

Avvocati, codice deontologico: via libera alla pubblicità online

Autore: Redazione

In: Notizie di diritto

L'utilizzo della piattaforma «Amica Card» da parte degli avvocati, in assenza della dimostrazione di elementi qualificanti, non è incompatibile con la deontologia e con il decoro della professione.

È quanto ha affermato il **Consiglio di Stato, sez. VI, con la sentenza n. 1164, depositata il 22 marzo 2016.**

Il caso.

Come noto, qualche tempo fa l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) infliggeva al Consiglio Nazionale Forense (CNF) una sanzione per la violazione dell'art. 101 TFUE contestando a quest'ultimo di aver posto in essere **condotte restrittive della concorrenza.**

Invero, il CNF, con due decisioni (parere n. 48/2012 e circolare n. 22/2006) considerava lesiva del decoro e della professione forense la **pubblicità online** (in particolare, sulla piattaforma "Amica Card") e reintroduceva la vincolatività dei **minimi tariffari.**

Il CNF, così, impugnava il provvedimento dell'AGCM avanti al Tar Lazio, il quale accogliendo parzialmente il ricorso, annullava l'atto impugnato con specifico riferimento alla qualificazione come illecita dell'adozione della circolare 22/2006.

Sia il CNF sia l'AGCM proponevano gravame al Consiglio di Stato.

La decisione

Il Consiglio di Stato ha ritenuto infondato il ricorso proposto dal CNF, il quale sosteneva che l'AGCM avrebbe dovuto agire nel rispetto delle modalità procedurali di cui all'art. 21-bis della l. n. 287/1990, poiché il CNF deve essere qualificato quale ente pubblico non economico e non, invece, un'associazione di imprese.

Ebbene, i giudici di Palazzo Spada hanno rilevato che il CNF, disciplinato dagli artt. 52 e ss. del R.D. n. 1578/1933, può svolgere sia attività amministrativa sia di **impresa**. Nel caso di specie, il Collegio ha precisato che le condotte assunte dal CNF devono essere ricondotte nell'alveo di "decisioni" e, quindi, di **attività di impresa**; infatti «la negazione di un diritto alla diffusione di una peculiare forma di pubblicità rappresenta, infatti, una condotta in grado di limitare l'ambito di mercato da parte di chi esercita la professione di avvocato».

Inoltre, nel merito, il Consiglio di Stato ha evidenziato che la piattaforma «Amica Card» ha lo scopo di mettere a disposizione dell'avvocato, verso il pagamento di un corrispettivo, un spazio online in cui lo stesso può «presentare l'attività professionale svolta e proporre uno sconto al cliente che decide di avvalersi dei suoi servizi. La circostanza che l'accesso sia assicurato a tutti gli utenti ovvero, come ritenuto dall'appellante, solo agli affiliati al circuito, non è di per sé, in assenza della dimostrazione di elementi qualificanti incompatibile con la deontologia e con il decoro della professione».

Finalmente, quindi, anche gli avvocati potranno sfruttare le potenzialità della rete senza incorrere in violazioni del codice deontologico.

<https://www.diritto.it/avvocati-codice-deontologico-via-libera-alla-pubblicita-online/>