

# I professionisti in rete

## LA CONSULENZA LEGALE ON-LINE E GLI AVVOCATI

di Maria Irma Ciaramella

### ■ La consulenza legale on line oggi

Quando nasce l'esigenza di regolare una fattispecie è perché, secondo ciò che normalmente accade, il fenomeno esiste già e si autogoverna.

Non fa eccezione nel mondo virtuale il "fenomeno" della consulenza legale on line che, è sufficiente una "navigazione" superficiale per comprenderlo, si manifesta attraverso uno spettro ricco e variegato di forme.

Prima di entrare nel vivo del problema, occorre, dunque, chiarire che cosa significhi "fare consulenza legale on line".

La consulenza legale on line, allo stato, consiste nella domanda inoltrata via e-mail dall'utente al sito che offre il servizio di consulenza: l'interrogazione è posta in modo sintetico e non prevede, normalmente, la possibilità di allegare documentazione che la supporti. L'esperto risponde al quesito ricevuto via e-mail. In molti siti che offrono questo tipo di servizio viene garantita una risposta in tempi rapidi: generalmente 48-72 ore lavorative.

La struttura, dunque, è semplice: un sito offre consulenza legale on line, l'utente si collega al sito (in alcuni casi accetta specificamente le condizioni generali del contratto di prestazione del servizio, se la prestazione è a titolo oneroso) decide le modalità di pagamento della stessa on line (mediante carta di credito) o off line (con il metodo tradizionale del bonifico bancario ad es.), quindi specifica chiaramente l'oggetto della sua richiesta fornendo i dati di fatto essenziali ed invia il quesito. L'esperto a sua volta inoltra la risposta all'indirizzo di posta elettronica dell'utente.

Un rapido sguardo alla rete consente di individuare una serie di soggetti che attualmente offrono servizi di consulenza legale on line.

Per grandi linee si possono sintetizzare per categorie:

- portali sia "generali" che "verticali"
- associazioni (ad es. di consumatori)
- società lato sensu di consulenza
- studi legali, o, comunque, avvocati.

I primi tre soggetti indicati possono legittimamente offrire consulenza legale (sia nel mondo virtuale che in quello reale), poiché fin dal 1975 la Corte di Cassazione (27 novembre, n. 3971 e Cass. 7 luglio 1987, n. 5906) chiariva che l'attività di consulenza legale non è riservata agli avvocati: chi abbia competenze e conoscenze, pur non essendo iscritto all'Albo degli Avvocati, può fare consulenza legale. La sola attività che resta riservata è quella della rappresentanza e difesa in giudizio.

Ma gli avvocati iscritti all'Albo possono offrire servizi di consulenza legale on line?

La questione è oggetto di vivo dibattito nell'ambito della categoria forense, e, anche se ad oggi non esiste una norma che ne faccia esplicito divieto, la risposta, secondo l'opinione prevalente, è da ritenersi negativa.

La tesi positiva trova autorevole sostenitore nel Consiglio dell'Ordine di Milano che, con il recentissimo parere, espresso in occasione della Seduta 25 maggio 2000-, ma datato 2 ottobre scorso, per primo, ha ritenuto lecita la consulenza degli avvocati on line, con alcune limitazioni che analizzeremo in seguito.

Il quadro è quantomai composito e la frammentazione delle opinioni al riguardo sembra far presagire che la soluzione del problema non sarà così scontata.

### ■ La bozza di Regolamento

La Commissione per la Revisione del Codice Deontologico, presieduta dall'Avv. Remo Danovi è stata investita della questione ed ha predisposto una bozza di Regolamento nella quale vengono ipotizzate le linee guida che gli Avvocati iscritti agli Albi devono seguire, al fine di evitare disuniformità e violazioni deontologiche.

La Bozza di Regolamento esplicita il divieto considerando la questione sotto due differenti profili. In primo luogo in relazione ai mezzi impiegati la lettera "B (rubricata "Devono Ritenersi Mezzi Vietati") contempla all'ultimo capoverso "l'utilizzazione di Internet per l'offerta di servizi e consulenze anche gratuite". Quindi è ribadito il divieto anche con riguardo ai contenuti:

al punto 2.) Quanto ai contenuti, lettera B) Devono ritenersi vietati e non possono essere indicati i seguenti dati "l'offerta comunque di servizi (in relazione a quanto disposto dall'art. 19 del Codice Deontologico" (cfr. ultimo capoverso).

Le fonti normative del divieto, quindi, a prescindere dalla Bozza di regolamento citata, che rappresenta, ad oggi un documento in fieri, andrebbero individuate negli art. 17 e 19 del Codice Deontologico Forense.

### ■ L'art. 17 del Codice Deontologico

Il divieto di utilizzare il "mezzo" internet per l'offerta di servizi, troverebbe, in modo implicito, la sua fonte nell'art 17 C.D. che, nella nuova formulazione (approvazione da parte del C.N.F. del 17 aprile 1997), disciplina le "Informazioni sull'esercizio professionale".

