

# **MATERIAL DOCUMENTAR PRIVIND PROBLEMA PUBLICITĂȚII PROFESIONALE**

## **1. CODUL DEONTOLOGIC AL AVOCATULUI EUROPEAN (Extras)**

### 2.6. Publicitatea personala

2.6.1. Avocatul este autorizat sa informeze publicul despre serviciile pe care le ofera, cu conditia ca informatia sa fie fidela, veridica si cu respectarea secretului profesional si a altor principii esentiale ale profesiei.

2.6.2. Publicitatea personala facuta de un avocat, indiferent de mijlocul media utilizat, de exemplu: presa, radioul, televiziunea, comunicarea comerciala electronica sau altele, este autorizata in masura in care ea respecta conditiile art. 2.6.1.

## **2. ASPECTE DE DREPT EUROPEAN COMPARAT**

### **2.1 Preocupări la nivelul Consiliului Barourilor Europene (CCBE) privind publicitatea profesională**

Regulile fundamentale ale publicității profesionale sunt consfințite prin articolul 2.6 din Codul Deontologic al Avocatului European, adoptat de CCBE în anul 1988, adoptat, la rândul său, drept cod al avocatului român, de către UNBR în anul 2007.

Prevederile relevante sunt cuprinse în articolul 2.6 :

#### *„2.6. Publicitatea personala*

2.6.1. Avocatul este autorizat sa informeze publicul despre serviciile pe care le ofera, cu conditia ca informatia sa fie fidela, veridica si cu respectarea secretului profesional si a altor principii esentiale ale profesiei.

2.6.2. Publicitatea personala facuta de un avocat, indiferent de mijlocul media utilizat, de exemplu: presa, radioul, televiziunea, comunicarea comerciala electronica sau altele, este autorizata in masura in care ea respecta conditiile prevăzute la art. 2.6.1.”

Conform comentariilor la textele Codului deontologic al Avocatului European, postate pe site-ul [www.ccbe.org](http://www.ccbe.org), termenul « publicitate profesională » acoperă atât publicitatea

efectuată de asociații ori grupări de avocați, cât și pe cea efectuată de avocați în nume propriu, privită separat față de **publicitatea funcțională organizată de către barouri, pentru ansamblul membrilor săi.**

Regulile care guvernează publicitatea diferă considerabil de la un Stat Membru UE la altul.

Din textul articolului 2.6 rezultă, că nu există obiecții fundamentale față de publicitatea personală în practicarea profesiei în regim transfrontalier.

Totodată însă, **avocații se supun interdicțiilor** vizate de regulile profesionale ale Statului de origine, iar un avocat se va supune interdicțiilor stabilite în Statul primitor, atunci când acestea sunt obligatorii în condițiile Directivei privind libertatea de prestare a serviciilor și ale Directivei privind libertatea de stabilire a avocaților.

CCBE și-a afirmat punctul de vedere în materie de publicitate profesională, în sensul de **a respinge categoric orice formă de publicitate în regim comercial**, subliniind caracterul aparte al publicității profesionale, care **se limitează la o informare corectă** a publicului asupra serviciilor oferite de formele de exercitare a profesiei de avocat, fără mențiuni privind portofoliul de clienți, situația financiară a formei de exercitare, alcătuirea de top-uri, clasamente, etc

Aceeași poziție rezultă și din punctele de vedere transmise de CCBE asupra unor inițiative legislative din unele state europene, în care se reafirmă interdicția caracterului comercial al publicității practicate de forme de exercitarea profesiei de avocat (Serbia, Georgia, Slovenia, etc....)

Până în momentul de față nu există, la nivelul CCBE, preocupări care să vizeze o liberalizare a prevederilor în materie în direcția acceptării de către profesia de avocat a publicității profesionale după canoanele publicității comerciale.

