

ESTRATTO DAL VERBALE DELL'ADUNANZA DEL 9 GENNAIO 2014
(omissis)

LINEE GUIDA SULLA PUBBLICITA' DEGLI AVVOCATI

Art. 1
Principi generali

La pubblicità, ancorché consentita, deve essere realizzata osservando puntualmente la normativa in vigore ed in particolare le disposizioni del codice deontologico forense e quelle sancite dalla legge 247 del 2012, la quale all'articolo 10 stabilisce che "... è consentita all'avvocato la pubblicità informativa sulla propria attività professionale, sull'organizzazione e struttura dello studio e sulle eventuali specializzazioni e titoli scientifici e professionali posseduti. La pubblicità e tutte le informazioni diffuse pubblicamente con qualunque mezzo, anche informatico, debbono essere trasparenti, veritiere, corrette e non devono essere comparative con altri professionisti, equivocate, ingannevoli, denigratorie o suggestive. In ogni caso le informazioni offerte devono fare riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale. L'inosservanza delle disposizioni del presente articolo costituisce illecito disciplinare".

L'avvocato nel dare informazioni deve in ogni caso indicare il titolo professionale, la denominazione dello studio e l'ordine di appartenenza.

L'avvocato può utilizzare l'uso accademico di professore solo se docente universitario di materie giuridiche. In tal caso dovrà specificare la qualifica, la materia di insegnamento e la facoltà.

L'iscritto nel registro dei praticanti avvocati può usare esclusivamente e per esteso il titolo di praticante avvocato, con l'eventuale indicazione di "abilitato al patrocinio" qualora abbia conseguito tale abilitazione.

Non è consentita l'indicazione di nominativi di professionisti o di terzi non direttamente od organicamente collegati con lo studio dell'avvocato. Nel caso di consulenti esterni ai cui nominativi venga fatto riferimento è necessario indicare che trattasi di consulente esterno utilizzando espressioni quali "of counsel", consulente esterno o espressioni similari.

La pubblicità deve, comunque, essere conforme ai principi di correttezza e veridicità ed essere effettuata nel pieno e rigoroso rispetto dei principi e delle regole di decoro, dignità, segreto e riservatezza alle quali deve attenersi l'avvocato in ogni sua attività.

E' fatto divieto effettuare forme di pubblicità con slogan evocativi e suggestivi, privi di contenuto informativo professionale. Il rispetto dei requisiti della dignità e del decoro deve essere riferito sia alle modalità che al contenuto della pubblicità.

La pubblicità informativa deve essere funzionale all'oggetto, non equivoca, nè ingannevole o denigratoria.

La pubblicità deve esplicitarsi con modalità di diffusione che non si pongano in contrasto con la peculiarità e la specificità della professione forense, in virtù della sua funzione sociale, caratteristiche che impongono le limitazioni connesse alla dignità e al decoro delle professioni.

L'avvocato che intende dare informazione sulla propria attività professionale deve indicare:

- la denominazione dello studio, con la indicazione dei nominativi dei professionisti che lo compongono qualora l'esercizio della professione sia svolto in forma associata o societaria;
- l'Ordine presso il quale è iscritto ciascuno dei componenti lo studio;
- la sede principale di esercizio, le eventuali sedi secondarie ed i recapiti, con l'indicazione di indirizzo, numeri telefonici, fax, e-mail e del sito web, se attivato;
- il titolo professionale che consente all'avvocato straniero l'esercizio in Italia, o che consenta all'avvocato italiano l'esercizio all'estero, della professione di avvocato in conformità delle direttive comunitarie.

Può indicare:

- i titoli accademici;
- i diplomi di specializzazione conseguiti presso gli istituti universitari;
- l'abilitazione a esercitare avanti alle giurisdizioni superiori;
- le lingue conosciute;
- il logo dello studio;
- gli estremi della polizza assicurativa per la responsabilità professionale;
- l'eventuale certificazione di qualità dello studio; l'avvocato che intenda fare menzione di una certificazione di qualità deve depositare presso il Consiglio dell'Ordine il giustificativo della certificazione in corso di validità e l'indicazione completa del certificatore e del campo di applicazione della certificazione ufficialmente riconosciuta dallo Stato;
- i settori di esercizio dell'attività professionale e, nell'ambito di questi, eventuali materie di attività prevalente.

