



La pubblicità della domanda e del decreto di omologa: l'“idonea forma” e la tutela della privacy

**Articolo di Alessandro TORCINI
Dottore Commercialista in Firenze**

Ci si interroga sul significato e sulla portata della “*idonea forma di pubblicità*” prevista in vari articoli della normativa sul sovraindebitamento ed in particolare:

Nell'accordo

Art. 10 comma 2

Con il decreto di cui al comma 1 (fissazione udienza), il giudice:

*a) stabilisce **idonea forma di pubblicità** della proposta e del decreto, oltre, nel caso in cui il proponente svolga attività d'impresa, la pubblicazione degli stessi nel registro delle imprese;*

b) ordina, ove il piano preveda la cessione o l'affidamento a terzi di beni immobili o di beni mobili registrati, la trascrizione del decreto, a cura dell'organismo di composizione della crisi, presso gli uffici competenti;

Sempre nell'accordo. Pubblicità del provvedimento di omologa

art. 12 comma 2:

Il giudice omologa l'accordo e ne dispone l'immediata pubblicazione utilizzando tutte le forme di cui all'articolo 10, comma 2

Nel piano del consumatore. Provvedimento di omologa

art. 12 bis comma 3:

*..... omologa il piano, disponendo per il relativo provvedimento una **forma idonea di pubblicità**.*

Nella Liquidazione del patrimonio

14 quinquies comma 2 lettera c

*c) stabilisce **idonea forma di pubblicità** della domanda e del decreto, nonché, nel caso in cui il debitore svolga attività d'impresa, l'annotazione nel registro delle imprese.*

Questa norma ha subito suscitato perplessità relativamente allo scopo, portata e concreta applicazione.

Una prima domanda è sullo scopo: a chi è rivolta? A cosa serve? Chi deve essere avvertito? In termini di marketing...qual'è il target?

Perché questa pubblicità, tenuto conto che:

1) I creditori vengono comunque direttamente avvertiti;

2) Se il debitore esercita attività di impresa, vi è la pubblicizzazione nel registro imprese;

3) E' trascritto nei PPRR nel caso di beni immobili e mobili registrati.

Ed allora perché questa ulteriore pubblicità? Una risposta potrebbe essere che si cercano creditori "ignoti". Però è un'eventualità abbastanza rara tenuto conto che:

- l'OCC attesta (comma 6 art. 15) la "veridicità dei dati" contenuti nella proposta;
- L'OCC ha a disposizione "potenti strumenti" come l'accesso alle banche dati;
- i creditori in queste procedure, di norma, sono in numero assai limitato.

Altro scopo è quello di avvertire indistintamente i terzi e dal momento di effettuazione di questa pubblicità si condizionano certi effetti come ad esempio quanto previsto dall'art 10 comma 3 bis relativamente all'accordo: *"..... gli atti eccedenti l'ordinaria amministrazione compiuti senza l'autorizzazione del giudice sono inefficaci rispetto ai creditori anteriori al momento in cui e' stata eseguita la pubblicita' del decreto"*.

Ed anche quanto previsto dall'art. 13 comma 4 relativo all'esecuzione del piano e dell'accordo: *"I pagamenti e gli atti dispositivi dei beni posti in essere in violazione dell'accordo o del piano del consumatore sono inefficaci rispetto ai creditori anteriori al momento in cui e' stata eseguita la pubblicita' di cui agli articoli 10, comma 2, e 12-bis, comma 3."*

Altro interrogativo: che cosa significa "idonea"?

Dal dizionario: adeguato, che ha le qualità ed i requisiti necessari per...

Quindi idonea significa che deve avere la qualità per avvertire tutti quelli che potrebbero essere stati in contatto o potrebbero venire in contatto con il debitore.

Il target è potenzialmente molto vasto. Quali mezzi pubblicitari si dovrebbero usare per avvertire un pubblico così indistinto? E che forma potrebbe assumere?

Il mezzo da usare è a totale discrezione del giudice che quindi potrebbe in teoria utilizzare media ad alta diffusione.

Un'altra caratteristica della pubblicità é che non sembra una pubblicità "istantanea" ma permanente, che deve quindi deve durare nel tempo.