## **2.2.Extrase din legislațiile profesiei de avocat din unele state europene, din care rezultă impunerea unor condiții și restricții specifice publicității profesionale.**

### **AUSTRIA**

#### **Linii directoare privind exercitarea profesiei de avocat, adoptate de Congresul Camerei Avocaților din Austria la 11. 5. 2009-11-25**

##### Capitolul VIII Avocatul și publicul

###### Art. 45

- (1) Avocatul își face publicitate în special prin calitatea serviciilor sale profesionale
- (2) Publicitatea este permisă, atâta timp cât ea este reală, concretă și în deplin acord cu onoarea și reputația profesiei, cu obligațiile profesionale cât și cu funcția pe care avocatul o îndeplinește în cadrul administrării justiției.
- (3) Sunt interzise îndeosebi :
  - a) publicitatea laudativă și agresivă
  - b) publicitatea comparativă față de alți membri ai profesiei
  - c) atragerea de clienți prin folosirea unor mijloace de constrângere

- d) încredințarea unor formulare de împuterniciri către terți în scopul transmiterii acestora către anumite cercuri de persoane
- e) nominalizarea portofoliului de clientelă, fără acordul expres al acesteia din urmă
- f) oferirea ori acordarea unor avantaje materiale pentru atragerea de clientelă
- g) enunțarea cifrelor de afaceri ori a succeselor profesionale

#### Art. 46

Avocatul este dator să împiedice efectuarea de publicitate nestatutară prin intermediul unor terți și, în special, prin intermediul mediilor.

#### Art. 47

În raporturile sale cu mediile, avocatul este obligat să respecte interesele clientului său, onoarea și reputația profesiei, precum și obligațiile profesionale. În exercitarea mandatului său, sunt permise luări de poziție publice, prin medii, dacă acestea nu contravin interesului clientului și dacă există permisiune expresă din partea acestuia din urmă.

## **GERMANIA**

### **Statutul profesiei de avocat din R. F. Germania**

#### **Obligații specifice în legătură cu publicitatea**

##### § 6 Publicitatea

(1) Avocatului i se permite să informeze asupra serviciilor pe care le furnizează și asupra persoanei sale, atâta timp cât aceste informații au un caracter obiectiv și privesc activitatea profesională.

(2) Informații asupra succeselor de ordin financiar și asupra cifrelor de afaceri sunt interzise. Referirile la portofoliul de clientelă sunt permise numai cu acordul expres al clientului și pot fi inserate în broșurile informative ale cabinetelor, în circulare și în alte modalități de informare comparabile, ori pot fi furnizate la cerere.

(3) Avocatului îi este interzis să accepte să i se facă publicitate de către terți.

##### § 7 Comunicări referitoare la anumite domenii de specializare

(1) Pe lângă folosirea titlului profesional de avocat specializat, pot fi făcute referiri la anumite domenii de specializare numai de către cei ce pot face dovada că posedă astfel de cunoștințe rezultând din pregătire și experiență profesională, publicații, sau din alte asemenea modalități. Cel ce comunică astfel de informații, trebuie să dispună, pe lângă cunoștințele de ordin teoretic, și de o experiență practică consistentă.

(2) Referirile despre care se face vorbire în alineatul (1) nu sunt permise dacă ele pot să producă o confuzie cu titlul profesional de avocat specializat.

(3) Prezentele reglementări se aplică tuturor formelor de exercitare a profesiei.

##### § 7a Mediator

Poate folosi titlul profesional de mediator numai cel ce face dovada că stăpânește, prin pregătire de specialitate, principiile fundamentale ale acestei activități.

## **SPANIA**

### **CODUL DENTOLOGIC**

Adaptat la noul Statut General al Avocaturii din Spania, aprobat prin Decretul Regal nr. 658/22 iunie 2001, aprobat în Plenul din 27-IX-02 și Modificat în Plenul din 10-XII-02

„Articol 7.- Despre publicitate

1. Avocatul va putea face publicitate care să fie demnă, loială și adevărată, pentru serviciile sale profesionale, cu respectarea absolută a demnității persoanelor, a legislației existente în aceste domenii, asupra apărării concurenței și concurenței neloiale, conformându-se în orice caz normelor deontologice cuprinse în acest Cod și cele pe care le dă, dacă e cazul, Consiliul Autonom și Baroul pe teritoriul cărora acționează.