Art. 2

Forme di pubblicità non consentite

Non è consentita ed è da ritenersi, per le sue intrinseche caratteristiche, sempre contraria ai doveri dell'avvocato, la pubblicità attraverso:

- a. canali televisivi e radiofonici;
- b. cartelloni pubblicitari;
- c. striscioni pubblicitari;
- d. targhe luminose;
- e. visite a domicilio (salvo che presso la sede sociale f. gli uffici amministrativi del cliente e su richiesta di questi);

g. articoli o interviste su riviste e quotidiani o mezzi di comunicazione di massa dirette ad esaltare le proprie capacità professionali, in particolare se a pagamento.

Non è consentito pubblicare dati che riguardino terzi, nomi dei clienti, tariffe applicate, percentuale di cause vinte, entità del fatturato, promesse di recupero.

Non sono consentite l'esaltazione delle proprie capacità professionali e la pubblicità comparativa.

Art. 3

Informazioni sulla professione tramite brochure e biglietti da visita

La carta da lettera, i biglietti di visita e le brochure informative possono contenere esclusivamente la denominazione dello studio, l'indirizzo della sede principale e di eventuali sedi secondarie, il logo dello studio, i numeri telefonici e di fax, gli indirizzi di telex e di posta elettronica, i dati fiscali, i dati identificativi del sito costruito sulla rete telematica, i titoli, le onorificenze ed i nominativi dei componenti dello studio.

L'indicazione di settori nei quali opera prevalentemente lo studio è consentita a condizione che corrisponda a verità.

Art. 4

Pubblicità a mezzo di elenchi e repertori

E' consentito l'inserimento del proprio nominativo, del nome dello studio e/o della descrizione dell'attività del professionista o dello studio in annuari professionali e telefonici (anche su Internet) ed in repertori o directory.

Non è consentita l'evidenziazione del proprio nome (grassetto, riquadri e simili) sulle pagine gialle dell'elenco telefonico o in altre pubblicazioni similari che contengano solo nominativi di iscritti; è consentita l'evidenziazione del nome in carattere grassetto sulle pagine bianche dell'elenco telefonico o su pubblicazioni similari al solo fine di agevolare la ricerca del nominativo.

Art. 5

Pubblicità a mezzo di stampati informativi

E' consentito predisporre opuscoli o altri stampati informativi da inviare a chi ne faccia richiesta; sugli stampati possono essere indicati i nomi, il logo dello studio, gli indirizzi, i numeri di telefono, di fax e di telex, i dati generali, le indicazioni per raggiungere lo studio, gli indirizzi di posta elettronica, l'indirizzo del sito internet, le date di nascita e di formazione del professionista, l'albo di appartenenza, i dati fiscali, le lingue conosciute, gli articoli ed i libri pubblicati, l'attività didattica svolta, i titoli ed le onorificenze.

E' consentito altresì pubblicare notizie sulla composizione dello studio, sul numero degli addetti, su eventuali studi o professionisti collegati, sugli orari di apertura, sui rami prevalenti di attività.

Art. 6 **Uso della rete web a fini informativi**

L'avvocato può utilizzare, a fini informativi, esclusivamente siti web con domini propri, direttamente riconducibili a sè, allo studio legale associato o alla società di avvocati alla quale partecipi, previa comunicazione tempestiva al consiglio dell'ordine di appartenenza.

E' consentita la creazione di un sito internet a condizione che la "home page" e le successive siano realizzate con caratteristiche di sobrietà.

Il sito non può contenere riferimenti commerciali e pubblicitari mediante l'indicazione diretta o tramite banner o pop-up di alcun tipo.

E' consentito inserire nel sito raccolte di dottrina e di giurisprudenza.

È consentito inserire "link" che facilitino l'accesso a siti di riviste giuridiche, raccolte di leggi e giurisprudenza, informazioni utili per l'attività professionale, uffici pubblici e simili.

Nel rispetto delle norme in vigore è consentita la creazione e la gestione di portali giuridici o di siti giuridici on line.

E' consentito l'utilizzo dei social media tramite l'uso di Siti di condivisione della conoscenza, discussioni giuridiche e scambio di pareri tra colleghi e giuristi (newsgroup, blog) e l'uso di siti di comunicazione con i clienti e coi potenziali clienti (c.d. "social advertising").