Ma perché deve permanere e quanto?

Per il piano e l'accordo l'art 13 comma 3 prevede che *"Il giudice, sentito il liquidatore e verificata la conformita' dell'atto dispositivo all'accordo o al piano del consumatore, anche con riferimento alla possibilita' di pagamento dei crediti impignorabili e dei crediti di cui all'articolo 7, comma 1, terzo periodo , autorizza lo svincolo delle somme e ordina la cancellazione della trascrizione del pignoramento, delle iscrizioni relative ai diritti di prelazione, nonche' di ogni altro vincolo, ivi compresa la trascrizione del decreto di cui agli articoli 10, comma 1 e 12-bis, comma 3, e la cessazione di ogni altra forma di pubblicita'."*

Lo stesso nella Liquidazione del patrimonio con l'art 14 novies comma 3: *"...autorizza lo svincolo delle somme, ordina la cancellazione della trascrizione del pignoramento e delle iscrizioni relative ai diritti di prelazione, nonche' di ogni altro vincolo, ivi*

*compresa la trascrizione del decreto di cui all'articolo 14-quinquies, comma 1, dichiara la **cessazione di ogni altra forma di pubblicità disposta.***"

Da questi due articoli si deduce che questa pubblicità può (deve) permanere per un tempo che potrebbe essere anche molto lungo (mesi o anni, pensiamo al caso di liquidazione di più immobili).

Altre domande che sono sorte riguardano il soggetto che materialmente la deve effettuare. La risposta qui è semplice: l'OCC come espressamente stabilito dal comma 7 dell'art. 15.

E chi ne sostiene il costo? Anche qui la risposta è semplice: il soggetto nel cui interesse la procedura si svolge e quindi il sovraindebitato.

Questo però può essere un problema in quanto la spesa potrebbe essere rilevante. Alcune conclusioni.

Questa pubblicità sembra eccessiva. Ricordiamoci che vi è già la trascrizione nei PP.RR. per i beni immobili e mobili registrati e, se imprenditore, vi è il R.I..

Facendo riferimento ad esempio al Concordato preventivo:, la pubblicità, oltre al R.I. e RR.II., è solo eventualmente, ex art. 166 L.F., su giornali. Ma è una facoltà e nella prassi è rarissimo che ciò avvenga.

Sembra quindi eccessivo che nel sovraindebitamento vi sia più pubblicità che nel C.P.

Altro aspetto molto delicato riguarda la riservatezza: è un problema rilevante perché molti soggetti interessati, di fronte al rischio di una pubblicità ad ampia diffusione, rinunciano ad accedere alle procedure.

Quindi una pubblicità a larga diffusione, non ha evidenti utilità, può violare inutilmente la privacy del soggetto, può aggravare di costi la procedura e ne scoraggia l'utilizzo

Questa pubblicità sembra quasi avere un intento punitivo e ricorda il defunto, e non rimpianto, "registro dei falliti".

Inoltre la permanenza per un lungo periodo sembra eccessiva ed ostacola il "fresh start", la ripartenza, che è una delle finalità più importanti della legge sul sovraindebitamento. Senza dimenticare tutta la discussione sul "diritto all'oblio" dei dati su internet (che possono permanere indefinitamente anche dopo la cancellazione della fonte primaria).

Quindi, a mio giudizio, è auspicabile che i Giudici applichino la disposizione cercando di minimizzare gli effetti negativi e che, in occasione della prossima necessaria revisione della legge 3/2012, questa prescrizione sia opportunamente modificata.

PROPRIETA' LETTERARIA RISERVATA©

La presente pubblicazione è tutelata dal diritto dal Diritto d'Autore. Sono riservati tutti i diritti di riproduzione e di adattamento totale o parziale e con qualsiasi mezzo ivi compreso la pubblicazione, in tutto o in parte, in riviste, libri, giornali, siti internet o su altri mezzi di diffusione. Eventuali utilizzi diversi da quello autorizzato, potranno avvenire solo a seguito di specifica autorizzazione preventiva e scritta rilasciata dall'autore.