

Secondo il presidente del Cnappc, Raffaele Sirica, il nuovo statuto è vincente per la vitalità dell'ordine

Architetti, norme per la trasparenza

Autoriforma per la maggiore autorevolezza della professione

DI RAFFAELE SIRICA
presidente del
Consiglio nazionale
architetti, pianificatori
paesaggisti, conservatori
(Cnappc)

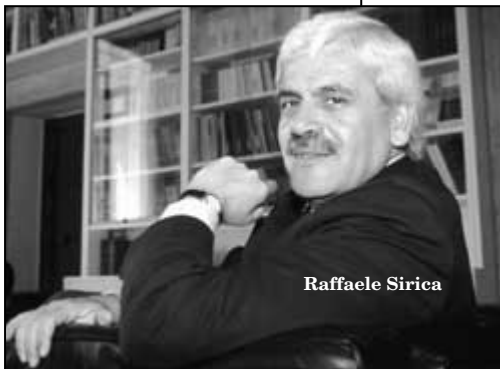
Il congresso nazionale di Bari, nel novembre del 2003, aprì una nuova stagione di autoriforma della professione di architetto; il documento programmatico infatti affermava: «Riconoscersi oggi in un nuovo modello ideale, in un nuovo statuto di professione, appare strategico: unica strada vincente e convincente, per confermare la vitalità di un sistema autoregolamentato come quello ordinistico. È quindi questione sostanziale la formazione di una coscienza collettiva che, anche attraverso un nuovo codice deontologico, introduca gli "elementi fondativi" di nuova dignità e autorevolezza della professione, dando voce a quelli del passato che continuano a mantenere la loro validità e che si rifanno ai principi generali della convivenza civile».

Il sistema ordinistico degli architetti italiani già da tempo sosteneva questa tesi e il Cnappc aveva a suo tempo sollecitato le istituzioni europee a esprimersi su questo tema. Con una risoluzione del 2001 il Parlamento europeo aveva appunto riconosciuto che «le libere professioni rappresentano uno dei pilastri del pluralismo e dell'indipendenza all'interno della società e assumono a ruoli di pubblico interesse». Sempre il Parlamento europeo, con la direttiva n. 2006/36/Ce del 7 settembre 2005 relativa al riconoscimento delle qualifiche professionali, aveva stabilito che non solo si riconosce la specificità di ogni professione e in particolare delle professioni regolamentate ma anche il ruolo degli ordini professionali nella disciplina delle attività e nell'elaborazione delle norme professionali.

Anche l'Antitrust italiano di recente, nel suo parere inviato nello

scorso novembre al parlamento italiano, ha ritenuto di sottolineare l'importanza sociale delle professioni e di una loro evoluzione, infatti «le analisi dell'Antitrust non mirano a mettere in discussione l'esistenza e l'importanza del ruolo svolto dalle professioni liberali cosiddette protette e le regole della concorrenza non possono ritenersi incompatibili con l'esistenza delle libere professioni o degli ordini ma costituiscono, per contro, uno strumento indispensabile per favorire un continuo rinnovamento del settore».

Quindi proprio nel solco sin qui indicato il Cnappc ha incominciato una riforma delle nostre norme deontologiche, partendo da uno



Raffaele Sirica

dei punti, nel passato, più controversi; è obiettivo di questa norma e della relativa determinazione fare chiarezza e rendere più trasparente il rapporto con i nostri clienti e con l'utenza in generale.

Circa i termini di applicabilità del codice deontologico alla luce dei principi comunitari della libera concorrenza, il Cnappc, nella seduta dell'8 marzo 2006, ha adottato la determinazione n. 1/2006 al fine di fornire indicazioni per un'interpretazione uniforme e ha approvato la riforma del sistema dell'informativa e della pubblicità di cui agli articoli 35, 35-bis, 35-ter del codice.

