

MARKETING, COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ DELL'AVVOCATO

Nuova regolamentazione deontologica e casistica giurisprudenziale

di **Giovanna Raffaella Stumpo**, Maggioli ed. SpA

PRESENTAZIONE:

Da dicembre 2014 è in vigore il nuovo **Codice Deontologico Forense (CDF)** approvato dal CNF in data 31.1.2014 e pubblicato in Gazzetta Ufficiale 16.10.2014 n. 241, con valore di legge. **Il nuovo CDF abroga per la prima volta "in toto" il precedente Codice Deontologico Forense nato nel 1997**; sì che, pur mantenendo come nel vecchio Codice la netta distinzione tra "disposizioni di principio" di parte generale, e specifici "canoni indicativi di comportamenti attesi" di parte speciale, il nuovo CDF non corrisponde più a quello del 1997 e succ. mod. ed int., essendo **cambiato nella struttura e nell'articolato**.

Totalmente nuovo è peraltro il **binomio** ora applicato a ciascun canone comportamentale specifico, della "**tipizzazione della condotta**" attesa e/o prescritta e/o vietata, con espressa indicazione anche della "**sanzione edittale applicabile**" al Professionista, in caso di violazione.

Quanto sopra rileva anche con specifica attinenza al marketing, quale disciplina strumentale all'esercizio della professione forense. Scienza di cui la regolamentazione deontologica che si è venuta realizzando, anche con ricorso allo strumento della novellazione degli specifici articoli di riferimento del Codice, dal 1997 in poi, ha riguardato più che altro i temi della **comunicazione informativa/pubblicità, del (divieto di) accaparramento della clientela, oltre all'uso del sito web e dei rapporti con media e stampa, anche a fini promozionali.**

L'E- Book è pensato come "vade mecum" operativo non sul marketing ma sulla regolamentazione del marketing, posto che **il quadro delle previsioni di deontologia a cui occorre prestare attenzione in via preliminare rispetto a scelte di investimento e/o strategiche e/od operative è oggi mutano**; non essendo più esso rinvenibile nel semplice disposto di cui agli artt. 17, 17 - bis, 18 e 19 di cui al Titolo I CDF.

E' rivolto principalmente ai più giovani Professionisti, che, affrontando per la prima volta l'argomento, devono conoscere certamente il nuovo quadro regolamentare applicabile, senza tuttavia poter omettere di tenere in conto le "evoluzioni" che, tale regolamentazione ha avuto, negli anni, dalla prima regolamentazione della materia nel 1997 – quando la pubblicità era addirittura vietata all'Avvocato-, ad oggi.

All'analisi delle più corpose e nuove **regole che attengono principalmente alla comunicazione informativa/pubblicità legale**, si affianca **la trattazione delle fonti e delle norme di deontologia europea** che si raccordano alla nuova legge deontologica, e l'approfondimento delle collegate **disposizioni di principio e di normativa specifica rinvenibili già nella nuova legge professionale forense** (i.e. L. 31.12.2012 n. 247). Con presentazione anche delle più significative **pronunce di legittimità e disciplinari del CNF** sopravvenute nei 17 anni di casi di violazioni analizzati, e della **pareristica** specifica emessa della stessa Istituzione forense, in tema.

INDICE DEI CONTENUTI:

Premessa introduttiva

1. Crisi e marketing: la prima "uccide" il secondo?
2. Marketing: Cenni a significato, origini e contenuti
3. Marketing e servizi – Cenni su origini e caratteristiche distintive
4. Nuovo Codice deontologico forense
 - 4.1. Raccordo con la Nuova legge professionale forense
 - 4.2. Raccordo con la Carta dei Diritti Fondamentali e con il Codice Deontologico Europeo
 - 4.3. Principali novità strutturali, di articolato e contenuto

5. Deontologia e marketing

- 5.1. Quadro delle principali disposizioni rilevanti per il legale

Principi generali

Spendita di informazioni sull'esercizio dell'attività professionale: artt. 17, 35 e 36 CDF

Divieto di accaparramento della clientela: art. 37 CDF

Doveri nei rapporti con gli organi di informazione: artt. 18 e 57 CDF

Rilevanza dei comportamenti extra professionali ove incidenti su prestigio, reputazione e immagine – Art. 63, comma I

Regole di promotion e di collaborazione attiva con le istituzioni forensi – Artt. 69, 70 e 71 CDF

- 5.2. Pronunce di giurisprudenza significative e pareri del CNF applicabili

Pubblicità informativa

Accaparramento di clientela

Sponsorizzazioni

Rapporti con stampa e media

Titoli e qualifiche

Utilizzo di insegna / targa

Avvocato membro di istituzione forense

Vita privata

Elemento soggettivo della condotta

- 5.3. La sanzione Antitrust di novembre 2014 al CNF per intesa restrittiva della concorrenza

Brevi considerazioni conclusive

ALLEGATI:

-  Carta dei principi comuni agli Avvocati Europei;
-  Codice Deontologico degli Avvocati Europei;
-  Nuova disciplina dell'ordinamento professionale forense (L. n.247/2012);
-  Codice Deontologico Forense ed. 2014;
-  Relazione Illustrativa del CNF al Codice Deontologico Forense ed. 2014.

VOLUME COLLEGATO: G.R. STUMPO - *Il MARKETING PER LO STUDIO LEGALE – Comunicazione, Pubblicità, Sviluppo Applicativo*, COLLANA LEGALE MAGGIOLI ED. (2013)

L'AUTORE: Avvocato del Foro di Milano, Giornalista Pubblicista, Esperta di discipline strumentali all'esercizio della professione forense, Giovanna Raffaella Stumpo vive e lavora a Milano; assiste Studi legali reti e network professionali in percorsi di ottimizzazione dei processi di organizzazione, marketing e comunicazione, certificazione ISO 9001.

Auditor 231, svolge attività di insegnamento in materia di Modelli Organizzativi e Gestionali, Sistemi di Gestione per la Qualità e Sistemi di Gestione Integrati Qualità e *Compliance* normativa e tecnica presso Università, Ordini, Scuole, Fondazioni ed Associazioni forensi di tutta Italia. In tali ambiti, collabora stabilmente con le primarie case editrici italiane ed è autrice di numerose pubblicazioni e curatrice di svariati volumi.

Con Maggioli ed. ha pubblicato *La qualità negli Studi legali (2003)*, *Organizzare lo Studio Legale (2007)*, *Il marketing per lo Studio Legale – Comunicazione, pubblicità, sviluppo applicativo (2013)*. Per contatti ed info www.giovanna.stumpo.name