione specialistica); o ancora perché no, al professionista che - come è regola consolidata negli Studi che applicano tecniche di marketing, eroghi la formazione nella *practice* specialistica presso la clientela - potendone dare evidenza documentata. Anche la presenza in “*legal directories*” nazionali e/o internazionali, può essere un di non meno importante indicatore “qualificante” documentabile e per di più “accreditato” direttamente dal mercato.

Ma nel Dm, di tutto ciò non vi è traccia. Manca poi anche una specifica regola uniforme sulla spendibilità del titolo conseguito; come avrebbe dovuto essere ex articolo 9, comma 1, della legge 247/2012 (testuale: «È riconosciuta agli avvocati la possibilità di ottenere e indicare il titolo di specialista, secondo modalità che sono stabilite, nel rispetto delle previsioni del presente articolo, con regolamento adottato dal Ministero della giustizia previo parere del CNF ai sensi dell'art. 1»).

La qualifica di specialista di cui al Dm 144/2015 differisce infatti dalle diverse e già esistenti qualifiche (di avvocato professore di ruolo presso facoltà di giurisprudenza in accademia e di avvocato specializzato in virtù di conseguita specializzazione post laurea); con le quindi, quella ministeriale non si andrà a sovrapporre, ma a cui si aggiungerà. Non foss'altro, essendo diverso l'iter che, per ciascuna di queste «3 diverse qualifiche specializzanti» porteranno l'avvocato al relativo titolo, in termini di chiarezza informativa ex articolo 17 nuovo del Codice deontologico forense e più in generale per la trasparenza al cliente - consumatore, si rende opportuna una specifica previsione. Anche quanto ai contenuti del certificato/attestato di specializzazione e relativa spendibilità, a fini promozionali/di pubblicità. ●



Per saperne di più

www.consiglionazionaleforense.it