

INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Cari lettori e care lettrici</i>	XV
1.	
PERCHÉ CAMBIARE MENTALITÀ	1
2.	
DIRITTO, RELAZIONE, COMUNICAZIONE	
2.1. Il «nuovo ordine» comunicativo	5
2.2. I «nuovi» bisogni di chi legge i contratti	9
2.3. I «nuovi» bisogni di chi scrive i contratti	10
3.	
IL GIURISTA COME ALLEATO NELLO SVILUPPO DELL'IMPRESA	
3.1. Il lavoro del giurista a fianco di imprenditori e <i>manager</i>	15
3.2. I nuovi strumenti a disposizione di giuristi e imprese	17
4.	
LA CREATIVITÀ AL SERVIZIO DELLA SCRITTURA CONTRATTUALE	
4.1. Oltre i luoghi comuni	25
4.2. Pensa diverso, agisci (e fai agire) diverso	27
4.2.1. Il <i>clustering</i>	28
4.2.2. Punti di vista	30
4.2.3. Altre tecniche per allenare la creatività e il pensiero laterale	32

5.

PERCHÉ SEMPLIFICARE I CONTRATTI

5.1.	Il contratto come attività strategica nel business. Gli studi di <i>Law and economics</i>	35
5.2.	Il contratto come comunicazione e relazione con il cliente	40
5.3.	Agenda ONU 2030: etica e responsabilità sociale d'impresa	43
5.4.	<i>Brand identity</i> . Il caso delle Società benefit e delle B Corp	45
5.5.	La funzione del contratto di <i>problem solving</i>	48
5.6.	La funzione preventiva del contenzioso	49
5.7.	Contratti chiari, meno costi	51
5.8.	La fretta e il sovraccarico cognitivo	52
5.9.	<i>Compliance</i> normativa e trasparenza contrattuale	56
5.9.1.	La normativa	56
5.9.2.	La giurisprudenza e le Autorità di vigilanza	70
5.9.3.	<i>Dark patterns</i> e contratti	75
5.10.	L'automazione dei contratti e l'intelligenza artificiale	78

6.

NUOVE FORME DI CONTRATTO

6.1.	Prima di iniziare: quattro criteri base	83
6.2.	Il contenuto del contratto	84
6.3.	Il contesto: offline o online	85
6.4.	Contesto, linguaggi e scrittura accessibile per il web	95
6.5.	La struttura del contratto: com'è e come può essere	99
6.6.	I glossari, le premesse e gli allegati	105
6.6.1.	I glossari	105
6.6.2.	Le premesse e gli allegati	107

7.

FORME LINGUISTICHE:
IL *PLAIN CONTRACT LANGUAGE*

7.1.	Per una lingua viva: quale italiano scritto?	111
7.2.	Dal <i>Plain language</i> al <i>Plain contract language</i>	114
7.3.	L'organizzazione del pensiero e la sintassi	115
7.4.	La frase	119
7.5.	L'ordine delle parole	120

	<i>pag.</i>
7.6. La morfologia	121
7.6.1. I modi verbali	122
7.6.2. Il passivo e il – si enclitico	124
7.6.3. I tempi verbali	126
7.7. Il lessico	127
7.8. Verbi o sostantivi?	132
7.9. Il linguaggio positivo	133
7.10. Numeri in cifre o lettere (o entrambi?)	134
7.11. Problemi della retorica?	135
7.12. Il linguaggio inclusivo e il linguaggio accessibile	139
7.13. Principali fenomeni linguistici: una tabella	145

8.

ELEMENTI VISUALI COME PARTE DELLA SEMPLIFICAZIONE CONTRATTUALE

8.1. Vedo, leggo, capisco	149
8.2. La composizione: « <i>Il tutto è diverso dalla somma delle singole parti</i> »	153
8.2.1. La teoria della Gestalt	154
8.2.2. L'occhio in movimento	160
8.3. Tipografia per giuristi: font, stili e colori	162
8.4. Ad ogni elemento visuale la sua funzione	166
8.5. Le tabelle	167
8.6. I diagrammi	168
8.7. I grafici	172
8.8. Le linee del tempo	174
8.9. Le <i>Gantt charts</i>	175
8.10. Le mappe	176
8.11. Le liste di controllo (<i>check-lists</i>)	180
8.12. Le evidenziazioni (fondini)	181
8.13. I <i>pop-up</i> dinamici, le finestre e i <i>layer</i>	182
8.14. Le immagini nel contratto	184
8.14.1. Le immagini con funzione integrativa della volontà contrattuale	185
8.14.2. Le immagini come contratto: i <i>Comic contracts</i>	185
8.14.3. Le icone	193
8.14.4. Un esempio d'eccellenza: le licenze <i>Creative Commons</i>	199
8.14.5. Davvero tutto bene? Possibili criticità	205
8.15. <i>Patterns</i> : modelli di progettazione di contratti	210
8.15.1. La <i>contract design pattern library</i> della <i>WorldCC Association</i>	210
8.15.2. Gli <i>Incoterms</i>	213

9.

IL METODO: LO *USER-CENTERED DESIGN THINKING*
 APPLICATO AI CONTRATTI

9.1.	<i>Design thinking</i> , diritto e semplificazione dei contratti	215
9.2.	Una nuova mentalità, nuovi meccanismi e un nuovo processo di lavoro	217
9.3.	Il processo: il <i>Double Diamond</i> e il modello dell'Università di Stanford	220
9.4.	Lo <i>user-centered design thinking</i> nei contratti: gli utilizzatori dei contratti	229
9.5.	La metodologia e il <i>framework di assessment</i> del tavolo di lavoro di As-solombarda 2021	232

10.

LA GESTIONE DEL PROGETTO:
 IL *LEGAL PROJECT MANAGEMENT*

10.1.	Introduzione	235
10.2.	Le metodologie predittive	237
10.3.	Il Manifesto <i>agile</i> e i tipi di metodologia <i>agile</i>	238
10.4.	La metodologia <i>agile</i> applicata ai contratti	242
10.5.	<i>Agile Contract Manifesto</i> 2021	247

11.

TECNOLOGIA
 E SEMPLIFICAZIONE DEI CONTRATTI

11.1.	Gli strumenti <i>Legal tech</i> di gestione dei contratti: <i>drafting, management e analytics</i>	251
11.2.	Alcuni strumenti (<i>tools</i>) per il <i>design</i> del contratto	255

12.

STRUMENTI DI VERIFICA E *FEEDBACK*

12.1.	I valutatori terzi: cosa abbiamo da imparare in Italia	259
12.2.	I KPI (<i>Key Performance Indicators</i>) contrattuali e il ROI (<i>Return on Investment</i>) della semplificazione contrattuale	261
12.3.	La misurazione automatica della leggibilità del testo	264
12.4.	La misurazione del contesto	268

	<i>pag.</i>
12.5. <i>Focus group</i> : uno strumento per la misurazione dei KPI	269
12.6. Altri indicatori a lungo termine	270
12.7. Il caso Telstra: <i>benchmarking</i> prima e dopo il <i>re-design</i> del contratto	272

13.

NUOVI MODELLI DI CONTRATTO

13.1. I contratti dinamici	275
13.2. Contratti relazionali e accordi collaborativi: i nuovi modelli relazionali	276
13.3. Gli <i>smart legal contracts</i>	282
13.3.1. La <i>CodeX Insurance Initiative</i> della <i>Stanford Law School</i>	285

14.

UN ANTI-FORMULARIO

289

<i>Bibliografia</i>	293
<i>Indice delle parole chiave</i>	303
<i>Indice dei nomi</i>	309
<i>Indice delle figure</i>	313