

Guida alle nuove professioni

I PUNTI DELLA RIFORMA



La stretta

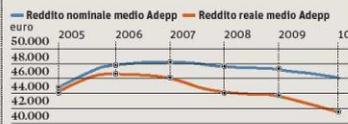
Se non ci si aggiorna, adesso si commette un illecito disciplinare e scattano le sanzioni

INUMERI DEL SISTEMA ORDINISTICO

-20%

Il reddito in media, tra il 2008 e il 2011, il reddito medio dei professionisti è calato di un quinto. Il dato è desunto dalle dichiarazioni reddituali presentate all'Adepp per consentire il calcolo dei versamenti contributivi

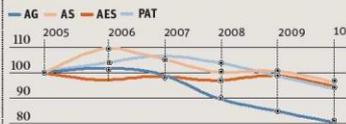
LA FLESSIONE MEDIA



-5%

L'area economica si salva. Calo del reddito medio tra il 2008 e il 2010 per i professionisti dell'area economico-sociale (AES, nel grafico qui a destra, in cui AG sta per area giuridica, AS sta per area sanitaria e PAT sta per area tecnica)

I RISULTATI PER SETTORE



2.029.000

Il totale. Numero complessivo dei professionisti iscritti agli Ordini. Il testa ci sono le professioni sanitarie: i medici sono 397.456, gli infermieri 379.213. In coda si trovano i notai, che sono appena 4.545

La formazione gioca la carta-mercato

Sull'accreditamento esautorati gli Ordini territoriali: provvederanno i Consigli nazionali

Gian Paolo Tosoni

La formazione continua per i professionisti diventa obbligatoria e si apre al libero mercato. Assume un ruolo centrale il ministero delegato alla vigilanza. Sull'accreditamento di chi svolge attività di formazione vengono esautorati gli ordini territoriali e l'autorizzazione compete ai consigli nazionali.

Sono queste le principali novità in materia di formazione contenute nell'articolo 7 del regolamento sulla riforma degli ordinamenti professionali che è stato approvato venerdì dal Consiglio dei ministri (si veda Il Sole 24 Ore di ieri).

La formazione obbligatoria continua dei professionisti iscritti negli ordini o collegi, assume un ruolo di garanzia per la collettività poiché in una società fortemente evolutiva l'aggiornamento delle proprie competenze professionali è imprescindibile. Il decreto che introduce la riforma è molto forte stabilendo che la violazione all'obbligo della formazione costituisce illecito disciplinare mentre finora i singoli Ordini si limitavano a sanzioni indirette.

I corsi di formazione possono essere organizzati da tre categorie di soggetti: da ordini e collegi, dalle associazioni di iscritti agli albi: in questa categoria rientrano sia le associazioni (anche sotto forma di coopera-

tiva) costituite all'interno di ciascun ordine territoriale aventi come oggetto principale proprio la formazione continua e i sindacati dei professionisti; ■ altri soggetti e imprese che operano sul libero mercato proponendo attività di formazione a tutti i livelli.

Mentre gli ordini e le associazioni fra professionisti iscritti non necessitano di alcuna autorizzazione, i soggetti terzi devono ottenere l'autorizzazione dai Consigli nazionali. Quindi

NIENTE ESENZIONI

Per ora non sono più previste le deroghe all'obbligo formativo che erano state concesse in passato

le società di formazione dovranno presentare una sola istanza al Consiglio nazionale che, se accolta, avrà effetto su tutto il territorio nazionale. I Consigli nazionali trasmetteranno al ministro vigilante la proposta di delibera per acquisire il parere vincolante. Al riguardo la relazione di accompagnamento ricorda che questa procedura è necessaria anche in caso di associazioni di iscritti al diritto della libera concorrenza. I Consigli nazionali devono, quindi, disciplinare l'attività di

formazione continua che sarà inevitabilmente svolta da ordini e collegi territoriali.

Un regolamento attuativo, pure sottoposto al parere favorevole del ministro vigilante, dovrà essere emanato entro un anno dall'entrata in vigore del Dpr di riforma. Il regolamento si dovrà occupare delle modalità di assolvimento dell'obbligo da parte degli iscritti e di organizzazione dell'attività da parte degli ordini territoriali. Verranno stabiliti i requisiti minimi uniformi in tutto il territorio nazionale e l'unità di misura del credito formativo.

La norma non parla di esenzioni che finora venivano talvolta applicate ai professionisti che hanno raggiunto un certo limite di età, ma questo potrebbe essere previsto nell'ambito dei requisiti minimi. Come pure tra le modalità dell'assolvimento da parte degli iscritti potranno essere regolati i casi dei professionisti che svolgono professionalmente attività di formazione. Il Dpr prevede, infine, che i Consigli nazionali e le Università possano stipulare convenzioni per il riconoscimento reciproco di crediti formativi.

