

BGE 150 II 217

Bundesgericht (BGE), 2023-11-28, IT

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge_150 II 217](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge_150%20II%20217)

FR: ATF 150 II 217

IT: DTF 150 II 217

Regeste

Regeste Art. 12 lit. d BGFA; Zulässigkeit und Grenzen der Anwaltswerbung; undifferenzierter Massenversand von Newslettern. Inhalt und Grenzen der Anwaltswerbung: Sie muss nicht nur massvoll sein und sich auf objektive Tatsachen beschränken, sondern auch dem Informationsbedürfnis des Publikums entsprechen (E. 4.1). Anwendungsbereich der Standesregeln (E. 4.2). Der Versand eines Newsletters zur Bekanntmachung eines Anwalts oder einer Anwaltskanzlei ist zwar grundsätzlich möglich, sein Inhalt muss sich jedoch auf objektive Informationen beschränken (E. 5.2). Undifferenzierte Massensendungen sind nicht zulässig (E. 5.4). Konkret: Verletzung von Art. 12 lit. d BGFA (E. 5.4-5.6).

Volltext

Urteilkopf 150 II 217 19. Estratto della sentenza della II Corte di diritto pubblico nella causa A. e consorti contro Commissione di disciplina degli avvocati del Cantone Ticino (ricorso in materia di diritto pubblico) 2C_1006/2022 del 28 novembre 2023 Regeste Art. 12 lit. d BGFA ; Zulässigkeit und Grenzen der Anwaltswerbung; undifferenzierter Massenversand von Newslettern. Inhalt und Grenzen der Anwaltswerbung: Sie muss nicht nur massvoll sein und sich auf objektive Tatsachen beschränken, sondern auch dem Informationsbedürfnis des Publikums entsprechen (E. 4.1). Anwendungsbereich der Standesregeln (E. 4.2). Der Versand eines Newsletters zur Bekanntmachung eines Anwalts oder einer Anwaltskanzlei ist zwar grundsätzlich möglich, sein Inhalt muss sich jedoch auf objektive Informationen beschränken (E. 5.2). Undifferenzierte Massensendungen sind nicht zulässig (E. 5.4). Konkret: Verletzung von Art. 12 lit. d BGFA (E. 5.4-5.6).
Sachverhalt ab Seite 218 BGE 150 II 217 S. 218 A.a In seguito ad una segnalazione dell'avv. E. all'Ordine degli avvocati del Cantone Ticino, secondo cui una società, sua cliente, aveva ricevuto - allorché non aveva dato il suo consenso, il suo indirizzo e-mail e i suoi dati personali, e non era nemmeno stata interpellata in altro modo - in due occasioni delle newsletter da parte dello studio legale e notarile F. contenenti essenzialmente recenti sviluppi legislativi e giurisprudenziali rientranti nel campo di competenza dell'attività dello studio legale, la Commissione di disciplina degli avvocati del Cantone Ticino (di seguito: la CAVv) ha aperto, il 23 ottobre 2019, un procedimento disciplinare per possibile violazione del divieto di accaparramento di clienti mediante pubblicità (art. 12 lett. d della legge federale del 23 giugno 2000 sulla libera circolazione degli avvocati [LLCA; RS 935.61]) nei confronti degli avv. A., B., C. e D. A.b Il 19 maggio 2020 la CAVv ha inflitto ai quattro avvocati una multa disciplinare di fr. 600.- ciascuno per violazione delle regole professionali in materia di pubblicità. Ha considerato, in sostanza, che le controverse newsletter, inviate sia a clienti che non clienti dello studio legale, avevano connotazioni intrusive ed eccessive. Al culmine di un iter ricorsuale che non occorre qui rievocare, il 12 ottobre 2021 la CAVv ha confermato le multe inflitte. B. Il 7 novembre 2022 il Tribunale