Il testo della determinazione n. 1/2006 è scaricabile dal sito www.archiworld.it

Codice deontologico su informativa e pubblicità

Ecco le nuove norme sull'informativa e sulla pubblicità relative all'attività professionale sancite dal codice deontologico degli architetti, capitolo VI-bis

Art. 35 - Informativa

1. L'informativa al cliente in ordine all'attività professionale è resa ai sensi delle disposizioni di cui al presente articolo.

2. Spetta al professionista assicurare l'informazione al cliente in ordine a:

i) i dati personali: nomi; indirizzi; formazioni; specializzazioni; pubblicistica; attività didattica, con indicazione del periodo e dell'istituto presso il quale è stata svolta; i dati dello studio: forma organizzativa, soci fondatori, composizione, addetti, sedi, orari; le aree di competenza specifica; i criteri di calcolo dell'onorario.

3. Tale informativa può essere corredata da:

fotografie: personali e dello studio; l'indicazione dell'attività professionale svolta: dati dei clienti privati e pubblici, ove da questi ultimi espressamente autorizzati; dati delle opere realizzate, anche con fotografia ove di pubblico dominio ovvero ove espressamente autorizzati dal cliente; l'indicazione della certificazione di qualità dello studio; l'indicazione dell'affiliazione a network professionali; premi e onorificenze e quant'altro relativo alla persona e allo studio limitatamente a ciò che attiene all'attività professionale esercitata.

4. L'informativa è resa secondo correttezza e verità. In particolare, e a mero titolo esemplificativo, il professionista è tenuto a: in caso di incarico congiunto indica-

re le prestazioni professionali concretamente svolte; indicare i soli titoli professionali e accademici aventi valore legale; indicare i dati di soggetti terzi solo ove espressamente autorizzato; indicare le sole specializzazioni aventi valore legale; indicare il tipo di esperienza eventualmente maturata nelle aree di competenza: ruolo, natura, periodo e durata delle prestazioni svolte; indicare il soggetto affidatario dell'incarico professionale e, all'uopo, il regime di responsabilità della forma organizzativa con la quale svolge l'attività professionale.

5. I mezzi attraverso i quali è resa l'informativa devono salvaguardare il decoro e il prestigio della professione. In linea di principio, e a mero titolo esemplificativo, sono da considerarsi tali: la carta da lettere, i biglietti da visita, le targhe; le brochure informative inviate a mezzo posta, anche informatica; gli annunci e le rubriche professionali.

Art. 35-bis - Pubblicità

1. Per pubblicità si intende l'informativa in ordine all'attività professionale rivolta a soggetti indefiniti, siano essi la clientela già acquisita ovvero il pubblico. La pubblicità è resa secondo le disposizioni del presente articolo.

La pubblicità è resa secondo correttezza e verità. In particolare, e a titolo meramente esemplificativo, di qualunque mezzo di comunicazione si avvalga il professionista è tenuto a: evitare il ricorso a espressioni enfatiche, laudative o denigratorie; adottare modelli e criteri simbolici compatibili con il principio della personalità della prestazione professionale.

2. I mezzi attraverso i quali è effettuata la pubblicità devono salvaguardare il decoro e il prestigio della professione. In linea di principio, e a mero titolo esemplificativo, è da escludersi che possano essere considerati tali: i siti web e reti telematiche non at-

tinenti, nemmeno indirettamente, alla professione; le telefonate di presentazione e le visite a domicilio; l'utilizzo di testimonial.

Art. 35-ter - Limiti

1. È vietata ogni forma di pubblicità non palese.

2. La partecipazione del professionista a eventi pubblici in ragione della competenza o attività svolta, come l'intervento a trasmissioni televisive, la partecipazione, come relatore, a convegni, la collaborazione a giornali, può essere oggetto di pubblicità da parte di soggetti terzi a condizione che il professionista medesimo si assicuri che: sia esclusa qualsiasi enfaticizzazione delle capacità e dell'attività resa; sia evitata la spendita del nome dei clienti; sia esclusa qualsiasi indicazione sugli onorari praticati.

