

**Pratica n. (omissis) - Avv. (omissis)**

L'Avv. (omissis), con domanda datata (omissis), ha formulato richiesta di parere deontologico in ordine a due profili inerenti la gestione di un portale web in costruzione che avrà come fine l'offerta di servizi legali. In primo luogo l'istante chiede se, ai sensi dell'articolo 17 del codice deontologico, le sia consentito svolgere attività pubblicitaria per il suddetto portale tramite volantaggio, precisando che il dominio del portale non contiene riferimenti al suo cognome e che sul volantino non si menzionerebbero né costi e tempi, né si procederebbe a comparare l'attività con quella di colleghi; nell'allegare la bozza del volantino specifica, inoltre, che l'attività verrebbe svolta presso esercizi pubblici e cassette condominiali e mai nelle cassette private, né sui parabrezza e né a mano. Con il secondo quesito l'istante richiede se le sia consentito cedere spazi pubblicitari sul suddetto portale ad inserzionisti, tramite esclusive ad agenzie pubblicitarie, precisando al riguardo di essere titolare del dominio in questione (pur essendo il sito in fase di completamento) e rilevando l'esistenza di altri siti di avvocati che utilizzano "banner pubblicitari".

Il Consiglio

Udita la relazione del Consigliere Avv. Aldo Minghelli, quale Coordinatore della Struttura degli Studi Deontologici, estensori Avvocati Vincenzo Alberto Pennisi e Marco Tocci,

Osserva

La richiesta di parere in questione investe due distinte, se pur collegate, tematiche inerenti, la prima, alle modalità di effettuazione della **pubblicità di servizi legali**, che trova la sua specifica regolamentazione nell'**articolo 10** della **legge professionale n. 247/2012** e, di conseguenza, sia negli **artt. 17 e 35 CDF** rubricati rispettivamente "**Informazione sull'attività professionale**" e "**Dovere di corretta informazione**", sia, di riflesso, nell'**art. 37 CDF** ("**Divieto di accaparramento di clientela**"). La seconda, invece, attiene all'utilizzo, presumibilmente a fini meramente commerciali, di "banner pubblicitari" all'interno del sito internet di cui si è titolari; profilo questo da esaminare sia alla luce della intervenuta modifica dello stesso art. 35 CDF (con l'abrogazione dei previgenti commi 9 e 10) sia con riguardo all'eventuale compatibilità della professione con un'attività avente carattere commerciale (ai sensi dell'**art. 6** comma I CDF, nonché dell'**art. 18** della **Legge n. 247/2012**).

Relativamente al primo aspetto è utile evidenziare come il citato art. 17, nel consentire all'avvocato, a tutela della collettività, l'informazione sulla propria attività professionale, stabilisca al primo comma che "*è consentita all'avvocato, a tutela dell'affidamento della collettività, l'informazione sulla propria attività professionale, sull'organizzazione e struttura dello studio, sulle eventuali specializzazioni e titoli scientifici e professionali posseduti*"; al comma secondo (nella versione modificata a decorrere dal 2 Luglio 2016), che "*le informazioni*

*diffuse pubblicamente con qualunque mezzo, anche informatico, debbono essere trasparenti, veritiere, corrette, non equivocate, non ingannevoli, non denigratorie o suggestive e non comparative*" aggiungendo, al terzo comma, che esse devono fare, in ogni caso "riferimento ai limiti ed alla natura dell'attività professionale".

L'articolo 35, inoltre, (anch'esso nella versione modificata a decorrere dal 2 Luglio 2016) stabilisce, al primo comma, che "l'avvocato che dà informazioni sull'attività professionale, quali che siano i mezzi utilizzati per rendere le stesse, deve rispettare i doveri di verità, correttezza, trasparenza, segretezza e riservatezza, facendo in ogni caso riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale"; al comma secondo aggiunge che "l'avvocato non deve dare informazioni comparative con altri professionisti né equivocate, ingannevoli, denigratorie, suggestive o che contengano riferimenti a titoli, funzioni o incarichi non inerenti l'attività professionale", mentre al comma terzo viene precisato che: "L'avvocato, nel fornire informazioni, deve in ogni caso indicare il titolo professionale, la denominazione dello studio e l'Ordine di appartenenza". Da ultimo, per quanto qui attiene, occorre soffermarsi sul comma 9 del predetto articolo - che fissa un criterio fondamentale spesso richiamato dalla giurisprudenza quale limite invalicabile all'attività di informazione - secondo cui: "le forme e le modalità delle informazioni devono comunque rispettare i principi di dignità e decoro della professione".

Posto quanto sopra in linea generale, si evidenzia come la normativa deontologica di riferimento, allo stato attuale, dia maggior rilievo al contenuto della pubblicità informativa piuttosto che ai mezzi con i quali la stessa viene effettuata, operando dunque un'apertura dei canali comunicativi a condizione che vengano rispettati quei criteri generali sopra esposti, con il limite ultimo del rispetto dei principi di dignità e decoro della professione.

