

(dalla newsletter di deontologia forense del CNF del 10 giugno 2013)



Pubblicità informativa: i limiti della dignità e del decoro.
La pubblicità informativa deve essere svolta con modalità che non siano lesive della dignità e del decoro propri di ogni pubblica manifestazione dell'avvocato ed in particolare di quelle manifestazioni dirette alla clientela reale o potenziale.
Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Vermiglio, Rel. Damascelli), sentenza del 15 marzo 2013, n. 40
NOTA:
In senso conforme, tra le altre, Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Perfetti, Rel. Morlino), sentenza del 2 marzo 2012, n. 34.

I limiti alla "pubblicità" professionale dopo il c.d. Decreto Bersani.
La c.d. legge Bersani non consente una pubblicità indiscriminata, ma la diffusione di specifiche informazioni sull'attività, al fine di orientare razionalmente le scelte di colui che ricerchi assistenza, nella libertà di fissazione di compenso e della modalità del suo calcolo.
Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Vermiglio, Rel. Damascelli), sentenza del 15 marzo 2013, n. 40
NOTA:
In senso conforme, tra le altre, Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Vermiglio, Rel. Tacchini), sentenza del 29 novembre 2012, n. 170.

Intervista giornalistica e pubblicità deontologicamente vietata: rilevanza dell'elemento soggettivo.
In ipotesi di rilascio di interviste agli organi di stampa da parte dell'avvocato, non può comportare violazione deontologica l'intervista apparsa su un quotidiano quando si esclude "l'intenzionalità" dell'incolpato di farsi pubblicità in violazione delle norme deontologiche.
Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. Vermiglio, Rel. Damascelli), sentenza del 15 marzo 2013, n. 40
NOTA:

In senso conforme, Consiglio Nazionale Forense (Pres. f.f. VERMIGLIO – Rel. PISANO), sentenza del 22 settembre 2012, n. 121.