



STANOWISKO CZŁONKÓW RADY IZBY NOTARIALNEJ W KRAKOWIE

W SPRAWIE UDZIAŁU NOTARIUSZY W GRUPACH MARKETINGOWO - BIZNESOWYCH

Z uwagi na powtarzające się ostatnio sygnały, dochodzące do Rady Izby Notarialnej w Krakowie o udziale notariuszy naszej Izby w szczególności w grupach tzw. marketingowo-biznesowych, czy też biznesowo-referencyjnych, w tym BNI POLSKA sp. z o.o., członkowie KIN postanowili przedstawić Koleżankom i Kolegom swoje stanowisko w tej sprawie.

Rada Izby Notarialnej jest kolegialnym organem samorządu notarialnego wybranym przez notariuszy w demokratycznych wyborach i stosownie do treści art. 5 ustawy Prawo o notariacie (Dz. U. 2014.164 ze zm., dalej: „PON”), a do jej zadań należy między innymi nadzór nad wykonywaniem obowiązków przez notariuszy oraz nad przestrzeganiem przez nich powagi i godności właściwej dla notariusza.

Szczególny charakter NOTARIATU jako instytucji zaufania publicznego musi być poddany ocenie publicznej, tak więc każdy notariusz podlega szczególnemu reżimowi prawnemu określone w ustawie PON oraz Kodeksie Etyki Zawodowej Notariusza (Uchwała nr 19 KRN z 12.12.1997r. ze zm., dalej: „KEZN”). Zasady deontologii zawodowej mają swoje przełożenie na obowiązek przestrzegania przez wszystkich notariuszy wysokich standardów etycznych w każdej dziedzinie aktywności zawodowej i pozazawodowej. Nałożone na notariuszy szczególne obowiązki publiczne i powierzenie notariatowi funkcji strażnika bezpieczeństwa obrotu prawnego, uzasadniają wysokie kryteria stawiane zarówno adeptom do zawodu, jak i wykonującym go już notariuszom. Stąd tak liczne ograniczenia, obowiązki i wymogi wynikające z przywołanych przepisów (jak choćby przewidziane w art. 19 PON). Zgodnie z art. 11 pkt. 2 PON notariuszem może być ten kto jest nieskazitelnego charakteru i daje rękojmię prawidłowego wykonywania zawodu. Pod pojęciem tym należy rozumieć zespół cech indywidualnych dających gwarancję należytego wywiązywania się ze wszystkich obowiązków nałożonych przez Państwo, zgodnie z zasadami godności, honoru i uczciwości w stosunku do klienta i kolegów, z zachowaniem i poszanowaniem reguł etycznych, w szczególności wynikających z treści kodeksu. Przytoczyć można choćby § 27 KEZN, który do działań nieuczciwej konkurencji zalicza uprawianie reklamy osobistej, w jakiegokolwiek postaci, czy §

26 KEZN, który jako przykład przejawu nieuczciwej konkurencji podaje: faktyczne współdziałanie z osobami, które zawodowo bądź w innej formie doprowadzają notariuszowi klientów, a rażącym naruszeniem zasady wolnego wyboru jest stosowanie odpłatności wobec takich osób (pkt 1), czy też stałe stosowanie, w zależności od przewidywanych przyszłych korzyści własnych, niższych stawek wynagrodzenia w odniesieniu do klientów lepiej sytuowanych materialnie, a wyższych - w odniesieniu do klientów gorzej sytuowanych (pkt 3). Na gruncie aktualnie obowiązujących przepisów Notariusz prowadząc kancelarię notarialną jest jednocześnie prowadzącym działalność gospodarczą, stąd wysokie standardy moralne mają legitymizować cały samorząd w oczach opinii publicznej i Państwa. Samorząd notarialny czuwając nad całokształtem tej działalności w sposób pośredni odpowiada za wizerunek notariatu na zewnątrz, stąd starania członków Rady Izby Notarialnej w podejmowaniu działań mających na celu wyjaśnienie wątpliwych i niejednokrotnie złożonych sytuacji, jak również pomoc w identyfikowaniu dobrych obyczajów składających się na kulturę prawną i kulturę moralną każdego notariusza.

