

# MARKETING E QUALITÀ DELL'AVVOCATO



## Attuata in Italia la direttiva Bolkestein

### Sintesi delle misure che riguardano organizzazione e marketing delle professioni regolamentate

Con il decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (pubblicato in GU-RI 23 aprile 2010, n. 94, s.o. n. 75), il legislatore italiano ha dato attuazione della direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio 12 dicembre 2006, n. 2006/123/CE (relativa ai servizi nel mercato interno); che, con l'intento di eliminare gli ostacoli alla libertà di stabilimento dei prestatori negli Stati Membri (SM) ed alla libera circolazione dei servizi intra Unione Europea (UE), è volta ad istituire a livello sopranazionale un quadro giuridico generale a vantaggio di un'ampia varietà di servizi, pur tenendo conto

nel contempo della specificità di ogni tipo di attività o di professione e del loro sistema di regolamentazione locale. La regolamentazione europea segue infatti una politica di armonizzazione graduale ed un approccio dinamico e selettivo che fa perno su una pluralità di azioni complementari, ossia:

- eliminare in via prioritaria, già a livello UE gli ostacoli alla libera prestazione di servizi che possono essere rimossi rapidamente; e, per quanto riguarda gli altri ostacoli,
- avviare un processo di più lungo periodo coinvolgen-

do anche gli SM; così da arrivare ad una valutazione, consultazione, armonizzazione complementare in merito a questioni specifiche, con l'obiettivo di modernizzare progressivamente ed in maniera coordinata i sistemi nazionali che disciplinano le attività di servizi;

- prevedere una combinazione equilibrata di misure che riguardano l'armonizzazione mirata, la cooperazione amministrativa, la regolamentazione uniforme della libera prestazione di servizi nel contesto europeo; oltre alla pro-

mozione dell'elaborazione di codici di condotta nazionali, su determinate questioni di interesse comune e generale.

Attraverso questo "iter modulare", incentrato in particolare sul coordinamento delle legislazioni nazionali, l'UE punta a garantire un grado elevato d'integrazione giuridica comunitaria ed un corrispondente livello di tutela degli obiettivi generali; in particolare per quanto attiene alla tutela dei consumatori. Aspetto che, in materia, è considerato come "fondamentale per stabilire la fiducia reciproca tra SM" (cfr. direttiva UE, VII Considerando).

Come noto, la direttiva n. 2006/123/CE contempla, tra gli altri, anche i servizi di consulenza giuridica e fiscale e, nell'ambito dei prestatori destinatari delle regole di dettaglio che gli SM sono tenuti ad emanare nel rispetto delle sue previsioni quadro, annovera anche gli esercenti le professioni ordinarie (o regolamentate).

Salvo qualche eccezione, il d.lgs. n. 59/2010 di recepimento nazionale, ricalca, in larga misura ed in modo fedele, il dettato della normativa comunitaria di riferimento. Le sue disposizioni, ex art. 1 comma 1 "si applicano a qualun-

que attività economica, di carattere imprenditoriale o professionale, svolte senza vincolo di subordinazione, diretta allo scambio di beni o alla fornitura di altra prestazione anche a carattere intellettuale". Di seguito in questo numero della rivista (ed a seguire, in quello del prossimo mese), la lettura delle disposizioni più rilevanti per la professione, in tema di organizzazione e marketing (i.e. raffronto tra il dettato comunitario, e quello di recepimento nazionale).

di Giovanna Stumpo

(Segue nel prossimo numero)

### PRINCIPALI DISPOSIZIONI SULL'ORGANIZZAZIONE ED IL MARKETING DELLE PROFESSIONI, NEL TENORE DELLA DIRETTIVA SERVIZI E DELLA NORMATIVA NAZIONALE DI RECEPIMENTO (PARTE I)