3. Il professionista che partecipa a eventi pubblici in ragione della competenza o attività svolta, come l'intervento a trasmissioni televisive, la partecipazione, come relatore, a convegni, la collaborazione a giornali, può fornire informazioni in ordine all'attività professionale a condizione che: eviti di enfatizzare la propria prestazione e i risultati professionali; eviti di spendere il nome dei clienti; non offra prestazioni professionali; eviti di fornire indicazioni sugli onorari praticati.

4. L'organizzazione di convegni e seminari da parte del professionista è consentita alle condizioni di cui al presente comma.

5. Il professionista può avvalersi di uffici stampa e di pubbliche relazioni a condizione che l'attività di promozione sia svolta nel rispetto delle disposizioni precedenti.

Pagina a cura del Cnappc Consiglio nazionale architetti, paesaggisti, pianificatori e conservatori
www.cnappc.it
www.archiworld.it
www.larchitetto.archiworld.it

Archés premia l'innovazione tecnologica e costruttiva dei giovani

Nastro di partenza per la seconda edizione del Premio Archés, il concorso di architettura dedicato ai giovani progettisti italiani la cui scadenza è fissata il 29/9/2006. L'edizione 2004, cui ha partecipato circa un centinaio di concorrenti, ha incoronato vincitore il parmense Lucio Serpagni. Aid'A, Agenzia italiana d'Architettura, promuove il premio biennale in collaborazione con Darc (Direzione generale per l'architettura e l'arte contemporanea del ministero per i beni e le attività culturali) e Cnappc, grazie al sostegno e al contributo del Gruppo Archés, leader nel settore dell'edilizia. Il premio intende promuovere opere di progettisti che si distinguano per la qualità generale della proposta architettonica e

in particolare per la ricerca di un'integrazione tra il progetto di architettura e i suoi contenuti innovativi dal punto di vista delle applicazioni tecnologiche e costruttive. Il premio è riservato ad architetti e ingegneri italiani, che possono concorrere singolarmente o in gruppo. Ogni singolo concorrente o gruppo potrà partecipare al massimo con due opere progettate purché costruite negli ultimi cinque anni. Inoltre, è possibile per enti e istituzioni pubbliche segnalare particolari architetture che si distinguono per la qualità compositiva e costruttiva. In tutti i casi il progettista o capogruppo non deve aver compiuto entro la data del 30 settembre 2006 il 40esimo anno di età. La giuria del premio 2006 è composta da: Marco

Casamonti, direttore della rivista *Area*; Margherita Guccione, responsabile direzione arte e architettura della Darc; Fulvio Irace, direttore del settore architettura della Triennale di Milano; Giovanni Leoni, direttore della rivista *D'Architettura*; Paolo Portoghesi, professore presso l'università La Sapienza di Roma; Franco Purini, professore presso l'università La Sapienza di Roma; Roberto Turello, presidente del Gruppo Archés; Carlo Terpolilli, presidente di Aid'A; Elisabetta Coltelli, in rappresentanza del Cnappc. Il premio è di 22.500 euro e verrà assegnato nel seguente modo: 10 mila euro al progettista e/o al capogruppo vincitore; 7.500 euro al secondo classificato; 5 mila euro al terzo classificato. Inoltre, la

giuria potrà segnalare, complessivamente, fino a sette opere ulteriori ritenute di particolare interesse, alle quali sarà assegnata, quale rimborso spese per la partecipazione al premio, una somma di 500 euro ciascuna. I vincitori e i progetti segnalati parteciperanno alla cerimonia di premiazione finale. In occasione della cerimonia di premiazione, che si terrà entro dicembre 2006, verranno resi pubblici i nomi dei vincitori e le menzioni. Il progetto vincitore sarà pubblicato in un estratto a colori sulla rivista *Area* edita dalla Federico Motta Editore. I progetti segnalati, nonché quelli vincitori, potranno eventualmente essere inseriti nella rivista *DA*. Informazioni e bando: www.archiworld.it, www.gruppoarches.it.