

Francezii au aprins scânteia schimbărilor europene privind comunicarea în profesiile reglementate. Avocații au voie să își facă publicitate comercială

O lege recent intrată în vigoare permite avocaților să recurgă la instrumente de marketing variate, inclusiv publicitate comercială prin orice canale de comunicare

Deși erau printre cei mai conservatori europeni în privința apărării regulilor tradiționale privind inadmisibilitatea reclamei în avocatură, francezii au spart breșa acestei interdicții clasice la nivel UE. Legea nr. 344 din 17 martie 2014 privind consumul permite expres avocaților să recurgă la publicitate și solicitări personalizate.

Ceea ce este surprinzător în acest demers legislativ este faptul că a fost inițiat de Consiliul Național al Barourilor din Franța, dacă stăm să ne gândim că, în România, UNBR este principalul apărător al interdicției.

Articolul 13 din noua lege franceză introduce ca principiu general autorizarea publicității avocaților și a solicitărilor personalizate. Condițiile în care vor fi permise aceste forme de promovare vor fi stabilite prin Decret al Consiliului de Stat, care va modifica Regulamentul Interior Național al profesiei de avocat (RIN).

Motivele schimbărilor

Dispozițiile legii de abrogare a interdicției au fost motivate de necesitatea punerii în conformitate a reglementărilor naționale cu art. 24 din Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind serviciile în cadrul pieței interne, care prevede că statele membre trebuie să elimine toate interdicțiile totale cu privire la comunicările comerciale ale profesiilor reglementate. Motivele au inclus și considerentele Deciziei CJUE în Cauza C 119/09, care a estimat că interdicția pentru o profesie reglementată de a recurge la publicitate este contrară art 24 din Directiva 2006/123/CE. Deși această decizie se referă la contabili, avocații francezi i-au preluat considerentele în favoarea lor.

Directiva obligă statele să permită publicitatea avocaților prin orice mijloc de comunicare și prin orice tehnică de marketing, însă conținutul publicității poate să rămână în continuare reglementat. În considerentul 100 al Directivei se arată că “Este necesar să se înlăture interdicțiile totale în ceea ce privește comunicările comerciale pentru profesiile reglementate, nu prin eliminarea interdicțiilor asupra conținutului unei comunicări comerciale, ci prin eliminarea acelor interdicții care, în general, interzic pentru o anumită profesie una sau mai multe forme de comunicare comercială, cum ar fi publicitatea prin unul sau mai multe mijloace de comunicare în masă. În ceea ce privește conținutul sau metodele comunicării comerciale, este necesar ca profesioniștii să fie încurajați să elaboreze coduri de conduită la nivel comunitar, în conformitate cu legislația comunitară”.

Prin urmare, avocații francezi vor avea dreptul inclusiv la publicitate pe TV sau outdoor, precum și la orice alte instrumente de promovare, cu condiția respectării reglementărilor referitoare la caracterul onest și decent al publicității, precum și al principiilor concurenței loiale.

Limitele abordării directe

Alte dispoziții cu incidență în materia promovării avocaților constau în excluderea de sub incidența legii penale a metodelor de abordare directă folosite de avocați pentru a ajunge la potențialii clienți (art. 130, punctul XI, al.1 lit. b din Legea 344 din 17 martie 2014). Însă faptul că a fost scoasă de sub incidența dispozițiilor penale nu înseamnă că abordarea directă va fi permisă. Aceasta rămâne o practică ce poate escalada ușor principiile concurenței oneste, în condițiile în care are ca efect uzurparea titlului altui avocat.