Argomento	Direttiva n. 2006/123/CE	D.lgs. n. 59/2010
<b>Sito Internet</b>	Tra i mezzi con i quali il prestatore può rendere facilmente accessibili al destinatario le informazioni che è tenuto a fornire è opportuno prevedere la comunicazione del suo indirizzo di posta elettronica, compreso il suo sito web. Inoltre le informazioni che il prestatore ha l'obbligo di rendere disponibili nella documentazione con cui illustra in modo dettagliato i suoi servizi, non dovrebbero consistere in comunicazioni commerciali di carattere generale, come la pubblicità, ma piuttosto in una descrizione dettagliata dei servizi proposti, anche tramite documenti presentati su un sito web (Cfr. 96° Considerando della direttiva).	
<b>Pubblicità</b>	Occorre sopprimere i divieti totali in materia di comunicazioni commerciali per le professioni regolamentate, revocando non i divieti relativi al contenuto di una comunicazione commerciale, bensì quei divieti che, in generale per una determinata professione, proibiscono una o più forme di comunicazione commerciale; ad esempio il divieto assoluto di pubblicità in un determinato/in determinati mezzi di comunicazione (Cfr. 100° Considerando della direttiva).	
<b>Multi-disciplinarietà</b>	È necessario ed è nell'interesse dei destinatari, in particolare dei consumatori, assicurare che i prestatori abbiano la possibilità di fornire servizi multidisciplinari e che le restrizioni a questo riguardo siano limitate a quanto necessario per assicurare l'imparzialità nonché l'indipendenza e l'integrità delle professioni regolamentate (Cfr. 101° Considerando della direttiva).	
<b>Qualità</b>	Al fine di migliorare la trasparenza e di favorire valutazioni fondate sui criteri comparabili con quanto riguarda la qualità dei servizi offerti e forniti ai destinatari, è importante che le informazioni sul significato dei marchi di qualità e di altri segni distintivi relativi a tali servizi siano facilmente accessibili (Cfr. 102° Considerando della direttiva). Occorre disporre che gli SM, in collaborazione con la Commissione, incoraggino le parti interessate ad elaborare codici di condotta a livello comunitario finalizzati in particolare a promuovere la qualità dei servizi e tenendo conto delle caratteristiche specifiche di ciascuna professione. I codici di condotta devono rispettare il diritto comunitario e in particolare il diritto della concorrenza. Essi non dovrebbero essere incompatibili con le norme di deontologia professionale giuridicamente vincolanti negli SM (Cfr. 103° Considerando della direttiva).	
<b>Definizioni</b>	<b>Servizio:</b> qualsiasi attività economica non salariata di cui all'art. 50 del Trattato fornita normalmente dietro retribuzione (Cfr. art. 4.1 della direttiva) <b>Prestatore:</b> qualsiasi persona fisica, avente la cittadinanza di uno SM, o qualsiasi persona giuridica di cui all'art. 48 del Trattato, stabilita in uno SM, che offre o fornisce un servizio (Cfr. art. 4.2 della direttiva) <b>Professione regolamentata:</b> un'attività professionale o un insieme di attività professionali, ai sensi dell'art. 3, par. 1, lett. a) della direttiva n. 2005/36/CE (Cfr. art. 4.11 della direttiva) <b>Requisito:</b> qualsiasi obbligo, divieto, condizione o limite stabilito dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative degli SM o derivante dalla giurisprudenza, dalle prassi amministrative, delle regole degli organismi ed ordini professionali o delle regole collettive di associazioni o organizzazioni professionali adottate nell'esercizio della propria autonomia giuridica; le norme stabilite dai contratti collettivi negoziali dalle parti sociali non sono considerate di per sé come requisiti ai sensi della predetta direttiva (cfr. art. 4.7 della direttiva) <b>Comunicazione commerciale:</b> qualsiasi forma di comunicazione destinata a promuovere, direttamente o indirettamente beni, servizi o l'immagine di un'impresa, di un'organizzazione o di una persona che svolge un'attività commerciale industriale o artigianale o che esercita una professione regolamentata. Non costituiscono di per sé comunicazioni commerciali le informazioni seguenti: a) che permettono l'accesso diretto all'attività dell'impresa, dell'organizzazione o della persona, in particolare un nome di dominio o un indirizzo di posta elettronica; b) relative ai beni, ai servizi o all'immagine dell'impresa, dell'organizzazione o della persona elaborate in modo indipendente, in particolare se fornite in assenza di un corrispettivo economico (cfr. art. 4.12 della direttiva).	<b>Servizio:</b> qualsiasi prestazione, anche a carattere intellettuale svolta in forma imprenditoriale o professionale, fornita senza vincolo di subordinazione e normalmente dietro retribuzione; i servizi non economici non costituiscono servizi, ai sensi del presente decreto (Cfr. art. 8, lett. a) del d.lgs.) <b>Prestatore:</b> qualsiasi persona fisica, avente la cittadinanza di uno SM, o qualsiasi soggetto costituito conformemente al diritto di uno SM o da esso disciplinato, a prescindere dalla sua forma giuridica, stabilito in uno SM, che offre o fornisce un servizio (Cfr. art. 8, lett. b) del d.lgs.) <b>Requisito:</b> qualsiasi regola che imponga un obbligo, divieto, condizione o limite al quale il prestatore o il destinatario debba conformarsi ai fini dell'accesso ed esercizio della specifica attività esercitata e che abbia fonte in leggi, regolamenti, provvedimenti amministrativi ovvero in disposizioni adottate da ordini, collegi e albi professionali; non costituiscono requisiti, le disposizioni in materia ambientale, edilizia ed urbanistica, nonché quelle a tutela della sanità pubblica, della pubblica sicurezza, della sicurezza dei lavoratori e dell'incolumità delle persone e che si applicano indistintamente ai prestatori nello svolgimento della loro attività economica e ai singoli che agiscono a titolo privato (Cfr. art. 8, lett. g) del d.lgs.) <b>Comunicazione commerciale:</b> IDENTICO NEL TESTO (art. 8, lett. n) del d.lgs.).
<b>Tariffe minime o massime</b>	<b>Requisiti da valutare:</b> ...omissis...Gli SM verificano se il loro ordinamento giuridico subordina l'accesso a un'attività di servizi o il suo esercizio al rispetto dei requisiti non discriminatori seguenti:...omissis... g) tariffe obbligatorie minime e/o massime che il prestatore deve rispettare...omissis...Gli SM verificano che i requisiti di cui al par. 2 soddisfino le condizioni seguenti: a) non discriminazione; b) necessità; c) proporzionalità...omissis... (cfr. art. 15 della direttiva)	<b>Requisiti subordinati alla sussistenza di un motivo imperativo di interesse generale:</b> Nei casi in cui sussistano motivi imperativi di interesse generale, l'accesso e l'esercizio di una attività di servizio possono, nel rispetto dei principi di proporzionalità e non discriminazione, essere subordinati al rispetto dei seguenti requisiti:...omissis... g) tariffe obbligatorie minime e/o massime che il prestatore deve rispettare...omissis... (Cfr. art. 12, comma 1 del d.lgs.).