amministrativo cantonale, in parziale accoglimento del gravame esperito dai quattro avvocati, ha annullato e riformato la decisione della Commissione del 12 ottobre 2021 nel senso che nei loro confronti veniva pronunciato un ammonimento. C. Il 9 dicembre 2022 gli avv. A., B., C. e D. hanno adito il Tribunale federale con un ricorso in materia di diritto pubblico, il quale è stato respinto con sentenza odierna. (riassunto) Erwägungen Dai considerandi: 4. Oggetto di disamina è la misura disciplinare inflitta ai ricorrenti per violazione dell'art. 12 lett. d LLCA, norma che disciplina la facoltà per l'avvocato di pubblicizzare i servizi offerti. 4.1 In applicazione di questa disposizione, che consacra il principio dell'ammissibilità della pubblicità, l'avvocato può pubblicizzare i servizi offerti, sempreché la pubblicità si limiti a fatti oggettivi e risponda ai bisogni d'informazione del pubblico (DTF 139 II 173 BGE 150 II 217 S. 219 consid. 2.2; sentenza 2C_985/2021 del 16 novembre 2022 consid. 4.3). In virtù dei criteri dell'oggettività e dei bisogni d'informazione del pubblico - i quali si riferiscono alla giurisprudenza federale anteriore alla LLCA tuttora pertinente (DTF 139 II 173 consid. 6.2.1) - una pubblicità moderata e accurata dal punto di vista dei fatti soddisfa i bisogni d'informazione del pubblico ed è ammissibile (DTF 139 II 173 consid. 6.2.2). 4.1.1 Come ben ricordato dalla Corte cantonale, il criterio dell'oggettività comprende restrizioni più severe rispetto al precetto di lealtà contenuto nella legge federale del 19 dicembre 1986 contro la concorrenza sleale (LCSI; RS 241). Detto criterio impone una certa moderazione nel senso che la pubblicità dell'avvocato, la quale deve presentare un carattere informativo, deve invece rinunciare a metodi sensazionalistici, eccessivi e spropositati. Queste restrizioni concernono sia il contenuto che le forme e i metodi di pubblicità dell'avvocato (DTF 139 II 173 consid. 6.2.2; sentenza 2C_901/2019 del 25 agosto 2020 consid. 4.4.2 e richiami). 4.1.2 Per quanto riguarda la nozione di "bisogni d'informazione del pubblico", la stessa fa riferimento essenzialmente alle informazioni relative allo studio legale, ai suoi campi di attività, ai dati di contatto come anche ad indicazioni complementari, ad esempio, se lo stesso si occupa di "consulenza e di rappresentanza in giudizio". A seconda del luogo in cui la pubblicità deve esplicare effetto, i bisogni d'informazione del pubblico possono essere più o meno importanti (sentenza 2C_259/2014 del 10 novembre 2014 consid. 2.3.2). Il Tribunale federale, che ha già avuto modo di pronunciarsi su tale problematica, ha ad esempio giudicato che un'insegna luminosa di 9,40 m sulla quale figurava il nome dello studio legale, apposta sulla facciata di un edificio in cui esso era situato e che si affacciava su un'arteria molto frequentata, non rispondeva ai bisogni d'informazione del pubblico perché le caratteristiche dell'insegna, le sue dimensioni e la sua situazione non soddisfacevano il requisito della moderazione esatto per la pubblicità (DTF 139 II 173 consid. 7.2). Allo stesso modo ha osservato che dei flash pubblicitari di otto secondi, che proiettavano il nome dello studio legale, il suo logo e uno slogan pubblicitario su delle insegne illuminate di diversi metri quadrati, sette o otto volte durante una partita di hockey su ghiaccio, non costituivano, visti i metodi sensazionalistici utilizzati, una pubblicità appropriata durante una tale manifestazione (sentenza 2C_259/2014 già citata consid. 3.2). BGE 150 II 217 S. 220 4.1.3 Come ben osservato dal Tribunale cantonale amministrativo, sebbene l'indeterminatezza dei criteri legali ("fatti oggettivi" - "bisogni d'informazione del pubblico"), voluta dal legislatore, possa rendere più arduo tracciare un limite tra pubblicità lecita e illecita in un caso concreto, essa permette nondimeno di trovare una soluzione che si adatta alle particolarità concrete della situazione nonché all'evoluzione delle concezioni (DTF 139 II 173 consid. 6.3.1 e 6.3.2 e richiami). 4.2 Anche se la LLCA disciplina esaustivamente le regole professionali concernenti l'esercizio dell'avvocatura, le norme