L'utilizzo di tali strumenti è sottoposto alla disciplina e vigilanza deontologiche, consentendo esclusivamente attività di tipo informativo.

In merito all'utilizzo dei social media i contenuti inseriti non dovranno essere ambigui o fuorvianti e dovrà avvenire nel pieno rispetto del principio di correttezza dell'informazione, nonché dei criteri di trasparenza e veridicità, nel rispetto della dignità e del decoro della professione, il che comporta non assumere i connotati della pubblicità ingannevole, elogiativa o comparativa.

Se l'avvocato utilizza il network per scopi di comunicazione professionale, sarà tenuto ad informare di tale intendimento in via preventiva il Consiglio dell'Ordine di appartenenza.

Sono consentite, nel rispetto della normativa in vigore, le attività di posizionamento e di indicizzazione sui motori di ricerca e le attività informative volte rendere maggiormente visibile il sito web dell'avvocato o dello studio.

Art. 7

Informazioni sulla professione tramite siti web gestiti da terzi

L'avvocato non deve consentire l'inserimento del proprio nominativo in pubblicazioni o stampati in genere, predisposti da terzi, il cui contenuto o le cui modalità di diffusione siano tali da comportare una sostanziale elusione del presente regolamento.

Art. 8

Rapporti con la stampa e limitazioni imposte dalle disposizioni del codice deontologico

Nei rapporti con la stampa e con gli altri mezzi di diffusione è dovere dell'avvocato ispirare la propria condotta a criteri di equilibrio e misura nel rilasciare dichiarazioni ed interviste.

Il difensore, con il consenso del proprio assistito e nell'interesse dello stesso, può fornire notizie - che non siano coperte dal segreto di indagine - agli organi di informazione e di stampa.

Non è consentito enfatizzare le proprie prestazioni o i propri successi, spendere il nome dei clienti, offrire servizi professionali o intrattenere con gli organi di informazione o di stampa atteggiamenti non consoni ai doveri di riservatezza, di decoro e di dignità.

Rubriche di pareri legali su quotidiani o periodici non devono essere strumentali all'accaparramento di clientela o alla pubblicizzazione, fuori dalle regole stabilite, del nominativo degli avvocati che rispondono ai quesiti posti dai lettori.

Art. 9

Divieto di accaparramento di clientela per mezzo di mediatori

È vietata l'offerta di prestazioni professionali a terzi ed in genere ogni attività diretta all'acquisizione di rapporti di clientela a mezzo di agenzie o procacciatori di affari o comunque in modo non conforme alle regole di decoro e di dignità.

Non è consentito corrispondere a chicchessia un onorario o una provvigione o qualsiasi altro compenso per la presentazione di un cliente.

Non è consentito offrire omaggi o prestazioni a terzi o corrispondere o promettere vantaggi al fine di ottenere difese o incarichi.

Art. 10

Consulenza on-line

È consentita l'utilizzazione della rete Internet e del sito web per l'offerta di consulenza nel rispetto dei seguenti obblighi:

- indicazione dei dati anagrafici, partita IVA e Ordine di appartenenza;
- impegno espressamente dichiarato al rispetto del codice deontologico. Nel sito dovrà essere riprodotto il testo del codice deontologico.

gico ovvero dovranno essere precisati i modi o mezzi per consentirne il reperimento o la consultazione;

- indicazione dell'Avvocato responsabile;
- specificazione degli estremi della eventuale polizza assicurativa, con copertura riferita anche alle prestazioni on-line e indicazione dei massimali;
- indicazione dei criteri per la determinazione dei corrispettivi e tempi e modalità per l'invio della risposta.

Art. 11

Disposizioni finali

Il presente Regolamento si applica a tutte le attività pubblicitarie poste in essere successivamente alla sua entrata in vigore e a quelle ancora attive a tale data pur se avviate in un periodo precedente.

Il presente Regolamento si applica a tutti gli avvocati (inclusi gli avvocati iscritti ex decreto legislativo 96/2001) e praticanti avvocati iscritti all'Ordine degli Avvocati di Roma.

(omissis)

Il Consiglio approva.