L'articolo in questione prevede che l'avvocato possa fornire informazioni sulla propria attività professionale, secondo criteri di correttezza e verità, rispetto della dignità e del decoro della professione e degli obblighi di segretezza e riservatezza.

Al punto I) l'articolo specifica i mezzi attraverso i quali tali informazioni possono essere offerti ai terzi e fra questi ricomprende le "reti telematiche anche a diffusione internazionale".

La nuova formulazione dell'art. 17 C.D. consente a chiare lettere, dunque, agli avvocati l'utilizzo di Internet per fornire informazioni circa la propria attività professionale (indirizzi e numeri telefonici, indicazione dei membri dello studio e loro curricula, etc.), ma nel concetto di "informazione" non può rientrare certamente l'esercizio dell'attività di consulenza, ed, infatti, la bozza di Regolamento chiarisce che l'utilizzo di Internet è consentito "nei limiti dell'informazione" (punto 1 lett. A).

Letto in questa luce il divieto sembrerebbe atterrenere al generico divieto di pubblicità: l'offerta di consulenza on line da parte dell'avvocato sembrerebbe costituire un illecito mezzo per ottenere visibilità e, quindi, un feed back di tipo pubblicitario.

La nuova formulazione dell'art. 17, peraltro è tutt'altro che pacifica: qualche Consiglio dell'Ordine propone il reinserimento nel corpo dell'articolo del precedente preambolo, nel quale espressamente si vietava all'avvocato di poter "pubblicizzare" la propria attività professionale (cfr. Verbale V Riunione del 22.03.2000 della Commissione per la revisione del Codice Deontologico Forense, pubblicato in Rass. Forense, 2000, 428, e, per una rassegna delle Osservazioni inviate al CNF dai singoli Consigli dell'Ordine, Rass. For. 2000, 1, pag. 155 e ss. gg.).

Appare difficile che questo orientamento pos-

sa trovare accoglimento in seno alla Commissione, in quanto il quadro normativo di riferimento in materia è puntualmente segnato.

Sin dalla sentenza, del 24 febbraio 1994 (Casado Coca vs. Spagna, 8/1993/403/481), infatti, la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, investita della questione della sanzione disciplinare inflitta al Casado Coca dal Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Barcellona, per avere pubblicato su un giornale locale un annuncio pubblicitario relativo al proprio studio legale, dichiarò l'applicabilità dell'art. 10 del Convenzione dei Diritti dell'Uomo. L'articolo in questione sancisce il principio della libertà di manifestare liberamente il pensiero e ricomprende la libertà di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza che vi possa essere ingerenza da parte delle autorità pubbliche. Secondo l'interpretazione della Corte, l'articolo 10 garantisce la libertà di espressione sic et simpliciter a prescindere dallo scopo per il quale si sia ricorsi ad una certa manifestazione del pensiero. La Corte ritenne che gli annunci (pubblicitari) dell'avvocato contenevano mere informazioni che, a prescindere dalla natura pubblicitaria degli stessi, avevano fornito a terzi indicazioni utili al fine di rendere più agevole il loro accesso alla giustizia. Nella sentenza in questione viene, per la prima volta, affermato il principio della pubblicità come mezzo a disposizione dei cittadini per conoscere le caratteristiche dei beni e dei servizi loro offerti, passibile di restrizioni solo in limitati casi.

Peraltro il principio enunciato dall'art. 10 della Convenzione trova un riscontro interno al nostro ordinamento nell'art. 21 della Carta Costituzionale.

Nello stesso solco si incunea la Direttiva 2000/31/CE (relativa a "taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno"), che, all'art. 8 (Professioni regolamentate) rovescia la prospettiva stabilendo:

1. Gli Stati membri provvedono affinché l'impiego di comunicazioni commerciali che costituiscono un servizio della società dell'informazione o ne sono parte, fornite da chi esercita una professione regolamentata, siano autorizzate nel rispetto delle regole professionali relative, in particolare, all'indipendenza, alla dignità, all'onore della professione, al segreto professionale e alla lealtà verso clienti e colleghi.
2. Fatta salva l'autonomia delle associazioni e organizzazioni professionali, gli Stati membri e la Commissione le incoraggiano a elaborare codici di condotta a livello comunitario che precisino le informazioni che possono essere for-

nite a fini di comunicazioni commerciali, nel rispetto del paragrafo 1.

3. Nell'elaborare proposte di iniziative comunitarie eventualmente necessarie per il buon funzionamento del mercato interno relativamente alle informazioni di cui al paragrafo 2, la Commissione tiene in debito conto i codici di condotta applicabili a livello comunitario, e agisce in stretta cooperazione con le pertinenti associazioni e organizzazioni professionali.
4. La presente direttiva integra le direttive comunitarie concernenti l'accesso alle attività delle professioni regolamentate e il loro esercizio.

