

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

art. 19 Divieto di accaparramento di clientela

Codice deontologico forense

articolo|orange

Articolo vigente:

art. 19 Divieto di accaparramento di clientela (articolo modificato con delibera 18.01.2007)

E' vietata ogni condotta diretta all'acquisizione di rapporti di clientela a mezzo di agenzie o procacciatori o con modi non conformi alla correttezza e decoro.

I. L'avvocato non deve corrispondere ad un collega, o ad un altro soggetto, un onorario, una provvigione o qualsiasi altro compenso quale corrispettivo per la presentazione di un cliente.

II. Costituisce infrazione disciplinare l'offerta di omaggi o prestazioni a terzi ovvero la corresponsione o la promessa di vantaggi per ottenere difese o incarichi.

III – E' vietato 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.

IV – E' altresì vietato all'avvocato offrire, senza esserne richiesto, una prestazione personalizzata e, cioè, rivolta a una persona determinata per un specifico affare.

Commenti|green

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

Commenti:

Precedente formulazione|blue

Precedente formulazione

art.19.Divieto di accaparramento di clientela

È vietata l'offerta di prestazioni professionali a terzi e in genere ogni attività diretta all'acquisizione di rapporti di clientela, a mezzo agenzie o procacciatori o altri mezzi illeciti.

* I. - L'avvocato non deve corrispondere ad un collega, o ad un qualsiasi altro soggetto, un onorario, una provvigione o qualsiasi altro compenso quale corrispettivo per la presentazione di un cliente.

* II. - Costituisce infrazione disciplinare l'offerta di omaggi o di prestazioni a terzi ovvero la corresponsione o promessa di vantaggi per ottenere difese o incarichi.

Riferimenti normativi|grey

Riferimenti normativi:

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

Pareri|green

Pareri:

Amica Card - Groupon - il messaggio non si esaurisce nel fine promozionale, ma protende concretamente all'acquisizione del cliente

Quesito n. 166: Con nota dell'8 giugno 2012 Prot. n. 197/2012 il Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Verbania, premesso di avere ricevuto segnalazione di iscrizioni di avvocati al sito "Amica Card", ha richiesto parere sul seguente quesito: "Se la conclusione di un contratto pluriennale (anni cinque) con operatore privato titolare/gestore di banca dati in Internet (Amica Card/ Groupon) in forza del quale contratto l'avv. si impegna a pubblicare annuncio sul sito accessibile ai soli utenti registrati titolari di Amica Card o Groupon nel quale offra prestazioni professionali scontate a sua discrezione, corrispondendo per la ridetta pubblicazione all'operatore un compenso da prestarsi su base mensile (ca. € 10,00) per tutta la durata del contratto, possa costituire violazione dell'art. 19 CDF. Si rappresenta che l'accesso al sito non è libero ma limitato ai soli utenti che si sono registrati presso il gestore/operatore e sono titolari di Amica Card/Groupon da mostrare all'avvocato allorché ne chiedono le prestazioni per ottenere il promesso 'sconto', e che la pubblicazione sul sito avviene contro pagamento di corrispettivo."

Il quesito, ampiamente formulato con utili riferimenti alla strutturazione del rapporto che si instaura tra il professionista aderente ed il titolare del sito web, consente di enucleare due aspetti di rilievo ai fini dell'inquadramento della vicenda e della connessa valutazione di sua compatibilità con i precetti della deontologia forense.

Un primo ordine di considerazioni attiene alla natura ed alla finalizzazione dei siti web indicati dal Consiglio rimettente (Amica Card e Groupon).

Amica Card, in base a quanto è dato rilevare accedendo alla "home page" dell'omonimo sito (www.AmicaCard.it), è una carta sconti personale la cui titolarità consente al consumatore di realizzare acquisti di beni e servizi con prezzi o tariffe vantaggiosi, rivolgendosi agli operatori economici e professionisti aderenti al sito (definiti "partner del circuito"); in specie, il professionista pubblicizza l'attività del suo studio evidenziando la misura percentuale dello sconto riservato ai titolari della carta rispetto alle tariffe abitualmente praticate (le quali, peraltro, non risultano evidenziate).

Groupon è un servizio di acquisto collettivo che permette ai consumatori iscritti di accedere ad offerte giornaliere di buoni sconto utilizzabili presso aziende commerciali e professionisti; esso

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

si presenta come un sito web (www.groupon.it) all'interno del quale gli utenti registrati possono consultare le offerte giornaliere – organizzate per genere e luogo di fruizione – e procedere all'acquisto.