2. Se consideră că violează acest Cod Deontologic, acea publicitate care presupune, printre altele:

- a) Dezvăluirea directă sau indirectă de fapte, date sau situații protejate de secretul profesional.
- b) Afectarea independenței avocatului.
- c) Promiterea obținerii de rezultate care nu depind exclusiv de activitatea avocatului care-și face publicitate.
- d) Referirea directă sau indirectă la clienți ai Avocatului care folosește publicitatea sau la probleme ridicate de acesta, sau la performanțele și rezultatele acestuia.
- e) Adresarea personală sau prin terți către victimele accidentelor sau nenorocirilor care sunt lipsite de libertate deplină și netulburată de a alege un avocat pentru că în acest moment suferă o nenorocire personală sau colectivă recentă, sau moștenitorilor sau îndreptățiților acestora.
- f) Stabilirea de comparații cu alți avocați sau cu acțiunile lor concrete sau afirmații nefondate de auto lăudare.
- g) Folosirea emblemelor sau simbolurilor barourilor și celelalte care prin asemănare ar putea produce confuzie, deoarece folosirea lor este rezervată numai publicității instituțiilor pe care, în beneficiul profesiei în general, o pot face numai Barourile, Consiliile Autonome și Consiliul General al Avocaturii din Spania.
- h) Incitarea generală sau concretă la litigiu sau conflict.
- i) Folosirea mijloacelor sau exprimărilor audio video sau scrise care presupun discreditarea, denigrarea și disprețuirea Avocaturii, Justiției și simbolurilor lor.
- j) Neidentificarea Avocatului sau Cabinetului Colectiv care-și oferă serviciile.
- k) Folosirea mijloacelor sau conținuturilor contrare demnității persoanelor, Avocaturii sau Justiției.

## **LUXEMBURG**

### **Regulamentul de exercitare a profesiei de avocat din Luxemburg**

Art. 6.2. Publicitate

Art. 6.2.1. În sensul prevederilor de mai jos se înțelege prin :

1. Publicitate funcțională: orice comunicare publică care are drept obiect promovarea profesiei de avocat.

2. Publicitate personală: orice comunicare publică, indiferent de mijloacele utilizate, care urmărește să aducă la cunoștință pe autorul său sau să ofere informații asupra naturii ori calității practicii sale profesionale.

Art. 6.2.2. Publicitatea funcțională ține de resortul exclusiv al organelor profesiei. Publicitatea personală este permisă în respectul legii, al prezentului regulament și al ansamblului de reguli deontologice aplicabile profesiei de avocat.

Art. 6.2.3. Publicitatea personală se realizează cu demnitate, delicatețe și probitate. Ea trebuie să fie sinceră și să respecte secretul profesional și independența avocatului. Informația dată prin publicitate trebuie să se limiteze la elemente obiective, adică susceptibile de a fi apreciate și verificate de consiliul Ordinului sau de către Decan.

Art. 6.2.4. Avocatul poate face referiri la activitățile sale preferențiale, așa cum au fost ele declarate Consiliului Ordinului.

Art. 6.2.5. Este interzisă orice publicitate personală care să permită identificarea clientelei avocatului sau a cabinetului său ori a unor cazuri instrumentate. Avocatul nu poate descrie meritele și succesele sale profesionale.

Art. 6.2.6. Este interzis avocatului să întemeieze publicitatea sa personală, direct sau indirect, pe condițiile financiare ale activității sale, care nu ar fi conforme demnității profesiei.

Art. 6.2.7. În ipoteza unei publicități contrare prezentului Regulament, Decanul poate dispune, în termenul și condițiile pe care le va stabili, publicarea unui rectificativ, pe cheltuiala contravenientului.

Art. 6.2.8. Regulile enunțate mai sus se aplică în mod egal, corespondenței scrise, curierului electronic, cărților de vizită profesionale, firme, plachete, site-uri de internet precum și oricărui document destinat terților.

## **PORTUGALIA**

### **Lege privind exercitarea și organizarea profesiei de avocat din Portugalia**

Articolul 89.

Informații și publicitate

1. Avocatul poate face publică activitatea sa profesională într-o formă obiectivă, reală și demnă, respectând cu rigurozitate obligațiile de natură deontologice, secretul profesional și prevederile legale în materie de publicitate și concurență.

...

4 Sunt considerate acte ilicite de publicitate:

- a) Informații cu conținut persuasiv, ideologic, autolaudativ și comparativ;
- b) Referiri privind valoarea serviciilor, gratuități, sau modalitățile de plată.

- c) Mențiuni privind calitatea deosebită a serviciilor;
- d) Răspândirea unor informații eronate sau exagerate ;
- e) Promisiunea sau inducerea ideii de garantare a unor rezultate. ;
- f) Utilizarea publicității directe nesolicitate.

## **MAREA BRITANIE**

### **Codul de conduită al avocaților**

#### 7.01 Publicitate înșelătoare sau inexactă

Publicitatea nu trebuie să fie înșelătoare sau inexactă.

