

Operativi l'“Atto di indirizzo per la pubblicità” e il “Codice di condotta relativo all'utilizzo di tecnologie per la comunicazione a distanza”

DOPO LE RESISTENZE DEL CONSIGLIO NAZIONALE VIA ALLE NUOVE NORME

Marialori Zaccaria

Come tutti sapete, già nel 2006 fu emanato dal Ministero dello Sviluppo Economico il famoso decreto sulla liberalizzazione delle professioni, noto come Decreto Bersani, successivamente trasformato in Legge 248, che ha destato molte contestazioni. Qualcosa in merito a questa questione avevamo già scritto nel primo numero del notiziario 2006. Dunque, la legge aboliva il minimo tariffario e liberalizzava la pubblicità, di conseguenza tutti gli Ordini professionali dovevano aggiornare, rispetto alla legge, i propri Codici Deontologici. Purtroppo però il CNOP (il Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi), il 23 settembre 2006, deliberava la modifica - in maniera restrittiva rispetto alla legge 248 - dell'art. 40 sul tema della pubblicità, mentre sul tema delle tariffe minime c'era ben poco da dire visto che il nostro tariffario non era mai stato approvato. In quella seduta si decideva di indire un referendum. La posizione dell'Ordine degli Psicologi del Lazio è stata resa nota attraverso la newsletter n. 23 del 17 novembre 2006, nella quale si sosteneva tra l'altro che non serviva un referendum se ci si adeguava alla ratio della legge. Tra l'altro, quello che avevo ventilato in quella seduta, e cioè che l'introduzione di una norma restrittiva poteva diventare materia per l'Antitrust, è puntualmente accaduto. Infatti il MOPI ricorreva presso l'Antitrust per la posizione assunta dal CNOP. Attualmente, il CNOP, si trova

obbligato dall'Antitrust ad adeguare gli articoli del nostro Codice Deontologico alla Legge 248/2006. In un articolo su “Italia Oggi” del 29/06/2007 gli psicologi vengono bacchettati dal presidente dell'Antitrust Antonio Catricalà (l'occasione era un'audizione alla Camera dei Deputati sulla riforma degli Ordini professionali) e annoverati tra i 14 Ordini non collaborativi. Ma questo poco importa, si andrà a correzione, il vero problema, la posta in gioco, è la funzione che un Ordine professionale deve svolgere nei confronti dei propri iscritti. Come ho già avuto modo di dire più volte, un Ordine ha senso se si adopera per i propri iscritti, se li considera dei professionisti in grado di essere responsabili rispetto al proprio operare, e caso mai li affianca in un percorso di responsabilizzazione, senza creare però delle catene di dipendenza e controllo tout court, anche perché un Ordine esiste perché esistono degli iscritti. Ed è questo lo spirito che ha animato le modifiche sia del “Codice di condotta relativo all'utilizzo di tecnologie per la comunicazione a distanza” sia dell'“Atto di indirizzo per la pubblicità”, anche se quest'ultimo è ancora in contrasto con il Codice Deontologico. Ma perché come Ordine solo ora abbiamo deliberato all'unanimità sulla pubblicità? Perché pur avendo scritto - nei mesi successivi alla delibera del Nazionale - ai vari Ministeri interessati, chiedendo dei chiarimenti rispetto

all'interpretazione da dare alla Legge 248, nessuno ci aveva risposto. Il 6 Giugno 2007, l'Ufficio Legislativo del Ministero dello Sviluppo Economico, sollecitato dal sottosegretario On. Alfonso Gianni, - che ringraziamo per il suo interessamento - ci rispondeva contestando le articolazioni che erano state date al nostro Codice Deontologico. La nota concludeva così: “Per il combinato disposto del primo e del terzo comma dell'art. 2 della Legge n. 248/2006 tutte le norme sopra citate sono da ritenersi abrogate o nulle di diritto”. È stato solo allora, e non prima, che come Ordine Regionale abbiamo proceduto alle modifiche dell'“Atto d'indirizzo per la pubblicità”. Infatti il nostro consulente legale riteneva che senza un supporto ministeriale, prendere una iniziativa diversa da quella adottata nel Codice Deontologico, avrebbe potuto far incorrere l'iscritto in sanzioni, nel caso che questi non avesse più richiesto l'autorizzazione per la pubblicità al proprio Ordine, così come indicato nell'art. 40 del Codice Deontologico. Come avrete già avuto modo di leggere sia nell'opuscolo che vi abbiamo inviato sia nella newsletter n. 21 del 19 giugno 2007, l'Ordine è pronto a darvi, qualora ne abbiate necessità, tutti i chiarimenti ed i suggerimenti di cui avrete bisogno. Questa è la funzione che noi pensiamo debba avere un Ordine Professionale moderno, al tempo con i tempi.