In entrambi i casi la prestazione professionale proposta realizza un'offerta generalizzata al pubblico, il cui elemento distintivo è rappresentato dalla vantaggiosità dello sconto prospettato dal professionista offerente, mentre rimangono del tutto aspecifici ed indeterminati la natura e l'oggetto dell'attività al medesimo richiesta; parimenti, non vi è chiarezza sui parametri tariffari rispetto ai quali lo sconto è promesso.

Il secondo aspetto qualificante risiede nella natura onerosa del rapporto pluriennale che vincola il professionista aderente al titolare o gestore del sito web; il sito costituisce, infatti, un canale di informazione – concentrato sul prevalente aspetto della mera convenienza economica del servizio offerto – a fronte del quale l'aderente sostiene un costo periodico. Sotto il profilo della corrispettività delle prestazioni, dunque, il vantaggio offerto al professionista è rappresentato dalla possibilità di potere accedere in incertam personam ad un vasto ambito di potenziali clienti, semplicemente attratti dallo sconto.

La circostanza, pure segnalata dal Consiglio rimettente, che l'accesso ai due siti (ed ai vantaggi che gli stessi mostrano di assicurare) sia riservato solo ai consumatori ivi iscritti, appare irrilevante, non alterando i margini ricostruttivi della questione.

A giudizio della Commissione la fattispecie sopra descritta confligge con il divieto di accaparramento di clientela sancito dall'art. 19 del Codice deontologico forense; tale disposizione non consente all'avvocato di porre in essere condotte preordinate all'acquisizione di rapporti di clientela "con modi non conformi alla correttezza e decoro".

La natura dei siti web in questione, nei quali l'offerta di prestazioni professionali può apparire promiscuamente insieme a proposte di ogni altro genere, tutte tra loro omogeneizzate dal dato della sola convenienza economica, comporta in re ipsa lo svilimento della prestazione professionale da contratto d'opera intellettuale a questione di puro prezzo.

Ne risulta conseguentemente vulnerato il carattere intuitivo del rapporto tra l'avvocato ed il cliente, che dovrebbe fondarsi sulle credenziali di qualità della prestazione professionale prima ancora che su considerazioni di mera convenienza economica.

La diffusione, talvolta anche invasiva, delle forme di comunicazione per mezzo di Internet, seppure rappresenta una fenomenologia della quale deve prendersi atto in termini evolutivi, non può, peraltro, obliare ai valori fondanti della professione forense e dell'etica comportamentale dell'avvocato.

Nel caso in esame la funzione dei siti web interessati va ben oltre la pura pubblicità, proponendosi essi piuttosto di generare un vero e proprio contatto tra l'offerente ed il consumatore destinatario della proposta; in tale contesto il messaggio non si esaurisce nel fine promozionale, ma protende concretamente all'acquisizione del cliente.

I canoni comportamentali precisati nell'art. 19 del Codice deontologico forense non lasciano spazio a valutazioni diversamente orientate.

Il gestore del sito web si pone, a titolo oneroso, come soggetto interposto tra l'avvocato ed il cliente, mettendo a disposizione dell'avvocato stesso la propria struttura operativa per consentirgli l'assunzione di incarichi; sotto tale profilo la vicenda integra violazione del canone I dell'art. 19 del Codice deontologico forense. Inoltre, le modalità di diffusione del messaggio

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

rendono palese la concorrente violazione del canone III dello stesso art. 19, il quale – integrato, in ragione della novità della questione, ai sensi dell'art. 60 del Codice deontologico forense – va interpretato estendendosi il divieto di raggiungere in via aspecificamente generalizzata il consumatore (cliente solo potenziale) tramite i suoi strumenti di accesso alla rete Internet. Consiglio Nazionale Forense (Rel. Cons. Berruti), parere 11 luglio 2012, n. 48 Pubblicato in Prassi: pareri CNF

Sentenze - Decisioni|orange

Sentenze - Decisioni:

accaparramento di clientela

offerta di prestazioni professionali ad un costo simbolico

Costituisce illecito disciplinare l'informazione, diffusa anche attraverso siti internet, fondata sull'offerta di prestazioni professionali gratuite ovvero a prezzi simbolici o comunque contenuti e bassamente commerciali, in quanto volta a suggestionare il cliente sul piano emozionale, con un messaggio di natura meramente commerciale ed esclusivamente caratterizzato da evidenti sottolineature del dato economico (Nel caso di specie, dopo aver elogiato -anche comparativamente- le qualità del proprio studio, l'avvocato offriva le proprie prestazioni professionali ad un "costo poco più che simbolico". In applicazione del principio di cui in massima, il CNF ha ritenuto congrua la sanzione disciplinare della sospensione dall'attività professionale per mesi due). Consiglio Nazionale Forense, sentenza del 6 giugno 2013, n. 89 Pubblicato in Giurisprudenza CNF