#### 7.02 Claritate (certitudine) cu privire la tarife

În orice publicitate referitoare la un avocat sau la o societate (cabinet) de avocatură, tarifele trebuie să fie clar exprimate. În ceea ce privește practica de la un birou în Anglia și Țara Galilor, trebuie să reiasă cu certitudine dacă TVA-ul sau alte taxe sunt incluse.

#### 7.03 Abordări nesolicitate (nedorite) direct sau prin telefon

(1) Publicitatea avocatului sau la o societate (cabinet) de avocatură nu trebuie să se facă prin abordări nesolicitate direct sau prin telefon a unui membru al publicului.

(2) Expresia „membru al publicului” nu include

- a) un client actual sau anterior;
- b) altă firmă (un altă societate, cabinet) sau conducătorul acesteia;
- c) o rețea profesională sau de afaceri prezentă sau viitoare; sau
- d) o entitate comercială sau un organism public.

#### 7.04 Aspecte internaționale referitoare la publicitate

Publicitatea destinată pentru o jurisdicție din afara Angliei sau Țării Galilor trebuie să fie în conformitate cu:

- a) prevederile art. 7 (și art.15.07, dacă este aplicabil); și
- b) prevederilor în vigoare referitoare la publicitate din acea jurisdicție.

Publicitatea destinată pentru o jurisdicție străină, unde este permisă publicitatea, nu trebuie să încalce art. 7.04, inclusiv în ce privește publicitatea întâmplătoare, în cazul unei jurisdicții în care nu este permisă publicitatea.

#### 7.05 Responsabilitatea pentru publicitate

Un avocat nu poate să autorizeze o altă persoană să efectueze publicitate pentru societatea sa (cabinetul) de avocatură sau pentru el fără respectarea art. 7 (și, dacă se aplică).

#### 7.06 Aplicare (Utilizare)

(1) Art. 7 se aplică pentru orice publicitate pe care avocatul sau societatea (cabinetul) de avocatură o efectuează sau o autorizează, în curs de înființare sau în desfășurare, referitoare la:

- a) societate (cabinet) sau la avocat
- b) orice altă activitate realizată de avocat sau de societate (cabinet); sau
- c) orice altă activitate realizată de alte persoane.

(2) Art. 7.01 – 7.05 se aplică tuturor formelor de publicitate, inclusiv în cazul formelor referitoare la numele sau descrierea cabinetului, articole de papetărie, reclame, broșuri, site-uri web, liste de înregistrări, apariții mass-media, comunicate de presă promoționale, și abordări directe a potențialilor clienți și altor persoane, indiferent dacă sunt realizate personal sau în scris ori în format electronic.

#### 7.07 Antetul, website-uri și e-mail-uri

(1) Antetul, website-urile (pagini de web) și e-mail-urile unei societăți sau ale unui practicant individual trebuie să cuprindă expresia „autorizat (reglementat) de Autoritatea de autorizare (reglementare) a avocaților” și fie:

a) denumirea și numărul societății, pentru societăți (persoane) cu răspundere limitată, sau  
b) numele și numărul sub care este înregistrat de Autoritatea de autorizare (reglementare) a avocaților, pentru forma de exercitare a profesiei care este parte a unui parteneriat sau își desfășoară activitatea individual.

(2)

a) Antetul unui practicant individual trebuie să cuprindă numele acestuia.

b) Antetul unei forme de exercitare a profesiei care este parte a unui parteneriat în care sunt cuprinși 20 de avocați sau mai puțini, trebuie să cuprindă o listă a acestora.

c) Antetul unei forme de exercitare a profesiei care este parte a unui parteneriat în care sunt cuprinși mai mult de 20 de avocați, trebuie să cuprindă:

(i) o listă a partenerilor; sau

(ii) o declarație referitoare la faptul că o listă a partenerilor este depusă pentru consultare la sediul acesteia.

d) Antetul unei societăți cu răspundere limitată trebuie să cuprindă fie:

(i) o listă a membrilor; sau

(ii) o declarație referitoare la faptul că o listă a membrilor este depusă pentru consultare la sediul acesteia, cu excepția cazului în care societatea își desfășoară activitatea sub alt nume decât numele său corporativ, caz în care antetul trebuie să cuprindă lista de membri.

e) Antetul unei companii cu un singur director trebuie să cuprindă numele și funcția persoanei care deține această funcție.

f) Antetul unei companii cu mai mult de un singur director trebuie să cuprindă fie:

(i) numele și funcția persoanelor care dețin această funcție; sau

(ii) o declarație referitoare la faptul că o listă a directorilor este depusă pentru consultare la sediul acesteia.