deontologiche possono contribuire a concretizzarle, ma solo in quanto esprimano un'opinione ampiamente diffusa a livello nazionale (DTF 144 II 473 consid. 4.4 e sentenza 2C_101/2023 dell'11 maggio 2023 consid. 7.1 e rispettivi richiami). Giusta l' art. 16 cpv. 2 del Codice svizzero di deontologia della Federazione Svizzera degli Avvocati del 10 giugno 2005 (di seguito: CSD), nella versione in vigore quando la Corte cantonale si è pronunciata, la pubblicità dell'avvocato, autorizzata, deve essere veritiera, rapportarsi in maniera corretta con l'attività professionale e salvaguardare il segreto professionale. Nell'attuale versione del CSD, in vigore dal 1° luglio 2023, il nuovo art. 25 CSD non differisce fundamentalmente dal previgente art. 16 siccome sancisce che l'avvocato può fare pubblicità, la quale deve, segnatamente, essere veritiera, oggettivamente connessa alla sua attività professionale nonché rispettare il segreto professionale. 5. Nella fattispecie è incontestato che ai sensi dell'art. 12 lett. d LLCA e del previgente art. 16 cpv. 2 CSD (attuale art. 25 CSD) gli avvocati possono fare pubblicità per il loro studio legale. È altresì indubbio che l'invio delle controverse newsletter costituisce una pubblicità ai sensi di citate disposizioni e che quest'ultima soddisfa il criterio dell'oggettività. Dibattuto è invece il quesito di sapere se dette newsletter corrispondano ai bisogni d'informazione del pubblico. Il Tribunale federale infatti non si è ancora espresso sulla questione di sapere se l'invio da parte di un avvocato ai propri clienti di simili documenti è conforme al sopramenzionato criterio. 5.1 A parere dei ricorrenti che citano alcuni contributi dottrinali, segnatamente WALTER FELLMANN (in *Kommentar zum Anwaltsgesetz, Bundesgesetz über die Freizügigkeit der Anwältinnen und Anwälte [...]*, 2 a ed. 2011, n. 115d ad art. 12 LLCA) il quale da parte sua si richiama alla dottrina tedesca, in particolare a MARTIN W. HUFF (Die BGE 150 II 217 S. 221 *zielgruppenorientierte Werbung von Rechtsanwälten - ein zulässiges Werbeinstrument*, *Neue Juristische Wochenschrift [NJW]* 2003, fascicolo 49, pagg. 3525), l'invio di newsletter da parte di un avvocato costituirebbe della pubblicità mirata che risponderebbe a un bisogno d'informazione del pubblico e sarebbe quindi lecita. 5.2 Se la dottrina non esclude che si possa, in linea di principio, inviare una newsletter, un opuscolo o una lettera circolare al fine di far conoscere un avvocato o uno studio legale, gli autori divergono invece riguardo alle esigenze - relative al contenuto e ai destinatari - che detti invii devono soddisfare al fine di ossequiare il criterio dei bisogni d'informazione del pubblico. Per quanto riguarda il contenuto, la dottrina ritiene in modo unanime che solo delle informazioni oggettive sono ammissibili, ad eccezione di qualsiasi accenno ai clienti, al volume degli affari o ai risultati raggiunti (vedasi, ad esempio, MICHEL VALTICOS in *Commentaire romand, Loi sur les avocats*, 2 a ed. 2022, n. 198 ad art. 12 LLCA). Per quanto concerne invece i destinatari le opinioni divergono. Taluni autori (BOHNET/MARTENET *Droit de la profession d'avocat*, 2009, pag. 625 n. 1528; VALTICOS, *op. cit.*, n. 201 ad art. 12 LLCA ; ALAIN WURZBURGER, *L'avocat et la publicité*, in *L'avocat moderne*, 1998, pag. 240; ATTILIO RAMPINI, "Siti internet, newsletter e mailings di uno studio legale", in 3 a ed. della *Maratona del Diritto dell'Ordine degli Avvocati del Canton Ticino*, 22 novembre 2019, pagg. 6-7; VALTICOS/JACQUEMOUD-ROSSARI, *La jurisprudence de la Commission du barreau 1998-2002*, SJ 2003 II p. 256) considerano che procedere a degli invii individualizzati - mandare cioè simili documenti a clienti attuali e relazioni commerciali per i quali il contenuto potrebbe essere d'interesse o che ne avrebbero fatto richiesta - è ammissibile, mentre un invio indifferenziato ("mailing"), ossia a destinatari sconosciuti o non precisati non rispetterebbe invece i bisogni d'informazione del pubblico (vedasi anche *Ordre des Avocats de Genève, Publicité des avocats, Vade-mecum*, version mai 2021, n. 5 e 6). Altri

autori (di cui alcuni rinviano alla dottrina tedesca citata dai qui ricorrenti) sono invece del parere che una spedizione generalizzata sia ammissibile (BENOÎT CHAPPUIS, *La profession d'avocat*, Tome II, *La pratique du métier: De la gestion d'une étude et la conduite des mandats à la responsabilité de l'avocat*, 2 a ed. 2017, pag. 112 lett. d; ANDREA SCHÜTZ, *Anwaltswerbung in der Schweiz - UWG als Alternative zu Art. 12 lit. d BGFA?*, 2010, pag. 373 e rinvii dottrinali; WALTER FELLMANN, *Anwaltsrecht*, 2 a ed. 2017, n. 429 e 431). BGE 150 II 217 S. 222 In ogni caso l'invio non dev'essere tale da infastidire i destinatari, in particolare a causa della frequenza, del carattere intrusivo o ancora del contenuto. Ad esempio non è immaginabile che un avvocato spedisca delle informazioni sul diritto del divorzio o concernente il diritto delle successioni a persone che non l'hanno mai sollecitato al riguardo (CHAPPUIS, op. cit., pag. 112; BOHNET/MARTENET, op. cit., pag. 626 seg.; RAMPINI, op. cit., pag. 7).