Accettazione di incarichi da intermediari – Omesso conferimento diretto del mandato

Pone in essere un comportamento deontologicamente rilevante perché lesivo del dovere di indipendenza e fiducia l'avvocato che assuma l'incarico da intermediari, all'insaputa del cliente, rinunciando al contatto diretto con lo stesso che, invece, è alla base della garanzia di

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

diligenza con la quale l'opera professionale deve essere prestata. (Nella specie è stata confermata la sanzione della censura). (Rigetta il ricorso avverso decisione C.d.O. di Padova, 30 maggio 2003). Consiglio Nazionale Forense, sentenza del 16 dicembre 2004, n. 313 Pubblicato in Giurisprudenza CNF

Studio presso agenzia infortunistica

L'avvocato che abbia il proprio recapito professionale presso una agenzia infortunistica pone in essere un comportamento deontologicamente rilevante perché lesivo del dovere di indipendenza e rientrando in una ipotesi di accaparramento di clientela disciplinarmente sanzionato, (a nulla rilevando l'eventualità che tale accaparramento non sia stato posto in essere). (Rigetta il ricorso avverso decisione C.d.O. di Venezia, 12 novembre 1999) Consiglio Nazionale Forense, sentenza del 23 aprile 2004, n. 95 Pubblicato in Giurisprudenza CNF

Sede dello studio presso l'associazione

Pone in essere un comportamento deontologicamente rilevante perché in contrasto con il dovere di indipendenza e probità propri della classe forense, l'avvocato che, sottoscrivendo una convenzione con l'associazione "giudici arbitrali", si obblighi a utilizzare per l'ufficio la denominazione "forum arbitrale", a rispettare l'esclusiva dell'attività con detta associazione, a fornire consulenza obbligatoria, indistintamente, a tutti gli utenti dell'associazione e, da ultimo, consenta alla pubblicità dell'attività attraverso il volantinaggio, così ponendo in essere una forma di accaparramento di clientela e di pubblicità vietata. (Nella specie, in considerazione del ravvedimento e della buona fede, la sanzione della censura è stata sostituita dalla più lieve sanzione dell'avvertimento). (Accoglie parzialmente il ricorso avverso decisione C.d.O. di Torino, 27 novembre 2000). Consiglio Nazionale Forense, sentenza del 11 aprile 2003, n. 60 Pubblicato in Giurisprudenza CNF

sede dello studio legale presso associazioni o società

Pone in essere un comportamento deontologicamente rilevante l'avvocato che fissi un proprio recapito o la sede della sua attività professionale presso uffici di società, agenzie infortunistiche, agenzie di assicurazioni e servizi, società commerciali, associazioni di mutilati ed invalidi civili e comunque Enti o Associazioni che rappresentino categorie di lavoratori e/o professionisti, dei quali ne utilizzi i locali ricevendo anche clienti, usufruisca delle utenze telefoniche e ne indichi il recapito sulla propria carta intestata. L'incrocio, sia pure saltuario, dell'attività professionale con le attività sindacali, che si concretizzi nella presenza fisica e nell'utilizzo, per fini

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

professionali, dell'intera struttura in cui opera ed agisce l'associazione, è sintomatico di un procacciamento di clientela scorretto perché incanalato attraverso mezzi non consentiti e che, quindi, vanno ritenuti deprecabili, in violazione dei principi di lealtà, dignità e decoro della professione forense. Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Vermiglio, Rel. Tacchini), sentenza del 29 novembre 2012, n. 170 Pubblicato in Giurisprudenza CNF

sede dello studio legale presso un'associazione di categoria

Viola l'art. 19 CDF l'avvocato presso il cui studio legale sia ubicata una associazione di categoria, così ponendo in essere le condizioni di potenziale accaparramento di clientela, indipendentemente dalla circostanza dell'effettivo raggiungimento di concreti vantaggi economici. Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Vermiglio, Rel. Tacchini), sentenza del 29 novembre 2012, n. 170 Pubblicato in Giurisprudenza CNF

volantinaggio con offerta di prestazioni professionali gratuite

L'offerta di prestazioni professionali (nella specie, attraverso un volantino), senza adeguati requisiti informativi e comunque a costi molto bassi o, addirittura, a titolo gratuito appare suggestiva e attrattiva della clientela in maniera incompatibile con la dignità e il decoro. Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Vermiglio, Rel. Tacchini), sentenza del 29 novembre 2012, n. 170 Pubblicato in Giurisprudenza CNF