Takim przykładem są wątpliwości związane z przestrzeganiem etyki zawodowej w zakresie uprawiania niedozwolonej reklamy osobistej, zachowania powagi i godności zawodu oraz bezstronności, a związane w szczególności z uczestnictwem kilku notariuszy krakowskiej izby notarialnej w przedsięwzięciu biznesowym prowadzonym przez BNI POLSKA spółka z o.o., która rekomenduje się jako światowa organizacja biznesowa, zrzeszająca przedsiębiorców. Jak wynika z ogólnodostępnych informacji na stronie internetowej, w Polsce spółka działa od 2006 roku w największych miastach, w tym w Krakowie. Podstawowym założeniem i celem działalności spółki jest: „dostarczanie wysokiej jakości usług i budowanie zaufanych i wartościowych relacji biznesowych poprzez przekazywanie profesjonalnych rekomendacji, dzielenie się wiedzą i doświadczeniem”. Szczegółowe zasady uczestnictwa i członkostwa normuje regulamin BNI, z którego między innymi wynika, iż tylko jedna osoba z branży może dołączyć do jednej grupy, a Komitet do spraw członkostwa każdej grupy podejmuje ostateczną decyzję o przyjęciu danej osoby do grupy. Członkowie prezentują swój główny biznes. Każdy członek obowiązany jest uczestniczyć w cotygodniowych spotkaniach trwających ok. 90 minut, przy czym obecność na tych spotkaniach jest obligatoryjna i kluczowa dla grupy pod rygorem otwarcia wakatu członka i usunięcia go z grupy. Członkowie zobowiązują się do przekazywania wartościowych rekomendacji.

Spotkania przy śniadaniu, czyli networking po polsku z hasłem: „dający dostają” lub bardziej światowo: „givers gain”, polega na polecaniu swoich usług poprzez proces wzajemnego poparcia, wymiany informacji i zasobów, prowadzonych dzięki sieci kontaktów. Śniadania uczestników odbywają się w różnych grupach, lecz mają bardzo zbliżony scenariusz: odbywają się raz w tygodniu wczesnym rankiem pomiędzy 6 - 8 godziną w kawiarni lub restauracji. Na początku jest krótkie szkolenie (np.: z technik prezentacji lub nawiązywania kontaktów), następnie prezentacja własnej

firmy, wymiana informacji o potencjalnych klientach - wzajemne rekomendacje, wręczanie wizytówek. Jeżeli dojdzie do sfinalizowania umowy, należy się na spotkaniu tym faktem pochwalić, a kartkę z wysokością kontraktu zawartego dzięki networkingowi wrzuca się do specjalnej skrzynki. Oczywiście śniadania odbywają się na własny koszt uczestnika, a członkostwo w klubie jest płatne w kwocie ok. 3.000,00 zł rocznie i powinno przynieść realne korzyści spółce oraz jej członkom.

Spółka owa, jak i inne biznesowe organizacje referencyjne same w sobie nie są przedmiotem zainteresowania Rady Izby Notarialnej w Krakowie, lecz uczestnictwo notariuszy w tych formach aktywności zawodowej i pozazawodowej - już tak. Kilku notariuszy, którzy uczestniczyli w tego rodzaju przedsięwzięciach jako członkowie grup lub goście, poproszeni na posiedzenia Rady na rozmowy wyjaśniające w trybie postępowania przeddyscyplinarnego stwierdzali najczęściej, iż po jednym lub kilku spotkaniach podjęli decyzję o rezygnacji z tej formy nawiązywania kontaktów biznesowych, podając różne powody, w tym również te, wynikające z zasad etyki wykonywania zawodu notariusza.