5.3 Nella fattispecie, per quanto concerne i bisogni d'informazione del pubblico, il Tribunale cantonale amministrativo ha ritenuto che le newsletter trattavano di temi disparati ed erano state inviate indistintamente a tutti i clienti - attuali o meno - dello studio legale. Dell'avviso dei Giudici ticinesi, un invio generalizzato a tutti coloro che si erano rivolti allo studio legale per pratiche che non necessariamente attingevano alle materie affrontate nelle newsletter e che, inoltre, non avevano acconsentito a riceverle non era ammissibile. Infatti, una tale pubblicità, indirizzata a un largo pubblico, era, secondo loro, illecita poiché suscettibile di indurre le persone a sollecitare i servizi dell'avvocato anche quando non ne avrebbero bisogno. Senza poi trascurare le implicazioni dal profilo della legge federale contro la concorrenza sleale. Essi sono quindi giunti alla conclusione che l'invio delle controverse newsletter non rispondeva ai bisogni d'informazione del pubblico e disattendeva quindi l'art. 12 lett. d LLCA. Non veniva invece preso in considerazione l'invio delle newsletter a un terzo non cliente dello studio legale (in casu alla cliente dell'avvocato E.), siccome risultava trattarsi di un caso isolato, riconducibile ad un errore ammesso dai ricorrenti, non invece ad un invio mirato.

5.4 Considerati i fatti accertati senza arbitrio dall'autorità precedente, vincolanti per il Tribunale federale (art. 105 cpv. 1 LTF ; cfr. consid. 3.3 non pubbl.), ossia che le newsletter litigiose sono state inviate a tutti i clienti passati e attuali dello studio legale senza tenere conto dei motivi per i quali si sono rivolti allo studio legale, l'opinione del Tribunale cantonale amministrativo - che ravvisa in questi invii di massa indifferenziati una pubblicità illecita che disattende l'art. 12 let. d LLCA - appare corretta e va pertanto confermata. Al riguardo va sottolineato in particolare che i destinatari delle newsletter non avevano manifestato il loro interesse né dato il loro consenso alla ricezione delle stesse, il cui contenuto non si limitava a informazioni specifiche sullo studio legale ma affrontava più argomenti giuridici che non avevano nulla a che vedere con i motivi per i quali dette BGE 150 II 217 S. 223 persone si erano rivolte allo studio legale. In accordo con la dottrina maggioritaria, una tale pubblicità non combacia con i bisogni d'informazione del pubblico, i quali devono essere più mirati, e non rispetta quindi le esigenze della giurisprudenza illustrate in precedenza (cfr. supra consid. 4). Il Tribunale cantonale amministrativo non ha quindi disatteso il diritto federale giungendo alla conclusione che gli invii litigiosi violano l'art. 12 lett. d LLCA.

5.5 Gli argomenti sollevati dai ricorrenti in proposito non permettono di giungere ad un'altra conclusione. Innanzitutto perché in quanto affermano che gli invii contestati adempivano le esigenze della pubblicità mirata, ciò non è affatto il caso, come già osservato in precedenza (cfr. non pubbl. consid. 3.3). Poi, perché i contributi dottrinali da loro richiamati (cfr. supra consid. 5.1) non appaiano pertinenti in concreto. In effetti, anche se gli autori citati argomentano in favore dell'ammissibilità di una "zielgruppenorientierte

Werbung" - di cui la newsletter litigiosa sarebbe un esempio - essi ritengono tuttavia che una tale pubblicità deve essere inviata ad un gruppo preciso di destinatari, cioè potenziali clienti determinati in base agli ambiti nei quali lo studio legale si è specializzato (cfr. HUFF, op. cit., pag. 3525 e gli altri autori citati). Ne discende che la loro opinione non è d'interesse nella fattispecie perché gli invii litigiosi sono stati effettuati senza stabilire con precisione la cerchia dei potenziali interessati (cfr. consid. 3.3 non pubbl.). 5.6 In conclusione, è senza contravvenire al diritto federale che i Giudici cantonali hanno ritenuto che i ricorrenti avevano violato l'art. 12 lett. d LLCA. Le censure sollevate in proposito non possono dunque che essere scartate.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.