



Il Consiglio, nella seduta del 09.05.2024, ha adottato la seguente delibera:

... OMISSIS

13.1 Pubblicità degli studi legali e premi al “miglior avvocato” (Avv. ARRIGONI)

Il Consiglio, condivisa la relazione del consigliere ARRIGONI, che qui si trascrive:

“Costituisce prassi invalsa da tempo, peraltro già oggetto di segnalazione da più Consigli dell’Ordine e Consigli Distrettuali di Disciplina, istituire da parte di società, Enti od Istituzioni, anche di dubbia e non verificata serietà, premi o riconoscimenti ad Avvocati e Studi Legali.

Correlato a questo tema si colloca quello relativo alla prassi, sempre più in voga, di taluni Avvocati e Studi Legali di pubblicare sui canali social post nei quali sono evidenziate assegnazioni dei premi di cui sopra, qualificanti capacità professionali in singoli campi di operatività, oltre a comunicazioni nelle quali vengono evidenziati incarichi professionali, con indicazione dei nominativi dei Clienti e degli Avvocati che si sono occupati della pratica.

Pare evidente, con riferimento alla problematica della credibilità degli awards che occorrerebbe indagare quali siano gli oggettivi criteri di assegnazione dei premi, oltre alle oggettive capacità di valutazione di qualità professionali del soggetto che attribuisce tali premi.

Invero pare oramai notorio come le segnalazioni dei professionisti alle società che distribuiscono i premi sono il risultato di un rapporto anche di carattere economico che lega la società istitutrice del premio e l’Avvocato o lo Studio Legale beneficiato.

Pare indubbio che il tema della trasparenza del procedimento di assegnazione degli awards sia delicatissimo e debba essere attentamente vagliato.

Se un premio ha l’ambizione di individuare le eccellenze del mercato, il processo di assegnazione deve essere chiaro, oggettivo e trasparente, in modo da evitare il retropensiero che i premi vengano assegnati tenendo in considerazione i rapporti economici che sussistono tra coloro che assegnano i premi ed i premiati.

Alla mancanza di una procedura di valutazione trasparente si aggiunge il fatto che, a quanto risulta, i premi vengono spesso rilasciati a seguito della partecipazione a costosissime cerimonie di premiazione.

Il che ne inficia la validità, poiché se il premiato non partecipa alla cerimonia di premiazione non può ritirare il premio e, dunque, il premio è il risultato di un corrispettivo.

Inoltre, il costo delle cerimonie di premiazione può essere oneroso per gli Studi legali più piccoli e per i giovani Avvocati che vengono irrimediabilmente “tagliati fuori”.

La selezione, pertanto, prescinde il più delle volte, dalla qualità e competenza del Professionista ed il premio, assegnato con questi criteri obiettivamente discutibili, si trasforma in una leva pubblicitaria ingannevole.

Così come andrebbero verificate le pubblicazioni a pagamento di interviste al Professionista od articoli su riviste scientifiche, nelle ipotesi in cui venga omessa la specificazione che la pubblicazione è soggetta al pagamento da parte dell'Avvocato intervistato od autore dell'articolo.

Da ultimo il tema dell'uso inopportuno da parte di taluni Avvocati dei canali social, utilizzati quali strumenti pubblicitari volti a magnificare successi professionali, con indicazione dei nominativi dei Clienti coinvolti, imporrebbe controlli e richiami, oltre che la conseguente sottoposizione a procedimenti disciplinari in quelle situazioni nelle quali si ravvisi la violazione del Codice Deontologico (articoli 35 e 37 C.D.F.)”;

tanto premesso

DELIBERA

di sottoporre il tema al CNF, con invito all'organo superiore a voler valutare l'adozione delle iniziative ritenute più opportune.

Busto Arsizio, 14.05.2024

IL CONSIGLIERE SEGRETARIO

Avv. Davide Toscani