Być może działalność networkingowa pomaga w promowaniu małych i średnich firm, które w odróżnieniu od wielkich korporacji często mają bardzo ograniczone i skromne fundusze na marketing, rekrutację oraz sprzedaż swoich usług bądź produktów. Każdy przedsiębiorca prowadzi działalność zgodnie z przepisami ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, zgodnie ze swoimi pomysłami, możliwościami i wizją biznesową. Stosownie do art. 4 ustawy z 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej, notariusz wykonując zorganizowaną działalność gospodarczą we własnym imieniu i na własny rachunek, jest także przedsiębiorcą i jako taki - ma obowiązek uzyskać wpis do ewidencji działalności gospodarczej (obejmuje go obowiązek zgłoszenia działalności do celów podatkowych, statystycznych, ubezpieczeniowych, bankowych, itp.). Należy jednak przy tym zaznaczyć, iż notariusz jest przedsiębiorcą nietypowym, ponieważ (zgodnie z PON oraz § 10 KEZN) działa jako osoba zaufania publicznego wyposażona przez Państwo w określone funkcje władcze i winien dokładać starań, aby w swoich działaniach zachować równowagę między publicznym, a rynkowym charakterem wykonywanego zawodu. Te dwie płaszczyzny są bardzo trudne do pogodzenia, szczególnie w sferze: zachowania wysokich standardów etycznego prowadzenia kancelarii, zgodnie z narzuconymi licznymi ograniczeniami ustawowymi - z jednej strony i regułami biznesowymi stosowanymi w działalności gospodarczej - z drugiej strony. Notariat od wielu lat w swej działalności realizował funkcje publiczne, zachowując wspólnotę ukształtowaną historycznie, przez tradycyjne wartości przekazywane m.in. w relacji mistrz - uczeń. Zmiany gospodarcze, cywilizacyjne, mentalne, szczególnie po okresie transformacji wymusiły na samorządach - w tym notarialnym - proces kodyfikowania zasad moralnych i etycznych, a wśród tych zasad znajduje się zakaz uprawiania reklamy osobistej w jakiegokolwiek postaci. Zdaniem członków Rady, udział notariusza w działalności firmy, której istotą jest przekazywanie profesjonalnych

rekomendacji jest reklamowaniem i polecaniem usług w zakresie obsługi notarialnej właśnie przez konkretną kancelarię. Może to dodatkowo prowadzić do sprzeniewierzenia się jednej z głównych zasad notariatu, wynikających z ustawy Prawo o notariacie - to jest zaprzeczenia bezstronności notariusza. Jeżeli tak, to przedmiotowe działanie nosi nie tylko znamiona nieuczciwej konkurencji, który to czyn uchybia powadze i godności zawodu notariusza, ale stanowi także podstawę do wszczęcia postępowania dyscyplinarnego.

Członkowie Rady Izby Notarialnej, prowadzący przecież własne Kancelarie i borykający się na co dzień z tymi samymi dylematami, pragną podkreślić, że Rada nie jest powołana do tworzenia katalogu zasad prawnych, etycznych lub moralnych, lecz jako organ samorządowy stara się czuwać nad przestrzeganiem tych, które już obowiązują. Szacunek dla zawodu oraz dla innych notariuszy, a także dla samego siebie ma przełożenie na wizerunek całego notariatu. Zasady, o których mowa wyżej wynikać winny z wewnętrznego przekonania każdego członka samorządu notarialnego: młodszego i starszego, na lub po aplikacji notarialnej. Jeżeli był on aplikantem, asesorem, zastępcą notarialnym, sędzią, prokuratorem, adwokatem lub radcą prawnym, a obecnie jest - lub za chwilę będzie - notariuszem, dochodzi do zawodu w sposób prawem przewidziany. Ma być traktowany równo i sprawiedliwie, gdyż wykonuje obecnie ten sam odpowiedzialny zawód. Ale też od każdego ten zawód wykonującego pozostali oczekują przestrzegania powyższych zasad. W przeciwnym razie notariusz prowadzący kancelarię notarialną nie różniłby się niczym od przedsiębiorcy reklamującego swoją firmę w każdy, dowolnie obrany sposób, także taki, który nie daje się pogodzić z wizerunkiem i funkcją wykonywanego przez nas wszystkich zawodu.