Illecita la pubblicità informativa attuata con modalità offensive del decoro e della dignità della professione

In tema di illeciti disciplinari riguardanti gli avvocati, mentre è da ritenere legittima la pubblicità informativa dell'attività professionale finalizzata all'acquisizione della clientela, la medesima è sanzionabile disciplinarmente – ai sensi dell'art. 38 del r.d.l. 27 novembre 1933, n. 1578, e degli artt. 17 e 17-bis del codice deontologico forense – ove venga svolta con modalità lesive del decoro e della dignità della professione. (Nella specie, le S.U. hanno confermato, “in parte qua”, sentenza del C.N.F. che aveva irrogato la sanzione della censura a carico di due avvocati che avevano aperto uno studio sulla pubblica via con la suggestiva insegna “A.L.T. – assistenza legale per tutti – prima consulenza gratuita”). (Cassa con rinvio, Cons. Naz. Forense Roma, 21/12/2009) Cassazione Civile, sez. Unite, 18 novembre 2010, n. 23287 Pubblicato in Giurisprudenza Cass.

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

fatti consumati e fatti tentati

L'art. 38 del r.d.l. 27 novembre 1933 n. 1578 sull'ordinamento delle professioni di avvocato e procuratore, il quale, nel fare riferimento, quali comportamenti che possono dar luogo a profili di responsabilità disciplinare, accanto agli "abusi o mancanze nell'esercizio" della professione, a "fatti non conformi alla dignità e al decoro professionale", ricomprende in tale ampia previsione sia fatti consumati che tentati. In particolare, con riguardo alla fattispecie di accaparramento di clientela, il principio della sufficienza, ai fini della configurabilità dell'illecito, della potenzialità della condotta, è ricavabile anche dall'art. 19 del codice deontologico adottato dal Consiglio Nazionale Forense, che vieta, oltre alla "offerta di prestazioni professionali a terzi", anche in genere "ogni attività diretta all'acquisizione di rapporti di clientela, a mezzo di agenzie o procacciatori o altri mezzi illeciti", senza richiedere che l'agente raggiunga lo scopo attraverso l'acquisizione di un cliente. Cassazione Civile, sez. U, 20 maggio 2005, n. 10601- Pres. Carbone V- Rel. Falcone G- P.M. Iannelli D (Conf.) Pubblicato in Giurisprudenza Cass.

società immobiliare destinataria di una proposta di collaborazione continuativa

omissis

viola i doveri deontologici di correttezza e decoro l'avvocato che offra, ai clienti di una società immobiliare destinataria di una proposta di collaborazione continuativa professionale una copertura legale completa con costo del servizio fissato dalla società e da quest'ultima direttamente incassato senza nulla corrispondere all'avvocato, nonché un'analoga copertura legale alla stessa società nel contenzioso con i propri clienti ad un prezzo minimo prestabilito (nella specie, € 1000,00 all'anno), con l'invito a dare massima diffusione e pubblicità ad una tale proposta sottolineandone l'attrattiva di mercato. (accoglie parzialmente il ricorso avverso decisione c.d.o. di crema, 27 aprile 2006). (consiglio nazionale forense, decisione del 27-10-2008, n. 127 pres. f.f. perfetti - rel. borsacchi - p.m. ciampoli (non conf.)

sollecitazione per il conferimento di un incarico professionale

La mera proposta di convenzione che contempli, per il caso di esito vittorioso della vertenza, un onorario non già in sostituzione bensì in aggiunta alle spese di causa poste a carico della parte soccombente non è idonea ad integrare l'ipotesi prevista dal terzo comma dell'art. 2233 c.c., quale vigente ante riforma c.d. "bersani" (e, più precisamente, l'art.2, co. 2 bis, l. 248/2006), rientrando piuttosto in quella lecita forma di compenso di carattere straordinario dovuto "oltre" quello spettante al legale per le prestazioni giudiziali effettuate che va sotto il nome di "palmario".

La lettera indirizzata dal professionista con lo scopo esclusivo di provocare l'adesione di uno sconosciuto alla formulata proposta di mandato difensivo si risolve in una sollecitazione per il

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

conferimento di un incarico professionale e, quindi, in una chiara offerta di prestazioni a terzi, come tale vietata a norma dei canoni iii e iv dell'art. 19 del codice deontologico. (accoglie parzialmente il ricorso avverso decisione c.d.o. di firenze, 7 giugno 2006) (consiglio nazionale forense, decisione del 09-06-2008, n. 54 pres. alpa - rel. bonzo - p.m. martone (conf.)

recapito presso l'ufficio di una società

pone in essere un comportamento deontologicamente rilevante l'avvocato che fissi un proprio recapito presso l'ufficio di una società, condividendone, peraltro, l'utenza telefonica e ponga in essere una ipotesi di accaparramento di clientela offrendo prestazioni professionali a terzi a mezzo di una associazione di mutilati e invalidi civili il cui rappresentante si recava a casa dei potenziali clienti per convincerli a conferire l'incarico al professionista stesso. (nella specie è stata confermata la sospensione per mesi tre). (rigetta il ricorso avverso decisione c.d.o. di mantova, 16 gennaio 2006). consiglio nazionale forense decisione del 08-10-2007, n. 136 pres. f.f. cricri' - rel. italia - p.m. p.m. ciampoli (conf.)