(3) În orice organism, dacă printre conducătorii sunt și alte persoane decât avocați, orice listă la care face referire acest articol, trebuie:

a) să cuprindă numele avocatului, identificat ca avocat;

b) în cazul unui avocat sau notar din statele în care se aplica directiva privind facilitarea exercitării cu caracter permanent a profesiei de avocat, de către avocați din afara UK:

(i) să cuprindă jurisdicția națională sau locală, după caz, în conformitate cu titlul profesional sub care practică;

(ii) să cuprindă titlul profesional în limba oficială a directivei

c) să cuprindă numele oricărei persoane neavocat, identificată ca neavocat; și

d) să cuprindă natura oricărei persoane juridice, dacă acesta nu reiese din numele său.

(3) Antetul de mai sus se aplică atât pe faxuri cât și pe scrisori.

## **FRANTA**

### **REGULAMENT DIN 25 IULIE 2001 PRIVIND PUBLICITATEA-EXTRAS**

#### **ARTICOLUL 1**

In sensul prezentului Regulament, se intelege prin :

1. Publicitate functionala : orice comunicare publica, ce are ca obiect, promovarea profesiei de avocat.
2. Publicitate personala : orice comunicare publica, oricare ar fi mijloacele utilizate, care urmareste cunasterea autorului sau sa ofere informatii asupra naturii si calitatii activitatii sale profesionale.
3. Racolarea : orice forma de publicitate asupra clientei, care depaseste simpla informare si care consta in oferta, la proprie initiativa a unor servicii juridice definite sau personalizate, adresat unei clientele ipotetice,

#### **ARTICOLUL 2**

Publicitatea functionala tine de competenta organelor profesionale.

Publicitatea personala este autorizata cu conditia respectarii legii, a prezentului Regulament si al ansamblului regulilor deontologice aplicabile profesiei de avocat.

#### **ARTICOLUL 3**

Publicitatea personala se realizeaza cu demnitate, probitate si discretie. Ea trebuie sa fie corecta si sa respecte secretul profesional si independenta avocatului.

Informatia data prin publicitate trebuie sa se limiteze la elemente obiective, de natura a putea fi verificate de Consiliul Ordinului sau de decan.

Fara a incalca prevederile Legii din 21 octombrie 20122, privind publicitatea inselatoare, mentiunile de natura comparativa sunt interzise.

#### **ARTICOLUL 4**

Avocatul va putea sa enumere materiile in care practica indeobste. El nu se va putea folosi de o anumita specializare decat daca aceasta i-a fost recunoscuta in aplicarea Regulamentului privind specializarea.

#### **ARTICOLUL 5**

Este interzisa orice publicitate care permite identificarea clientelei avocatului ori a cabinetului sau precum si a unor cazuri lucrate. De asemenea, avocatul nu poate mentiona numarul de cazuri, rezultatele obtinute, procentajul de reusita sau cifra sa de afaceri.

#### **ARTICOLUL 6**

Se interzice avocatului sa isi intemeieze publicitatea personala, in mod direct sau indirect pe conditiile financiare ale demersurilor sale care contravin demnitatii profesiei si care constituie politici de dumping.

#### **ARTICOLUL 7**

Barourile pot impune eventuala obligare a avocatilor de a transmite, in prealabil, orice proiect de publicitate pentru a fi autorizat.



## ARTICOLUL 8

Decanul poate interzice difuzarea unei publicitati sau sa dispuna încetarea acesteia, daca ea contravine prezentului Regulament, fără a aduce prejudicii antrenării răspunderii disciplinare a avocatului.

Decanul poate impune avocatului, să adreseze persoanelor care au primit materialul publicitar un text rectificativ aprobat de barou. De asemenea, în ipoteza unei publicități contrare prezentului Regulament, decanul poate dispune inserarea, în termenul și în condițiile pe care le va stabili, a unui text rectificativ, care va fi publicat în aceeași manieră ca și materialul publicitar, pe cheltuiala contravenientului.

În acest scop, avocații vor păstra lista destinatarilor materialelor de publicitate și o vor pune la dispoziția decanului.