Si segnala, inoltre, come in tema di informazione sull'attività professionale svolta, seppur in epoca antecedente la succitata riforma - dunque in un contesto in cui le modalità in cui essa poteva essere effettuata risultavano sicuramente meno estese - operasse già il limite del rispetto dei principi di dignità e decoro, tanto che il medesimo Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Roma, con parere reso in data 18 febbraio 2008, aveva ritenuto che il "mezzo volante (...) appare strumento proprio della pubblicità commerciale e dunque non idoneo a garantire la salvaguardia dei principi di dignità e decoro che devono ispirare l'informazione sulla propria attività professionale".

Ciò premesso, sotto il profilo in questione, bisogna comunque tenere sempre presente i riflessi che le modalità di effettuazione della pubblicità informativa possono produrre in tema di divieto di accaparramento della clientela, previsto e disciplinato dal già citato art 37 CDF, posto che, in particolare per quanto qui interessa, il comma quarto sancisce espressamente il divieto di "offrire, sia direttamente che per interposta persona, le

*proprie prestazioni professionali al domicilio degli utenti, nei luoghi di lavoro, di riposo, di svago e, in generale, in luoghi pubblici o aperti al pubblico".* Al riguardo si segnala la recente sentenza del Consiglio Nazionale Forense, n. 203 del 1° dicembre 2017, avente ad oggetto un caso in cui il ricorrente aveva distribuito dei plichi - contenenti delle brochure pubblicitarie dell'attività professionale svolta accompagnate da una lettera che riportava la precisa indicazione di *"restare a disposizione per qualsiasi necessità"* - all'interno di un complesso condominiale composto da circa cento unità. In tale precedente il CNF ha ritenuto che tale comportamento integrasse un'offerta diretta al domicilio dei destinatari e, pertanto, violasse l'art. 19, canone III, del CDF previgente, ora transitato con la medesima formulazione nel 4° comma dell'art. 37 del nuovo e vigente CDF, disposizione che vieta in modo ben determinato tale comportamento, concludendo - sulla base di una giurisprudenza consolidata - che nel caso di specie risultasse dunque violato il divieto di accaparramento di clientela.

In merito al secondo quesito posto, attinente l'utilizzo, presumibilmente a fini commerciali, di *"banner pubblicitari"* all'interno del sito internet di cui si è titolari, viene in rilievo *in primis* l'intervenuta abrogazione del comma 10 dell'art. 35 CDF, il quale disponeva che *"l'avvocato è responsabile del contenuto e della sicurezza del proprio sito, che non può contenere riferimenti commerciali o pubblicitari sia mediante l'indicazione diretta che mediante strumenti di collegamento interni o esterni al sito"*.

Ad un primo sguardo, conseguenza dell'abrogazione di tale disposizione sembrerebbe dunque essere quella di consentire l'inserimento nel sito di un avvocato di *links* o *banners* ad operatori commerciali tramite la cessione di spazi pubblicitari; tuttavia, resta fermo, anche in questo caso, il necessario rispetto di quei principi di dignità e decoro della professione, rilevando, inoltre, anche il profilo dell'eventuale incompatibilità della professione di avvocato con un'attività avente carattere commerciale, posto che da tale pratica ben potrebbe discendere un ritorno economico. Ne consegue che, qualora tale ritorno sia suscettibile di integrare gli estremi di un'attività commerciale, allora verrebbe in rilievo anche l'art. 6 CDF, rubricato **"Dovere di evitare incompatibilità"**, il cui primo comma stabilisce che *"L'avvocato deve evitare le attività incompatibili con l'iscrizione all'albo"*, mentre al comma secondo dispone che *"L'avvocato non deve svolgere attività comunque incompatibili con i doveri di indipendenza, dignità e decoro della professione forense"*. A tale proposito, è utile, quindi, ricordare come, proprio in tema di incompatibilità, l'art.18 della legge professionale (l.n.247/2012), nel porre la relativa disciplina, stabilisca, in particolare al punto b) per quanto rileva, che *"La professione di avvocato è incompatibile: a) omissis; b) con l'esercizio di qualsiasi attività di impresa commerciale svolta in nome proprio o in nome o per conto altrui ..."*.

Ritiene

che l'istante, nell'attenersi ai principi ed ai riferimenti - tanto normativi quanto giurisprudenziali - sopra citati, possa trovare adeguata e soddisfattiva risposta.

**Parole/frasi chiave:**

art. 6; art. 10; art. 18; art. 35; art. 37; **informazioni** sulla attività professionale; **pubblicità** dei servizi legali; **siti web**; doveri di **corretta informazione, probità, dignità, decoro e indipendenza**; dovere di evitare **incompatibilità**; divieto di **accaparramento** della **clientela**