1 omissis.

2 va riconosciuto carattere decettivo al messaggio pubblicitario utilizzato dal ricorrente che, pubblicizzando l'istituto del "gratuito patrocinio" da tempo abrogato ed accompagnando tale pubblicità a quella di un'attività di "recupero crediti senza anticipazioni", si presta effettivamente ad ingenerare l'equivoco che la prestazione offerta possa, in concreto rivestire il carattere della gratuità, così assumendo un chiaro sapore accaparratorio di clientela certamente lesivo del prestigio e del decoro della classe forense. (rigetta il ricorso avverso decisione c.d.o. di bergamo, 18 settembre 2007). (consiglio nazionale forense, decisione del 19-12-2008, n. 169 pres. alpa - rel. bonzo - p.m. iannelli (conf.)

pone in essere un comportamento disciplinarmente rilevante, in quanto idoneo ad integrare gli estremi del tentativo di accaparramento di clientela, l'avvocato che offra a taluni soggetti arrestati ed in attesa di celebrazione di rito direttissimo la propria opera professionale, pur essendogli nota la circostanza che i medesimi hanno già nominato quale difensore di fiducia altro collega. (accoglie parzialmente il ricorso avverso decisione c.d.o. verona, 21 dicembre 2005). consiglio nazionale forense decisione del 22-12-2007, n. 218 pres. f.f. cricri' - rel. mirigliani - p.m. martone (non conf.)

studio legale ubicato in un'associazione di categoria

viola l'art. 19 c.d.f. l'avvocato presso il cui studio legale sia ubicata un'associazione di categoria,

art.19 Divieto di accaparramento di clientela

così ponendo in essere le condizioni di potenziale "accaparramento" di clientela, indipendentemente dalla circostanza dell'effettivo raggiungimento di concreti vantaggi economici. (rigetta il ricorso avverso decisione c.d.o. di monza, 15 gennaio 2007). (consiglio nazionale forense, decisione del 27-10-2008, n. 137 pres. alpa - rel. mascherin - p.m. iannelli (conf.) pone in essere un comportamento deontologicamente rilevante l'avvocato che assuma pratiche per il tramite di una agenzia e svolga attività professionale senza ricevere il mandato diretto della parte assistita così ponendo in essere una ipotesi di non consentito accaparramento di clientela. (nella specie è stata confermata la sanzione della sospensione per mesi quattro). (rigetta il ricorso avverso decisione c.d.o. di perugia, 27 ottobre 2005). consiglio nazionale forense decisione del 10-12-2007, n. 188 pres. f.f. cricri' - rel. martuccelli - p.m. martone (diff.)

Viola l'art. 19 c.d.f. l'avvocato presso il cui studio legale sia ubicata un'associazione di categoria, così ponendo in essere le condizioni di potenziale "accaparramento" di clientela, indipendentemente dalla circostanza dell'effettivo raggiungimento di concreti vantaggi economici. (rigetta il ricorso avverso decisione c.d.o. di monza, 15 gennaio 2007). (consiglio nazionale forense, decisione del 27-10-2008, n. 137 pres. alpa - rel. mascherin - p.m. iannelli (conf.)

clientela tramite una agenzia infortunistica

omissis

pone in essere un comportamento deontologicamente rilevante l'avvocato che acquisisca rapporti di clientela tramite una agenzia infortunistica, assuma incarichi contro ex clienti, raccolga le firme di mandato di stranieri senza fornire agli stessi alcuna spiegazione, condizioni la restituzione di documenti al pagamento delle proprie spettanze professionali. (nella specie, considerando che su due capi di incolpazione l'imputato è stato assolto, la sanzione della sospensione è stata ridotta da mesi dieci a mesi sette). (accoglie parzialmente il ricorso avverso decisione c.d.o. di padova, 23 settembre 2005). consiglio nazionale forense decisione del 10-12-2007, n. 181 pres. f.f. tirale - rel. bonzo - p.m. ciampoli (parz. diff.)