## Quando il network sceglie di investire in qualità



EUROJURIS ITALIA è tra le poche reti nazionali di Studi, che ha scelto di avviare un percorso di *management* interno, secondo la norma tecnica ed internazionale UNI EN ISO 9001:2008 (*Sistemi di gestione qualità - Requisiti*), e di conseguire la relativa certificazione di qualità. Associazione di 60 Studi professionali (principalmente legali) in forma singola, associata o anche societaria, per un totale di circa 240 professionisti, EUROJURIS a sua volta aderisce, essendone associata e membro, al G.E.I.E. (Gruppo Europeo di Interesse Economico) EUROJURIS INTERNATIONAL. Che ha sede a Bruxelles, ed a cui aderiscono - attraverso gli organismi associativi nazionali aderenti, 720 Studi legali. Per complessivi circa 4000 avvocati o esperti giuridici attivi nell'UE ed altri Paesi extraUE, ammessi al Gruppo, in base a criteri di qualità, opportunamente monitorati. L'adesione di EUROJURIS al G.E.I.E. è basata su un normale rapporto associativo, laddove la struttura internazionale, titolare del marchio EUROJURIS, offre agli associati (in pratica ed in effetti) gli Studi facenti parte delle Associazioni nazionali e per il tramite di queste), le opportunità naturalmente insite in una associazione di professionisti: formazione, sviluppo, scambi culturali, interattività e sinergie di lavoro. Per il Presidente dell'Associazione,

Avv. Stelio Gicca Palli "esistono varie associazioni di questo genere. Eurojuris si differenzia in quanto, oltre a "dare" servizi, "chiede" ai suoi associati; e non solo quote associative o di partecipazione, ma, in più e soprattutto, impegno formativo, elevati standard qualitativi nel rapporto con la clientela, concreta disponibilità a collaborazioni a livello nazionale e transnazionale. In altre

parole, privilegia l'aspetto operativo rispetto a quello culturale/sostanziale, pur senza, ovviamente, dimenticarlo". Se da un lato dunque, il Direttivo dell'Associazione si mostra esigente e rigoroso nella fase di valutazione dei "requisiti all'ingresso" da parte di Studi richiedenti, al contempo anche l'Associazione in sé, ha scelto di dotarsi di un sistema di gestione capace di integrare i requisiti di qualità già imposti dall'appartenenza al G.E.I.E. (i c.d. 10 comandamenti), con quelli dettati dallo standard ISO 9001; per migliorare nell'organizzazione interna e nelle prestazioni da offrire agli Studi aderenti. "Per parte nostra" - spiega il consulente Dott. Andrea Baldin di Studio Baldin Euroquality S.r.l. - "l'associato, è il Cliente di EUROJURIS ITALIA; che si aspetta dall'Associazione di cui sceglie di far parte, elementi di differenziazione e competitività che non ritrova in altre; oltreché una gestione efficiente dei processi e delle attività, in parallelo alla puntualità e velocità di risposta alle sue aspettative. EUROJURIS può oggi vantare procedure e metodi operativi formalizzati in forma scritta, implementati da una pluralità di Responsabili funzionali interni alla struttura "addestrati a lavorare in qualità"; ossia in una logica di orientamento al Cliente, e di rilevamento oggettivo - attraverso appositi strumenti di indagine e registrazione, spesso realizzati anche con il supporto delle nuove tecnologie informatiche - dell'effettivo livello di soddisfazione - insoddisfazione". L'aver portato a termine con successo il percorso organizzativo conseguendo la certificazione, implica per l'Associazione e per gli Studi ad essa aderenti, la possibilità di disporre di un prezioso ed aggiuntivo strumento di *marketing*. Di più, il mantenerla, implica che EUROJURIS operi non in maniera dilettantistica, ma secondo procedure certe e con il periodico controllo di un Ente terzo - nel caso di specie il LRQA - a garanzia dell'attenzione durevole che l'Associazione ripone sulle attività svolte, nell'effettivo interesse dei suoi associati ([www.eurojuris.it](http://www.eurojuris.it)).