APPROFONDIMENTO ONLINE

Il Dpr e la relazione
www.ilssole24ore.com/norme

Il quadro delle novità

LA FORMAZIONE

Le nuove regole che dovranno essere seguite da enti formatori e Ordini

IL VINCOLO

La formazione continua è obbligatoria per il professionista e la violazione dell'obbligo ha rilievo disciplinare. I corsi possono essere organizzati dagli ordini o dai collegi, ma anche da associazioni o enti autorizzati dai consigli nazionali degli ordini o collegi. Nel momento in cui sono chiamati a deliberare su un'autorizzazione, i consigli nazionali sono tenuti a informare il ministro vigilante al fine di assumere un parere vincolante. Questo passaggio vuole contrastare eventuali comportamenti anticoncorrenziali

LE MODALITÀ

Ogni consiglio nazionale degli ordini o collegi deve disciplinare le modalità della formazione. Entro un anno dall'entrata in vigore del Dpr, con un regolamento, si determinano le modalità e le condizioni per l'assolvimento dell'obbligo di aggiornamento da parte degli iscritti, si individuano i requisiti minimi dei corsi di aggiornamento e viene stabilito il valore del credito formativo professionale. Il regolamento deve ottenere il parere favorevole del ministro vigilante

GLI ACCORDI

È ammessa la possibilità che i consigli nazionali competenti sottoscrivano convenzioni con le università per il riconoscimento reciproco dei crediti formativi, professionali e universitari. Sono anche possibili accordi tra consigli professionali per il riconoscimento dei crediti interprofessionali. Tali intese, da raggiungere con regolamenti comuni, devono ottenere il parere favorevole dei rispettivi ministri vigilanti. Le Regioni possono disciplinare l'attribuzione di fondi per la formazione professionale

LA PUBBLICITÀ

Le attività promozionali che si possono svolgere

GLI OPUSCOLI



I «REDAZIONALI»



IL VOLANTINAGGIO E I PREZZI



Ora sarà possibile diffondere opuscoli in ampie zone (per esempio una provincia). Prima della riforma ci aveva provato un avvocato subendo una condanna (Cassazione 23 marzo 2005 n. 6213), per violazione dei principi di dignità e decoro della professione. Nel caso specifico, il professionista si era rivolto a un pubblico indeterminato e numeroso, comunicando l'entrata in vigore di

nuove regole imposte dall'Unione europea sulla pubblicità professionale. Norme che - secondo l'avvocato - consentivano una gestione della professione legale simile all'impresa di servizi. La conseguenza, si leggeva nell'opuscolo, era la possibilità di offrire libera concorrenza e tariffe accessibili. Non era apparso decoro offrire servizi legali come si offrono merci

Via libera alle pubblicità redazionali su giornali e periodici. Non accadrà più quanto si è verificato nel 2008, quando l'Ordine degli avvocati di Trieste si era attivato nei confronti di una pubblicità dei servizi professionali diffusa da uno studio legale. In particolare l'iniziativa consisteva in un redazionale pubblicato su un magazine allegato a un quotidiano nazionale. Il

redazionale, dal titolo «Quando il team fa la forza» e composto di alcune pagine contenente anche delle fotografie dello stesso studio, era finalizzato chiaramente a pubblicizzare, visti i toni e il contenuto utilizzati, l'attività dello studio legale. L'autorità Antitrust si era tuttavia schierata a fianco del professionista, smentendo a sua volta l'Ordine friulano

Già prima della riforma secondo la Corte di cassazione si poteva promuovere l'attività mediante volantini pubblicitari e non si parlava di compensi vicini al minimo tariffario quando ormai l'abolizione di tali tariffe era già scattata. Secondo la Cassazione pubblicizzare tariffe vicine al minimo non era ingannevole per il consumatore perché il richiamo al carattere puramente orientativo della tariffa non confliggeva con la trasparenza

volantini con i quali pubblicizzava l'attività a prezzi «stracciati». In particolare nel messaggio si parlava di compensi vicini al minimo tariffario quando ormai l'abolizione di tali tariffe era già scattata. Secondo la Cassazione pubblicizzare tariffe vicine al minimo non era ingannevole per il consumatore perché il richiamo al carattere puramente orientativo della tariffa non confliggeva con la trasparenza

LE REGOLE GENERALI

Le disposizioni da rispettare per i messaggi pubblicitari

01 | COMPARAZIONE E TRASPARENZA
La pubblicità comparativa è ammessa se: non è ingannevole; confronta beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi; confronta oggettivamente una o più caratteristiche verificabili e rappresentative; non causa discredito o denigrazione. Inoltre il messaggio pubblicitario deve essere chiaramente riconoscibile come tale. I termini garanzia e

garantito possono essere usati solo se accompagnati dalla precisazione del contenuto e delle modalità della garanzia offerta (decreto legislativo 145/2007)

02 | MESSAGGI INGANNEVOLI
È ingannevole la pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero. Inoltre è ingannevole se la presentazione induce o può indurre il

consumatore medio in errore per quanto riguarda le caratteristiche principali di un prodotto o servizio o i risultati che si possono ottenere. Per i professionisti, sono sempre considerate ingannevoli le pratiche commerciali che invitano ad acquistare a un determinato prezzo senza dire che ci sono probabilità di non riuscire a confermare tale prezzo o a fornire il prodotto entro un periodo ragionevole (decreto legislativo 206/2005)