Non bisogna poi dimenticare le indicazioni offerte dall'Autorità Antitrust Italiana. Con l'indagine conoscitiva sul settore degli Ordini e Collegi professionali indetta con provvedimento n° 2523 del 1° dicembre 1994 e conclusa con deliberazione del 3 ottobre 1997 l'Autorità riteneva, tra l'altro, ingiustificato il divieto di fare pubblicità alla luce dei principi della libera concorrenza.

Ma visto che la consulenza legale on line non può concretizzarsi in un'attività di informazione non è certamente nell'art. 17 che va ricercata la fonte immediata del divieto.

178

#### ■ L'art. 19 del Codice Deontologico

Il divieto va ricondotto in quello che, secondo l'orientamento prevalente, è il vero alveo del problema: la compatibilità dell'offerta a terzi indeterminati di consulenza e/o servizi fruibili on line, con l'art. 19 C.D.

L'art. 19 infatti disciplinando il cd. "Accaparramento di clientela" pone il divieto (per l'avvocato) di offerta di prestazioni professionali a terzi (indeterminati) e in genere vieta ogni attività volta all'acquisizione di rapporti di clientela mediante agenzie o procacciatori o altri mezzi illeciti.

La violazione della norma deontologica in questione è ritenuta "più grave della violazione del divieto di pubblicità, la prima offendendo essenzialmente la dignità e il decoro e la seconda toccando invece la riservatezza" (cfr. Remo Danovi "La pubblicità, la doppia deontologia e le modifiche al Codice Deontologico Forense" in Rass. For., 2000, 1, pag. 59).

In prima analisi, l'attività di consulenza legale on line, letta attraverso la lente dell'art. 19 C.D., sembrerebbe presentare le caratteristiche dell'offerta a terzi indeterminati di prestazioni professionali, e, come tale, allo stato, dovrebbe ritenersi vietata.

Tuttavia una analisi più approfondita del problema della consulenza legale via Internet condotta di recente dal Consiglio dell'Ordine di Mi-

lano perviene a conclusioni diverse.

#### ■ Il parere del Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Milano

Il parere espresso dal C.d.O. di Milano nella seduta 25 maggio 2000 prende in considerazione, alla luce degli art. 17, 18 e 19 C.D., l'offerta di consulenza legale on line, in quanto rappresenta "una situazione esplosa negli ultimi anni ed in relazione alla quale non è possibile trovare una specifica disposizione nel codice deontologico, né specifiche decisioni o pareri da parte dell'Ordine, che non può, peraltro - di fronte alle richieste dei colleghi - non affrontare il problema".

Il parere del C.d.O. di Milano parte da un'analisi della caratteristica di Internet, che è "un vero e proprio luogo d'incontro, in cui ciascuno può accedere tramite il proprio computer" alla ricerca di notizie. Ma Internet non è solo un contenitore di informazioni è anche un mezzo per l'utente per "contattare, interloquendo via e-mail, quei soggetti che già conosce o che, mai visti o sentiti, appaiono comunque avere da offrire qualcosa... (omissis) di suo interesse".

La vera novità dell'analisi risiede nell'affermazione che il contatto fatto da un fruitore della rete deriva sempre da un'iniziativa dell'utente: sotto questo punto di vista, da ritenersi essenziale, il C.d.O. ritiene che l'offerta di consulenza via Internet debba essere tenuta distinta dalla pubblicità vietata dal codice Deontologico, in quanto la pubblicità prevede l'esibizione del prodotto....

Quindi il C.d.O. di Milano ritiene che l'offerta di consulenza legale on line non rappresenti un fenomeno diverso rispetto, ad esempio, all'invio di brochures, attività di informazione consentita agli avvocati dall'art. 17 C.D., nella sua nuova formulazione, sempre che avvenga nel rispetto dei principi di correttezza, lealtà e decoro professionale.

Secondo l'interpretazione del C.d.O. di Milano anche queste non sono altro che una vera e propria dichiarazione di disponibilità (e di volontà) del Collega che le invia, ad essere contattato dai nuovi clienti, per offrire la propria consulenza. E' quindi assolutamente indifferente il mezzo attraverso il quale si attua l'offerta di consulenza, se con lettera, fax, telefono o e-mail.

La conclusione cui perviene il parere del C.d.O. di Milano è che l'offerta di consulenze on line non rientri nelle ipotesi disciplinate dall'art. 18 (che è riferito all'offerta di servizi a mezzo stampa o altri mezzi di diffusione) e dall'art. 19 ("offerta di prestazioni professionali a mezzo di agenzie, procacciatori o altri mezzi illeciti": non occorre spendere parole per escludere Internet