Așa cum arată și concluzia Deciziei CJUE în Cauza C 119/09, „Dat fiind că atragerea clientele prin abordare directă constituie un mod specific de realizare a uneia dintre formele de comunicare comercială, și anume publicitatea, articolul 24 alineatul (1) din Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind serviciile în cadrul pieței interne trebuie interpretat în sensul că nu se opune unei reglementări a unui stat membru, cum este cea din cauza principală, în temeiul căreia este interzis experților contabili să efectueze orice demers nesolicitat cu scopul de a oferi serviciile lor unor terți, în măsura în care această reglementare este nediscriminatorie, justificată prin unul dintre motivele imperative de interes general citate cu titlu de exemplu la articolul 24 alineatul (2) din Directiva 2006/123 și proporțională.”

Efectele schimbărilor din Franța în restul Europei

Deși legea franceză nu poate avea efecte directe decât pe teritoriul Franței, efectele indirecte nu vor întârzia să apară în restul Europei, având în vedere eforturile Comisiei Europene de asigurare a climatului legal pentru îmbunătățirea mobilității serviciilor în cadrul pieței interne și de dereglementare a profesiilor liberale. În acest context, se poate spune că francezii au aprins scânteia schimbărilor privind comunicarea profesiilor reglementate.

Când vor începe să-și facă publicitate pe canalele internaționale, avocații din țările în care restricțiile mai persistă vor fi în dezavantaj și, foarte probabil, vor începe demersurile pentru schimbarea legislației în țara lor.

Altă soluție nu vor avea, având în vedere reglementările privind libera circulație a serviciilor. Sunt multe firme de avocatura franceze care au birouri în majoritatea statelor europene. Dacă firma mamă își va face publicitate la nivel european, renumele brandului se va extinde și în restul țărilor. Aceasta va pune în dezavantaj dezvoltarea profesiei în alte state. Însă, nimeni din restul Europei nu va putea ataca o firmă de avocatură franceză pentru publicitatea pe care și-o face la nivel european deoarece Directiva 2006/123/CE privind serviciile în cadrul pieței interne îi permite.

Să nu uităm că reglementările referitoare la profesia de avocat se aplică numai avocaților înscrși în barourile din țara respective.

Și atunci, ce va fi de făcut pentru evitarea distorsiunilor de concurență?

Următorul pas firesc va fi unificarea la nivel UE a reglementărilor privind comunicarea comercială a avocaților, așa cum s-a întâmplat și în celelalte domenii.

Ideea care stă la baza restricțiilor este aceea că renumele dobândit ca urmare a unei cariere de succes ar trebui să fie unicul criteriu de selecție a avocatului. Însă aceasta a devenit incompatibilă cu avocatura de business de astăzi, care de multe ori, se desfășoară la nivel global. Afacerile de astăzi au nevoie de suportul oferit de corporațiile de avocați iar complexitatea serviciilor oferite a făcut un salt atât de mare, încât reputația unui avocat sau a câtorva parteneri nu mai poate fi o garanție pentru reușita unei afaceri. Astăzi, astfel de restricții au ajuns o frână în calea dezvoltării profesiei, care rămâne în dezavantaj față de țările în care restricțiile au fost eliminate, ca să nu mai vorbim de americani, care au liber la publicitate încă din secolul trecut.

06 Mai 2014 | Monica Cercelescu

Articol preluat din: <http://www.bizlawyer.ro/stiri/piata-avocaturii/francezii-au-aprins-scanteia-schimbarilor-europene-privind-comunicarea-in-profesiile-reglementate-avocatii-au-voie-sa-isi-faca-publicitate-comerciala>

Menționăm că art. 13 din Legea nr. 344 din 17 martie 2014, adoptată de Parlamentul francez, prevede:

Articolul 3 bis al Legii nr. 71-1130 din 31 decembrie 1971, privind reforma anumitor profesii judiciare și juridice se completează cu două alineate, având următorul conținut:

«În condițiile ce vor fi prevăzute prin Decret al Consiliului de Stat, avocatul este autorizat să recurgă atât la publicitate cât și la abordări directe.

Orice prestație realizată în urma unei astfel de solicitări va face obiect al unui contract de asistență juridică».