Pubblicità. Dalla stampa a internet

Tante opportunità per farsi conoscere

Guglielmo Saportto

Eliminare sia le tariffe che i limiti alla pubblicità può avere effetti moltiplicati sulle professioni: è quanto accadrà dal 14 agosto, anche in relazione a nuovi mezzi di comunicazione. Il Dpr approvato dal Consiglio dei ministri di venerdì ammette la pubblicità informativa «con ogni mezzo», che può avere a oggetto l'attività, le specializzazioni, i titoli posseduti attinenti alla professione, la struttura dello studio e i compensi richiesti. L'estese norme precisano inoltre la pubblicità informativa deve essere funzionale all'oggetto, veritiera e corretta, non deve violare l'obbligo del segreto professionale e non deve essere equivoca, ingannevole o denigratoria. Le informazioni devono essere trasparenti, veritiero, corrette. Questi concetti sono

comprensibili se letti insieme a quelli di decoro, dignità professionale, tutela dell'immagine, moderazione e sobrietà.

La pubblicità dei servizi professionali costituisce un'importante leva del processo concorrenziale in quanto facilita l'ingresso di nuovi operatori, costituisce per gli operatori già presenti sul mercato uno stimolo all'innovazione e rappresenta uno strumento per colmare le lacune informative dei clienti. Gli Ordini saranno chiamati a riscrivere i loro orientamenti in tema di deontologia, tenendo presenti i principi posti dal Dpr e le norme sul codice del consumo» (decreti legislativi 206/2005 e 145/2007); si accennava così l'equiparazione del professionista all'impresa.

I mezzi pubblicitari potranno essere organi di stampa, radio e

televisione. Più audaci e quindi rischiosi restano l'affissione di cartelli negli esercizi commerciali, nei luoghi pubblici, nonché insegnare in determinati luoghi, tenendo presente che la direttiva Bolkestein al considerando n. 100 considera illegittimo il divieto assoluto di ricorrere a un dato mezzo di comunicazione. Su Internet sarà consentito l'inserimento di link al sito web del Collegio di appartenenza e/o del Consiglio nazionale o verso siti di servizi istituzionali, enti o società di servizi attinenti alla professione. È anche consentita la pubblicità mediante banner inseriti nei siti web di soggetti terzi e attraverso l'iscrizione del proprio sito web a motori di ricerca. Quanto a telefonate, visite dirette, invio di circolari tecniche a soggetti potenzialmente interessati oltre che a terzi che ne facciano esplicita richiesta, questo potrà essere ammesso tenendo presenti gli orientamenti della sentenza della Corte di giustizia Ue sul marketing telefonico di professionisti (aprile 2001 C-159/09) che consente gli invii non sollecitati.

L'ANALISI

Salvatore Padula

Sui giovani sarebbe servito più coraggio

» Continua da pagina 1

Che cosa resta di questa dichiarata attenzione alle nuove generazioni? Meno di quanto sarebbe servito. Partiamo da una considerazione. Una delle accuse più frequenti rivolte al sistema ordinistico di «ostacolare l'ingresso dei giovani». I numeri, in realtà, non confermano interamente questa affermazione. Gli iscritti agli albi sono aumentati in modo rilevante - almeno fino agli ultimi anni - e, per alcune categorie, il problema è paradossalmente l'eccessivo affollamento.

Eppure, il problema giovani, per la professione, esiste. E rischia di diventare rilevante. Se si guardano i dati sugli iscritti alle casse previdenziali (forite Adepp), che misurano i soggetti che realmente svolgono l'attività professionale, quelli che ne ricavano un reddito «minimo» e pagano i contributi, allora il discorso cambia. Più della metà delle professioni ha avuto in questi anni una diminuzione del numero di giovani iscritti: dai commercialisti agli avvocati, da noi ai geometri.

Certo, si dice, c'è il calo demografico. E c'è la crisi, pesante per tutti, ingiungibile per i giovani. Che - e lo dimostrano i dati del Mair sugli abilitati agli esami di Stato - sempre meno numerosi scelgono la prospettiva della libera professione.

Allora, il vero ostacolo all'accesso dei giovani alle professioni non è la «chiusura» degli Ordini. Non è solo il sistema delle regole. Il vero ostacolo, oggi reso più alto dalla recessione, è il mercato. È la difficoltà di trovare spazi, di imporsi nel confronto con i più anziani. In questo senso, le norme più chiare sulla pubblicità (anche se - va detto - molte categorie sono già ora allineate alle previsioni della legge); l'abolizione delle tariffe (l'arrivo in tempi brevi) delle società tra professionisti; ma anche le regole sul tirocinio, più breve e - si spera - più efficace, non sono certo la bacchetta magica, ma possono offrire qualche spiraglio ai giovani. Soprattutto se i giovani sapranno cogliere le occasioni che da queste mini