



Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Catania

CIRCOLARE AGLI ISCRITTI

Oggetto: Accaparramento di clientela, rapporti con gli organi di informazione e utilizzo dei social media — Prontuario dei comportamenti non conformi ai sensi degli artt. 9, 13, 17, 18, 35, 36, 37 e 52 del Codice Deontologico Forense.

Il Consiglio, nell'esercizio delle proprie funzioni di vigilanza deontologica sugli iscritti ai sensi dell'art. 29 della L. n. 247/2012, rende noto che intende assicurare un'attività di monitoraggio sull'osservanza delle disposizioni in materia di informazione professionale, accaparramento di clientela e rapporti con gli organi di informazione e i social media.

Ai sensi dell'art. 50, co. 4, della L. n. 247/2012, la notizia di condotte integranti illecito disciplinare sarà trasmessa al Consiglio Distrettuale di Disciplina, quale organo competente per l'esercizio del potere disciplinare.

La presente illustra, a titolo esemplificativo, le fattispecie ricorrenti e i comportamenti non conformi in materia di informazione professionale, accaparramento di clientela, rapporti con gli organi di informazione e utilizzo dei social media, sulla base del testo vigente del Codice Deontologico Forense e della giurisprudenza disciplinare del CNF. Le disposizioni richiamate si applicano anche ai praticanti, ai sensi dell'art. 2, co. 2, CDF.

2. Quadro normativo di riferimento

Le norme deontologiche rilevanti, nell'ordine sistematico del Codice, sono le seguenti.

Art. 9 CDF — *Doveri di probità, dignità, decoro e indipendenza.* L'avvocato deve esercitare l'attività professionale con indipendenza, lealtà, correttezza, probità, dignità, decoro, diligenza e competenza, rispettando i principi della corretta e leale concorrenza. Tali doveri operano anche al di fuori dell'attività professionale, quando ne risulti compromessa la reputazione personale o l'immagine della professione forense (art. 2, co. 1, CDF). Non è prevista sanzione autonoma: si applicano gli artt. 21 e 22 CDF secondo gravità.

Art. 13 CDF — *Dovere di segretezza e riservatezza.* L'avvocato è tenuto, nell'interesse del cliente e della parte assistita, alla rigorosa osservanza del segreto professionale e al massimo riserbo su fatti e circostanze in qualsiasi modo apprese nell'attività di rappresentanza e assistenza in giudizio,

nonché nello svolgimento dell'attività di consulenza legale e di assistenza stragiudiziale. Il dovere permane anche nei confronti degli ex clienti.

Art. 17 CDF — *Informazione sull'esercizio dell'attività professionale.* È consentita l'informazione sulla propria attività professionale, sull'organizzazione dello studio, sulle specializzazioni e sui titoli scientifici e professionali posseduti. Le informazioni diffuse pubblicamente con qualunque mezzo, anche informatico, devono essere trasparenti, veritiere, corrette, non equivocate, non ingannevoli, non denigratorie o suggestive e non comparative, e devono fare riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale.

Art. 18 CDF — *Doveri nei rapporti con gli organi di informazione.* Nei rapporti con gli organi di informazione l'avvocato deve ispirarsi a criteri di equilibrio e misura, nel rispetto dei doveri di discrezione e riservatezza. Con il consenso della parte assistita, e nell'esclusivo interesse di quest'ultima, può fornire notizie purché non coperte dal segreto di indagine. È tenuto in ogni caso ad assicurare l'anonimato dei minori.

Art. 35 CDF — *Dovere di corretta informazione.* L'avvocato che dà informazioni sulla propria attività professionale, quali che siano i mezzi utilizzati, deve rispettare i doveri di verità, correttezza, trasparenza, segretezza e riservatezza. Non deve dare informazioni comparative con altri professionisti né equivocate, ingannevoli, denigratorie o suggestive, né che contengano riferimenti a titoli, funzioni o incarichi non inerenti l'attività professionale. Non è consentita l'indicazione di nominativi di professionisti o terzi non organicamente collegati allo studio (co. 6). Nelle informazioni al pubblico non deve indicare il nominativo dei propri clienti o parti assistite, ancorché questi vi consentano (co. 8). Le forme e modalità dell'informazione devono in ogni caso rispettare dignità e decoro (co. 9). La violazione comporta la censura (co. 10).

Art. 36 CDF — *Divieto di attività professionale senza titolo e di uso di titoli inesistenti.* Costituisce illecito disciplinare l'uso di un titolo professionale non conseguito, nonché agevolare o rendere possibile a soggetti non abilitati o sospesi l'esercizio abusivo dell'attività di avvocato. La violazione del co. 1 comporta la sospensione da sei mesi a un anno; quella del co. 2 la sospensione da due a sei mesi.

Art. 37 CDF — *Divieto di accaparramento di clientela.* L'avvocato non deve acquisire rapporti di clientela a mezzo di agenzie o procacciatori o con modi non conformi a correttezza e decoro (co. 1); non deve corrispondere provvigioni per la presentazione di clienti (co. 2); è vietata l'offerta di omaggi o vantaggi per ottenere incarichi (co. 3); è vietato offrire le proprie prestazioni al domicilio degli utenti o in luoghi pubblici (co. 4); è vietato offrire, senza esserne richiesti, una prestazione personalizzata rivolta a soggetto determinato per uno specifico affare (co. 5). La violazione comporta

la censura (co. 6).

Art. 52 CDF — *Divieto di uso di espressioni offensive o sconvenienti.* L'avvocato deve evitare espressioni offensive o sconvenienti negli scritti e nell'esercizio dell'attività professionale nei confronti di colleghi, magistrati, controparti o terzi. La ritorsione, la provocazione o la reciprocità delle offese non escludono la rilevanza disciplinare. La violazione comporta la censura.

Art. 57 CDF — *Rapporti con organi di informazione e attività di comunicazione.* Fatte salve le esigenze di difesa della parte assistita, l'avvocato non deve, nei rapporti con gli organi di informazione e in ogni attività di comunicazione: fornire notizie coperte dal segreto di indagine; spendere il nome dei propri clienti e assistiti; enfatizzare le proprie capacità professionali; sollecitare articoli o interviste; convocare conferenze stampa. Deve assicurare l'anonimato dei minori. La violazione comporta la sospensione da due a sei mesi (co. 3) — la sanzione più severa tra quelle rilevanti in questa materia.

Art. 7 CDF — *Responsabilità per atti di associati, collaboratori e sostituti.* L'avvocato è personalmente responsabile delle condotte, determinate da suo incarico, ascrivibili ad associati, collaboratori e sostituti, salvo che il fatto integri una loro esclusiva e autonoma responsabilità.

3. Principi ricavabili dalla giurisprudenza disciplinare del CNF

I seguenti principi, consolidati nella giurisprudenza del Consiglio Nazionale Forense, costituiscono il parametro interpretativo delle fattispecie di cui alla sezione 4.

a) Irrilevanza del mezzo utilizzato. Le norme deontologiche si applicano uniformemente a qualunque forma di comunicazione — sito web, newsletter, social network, podcast, testate online, comunicati stampa, rubriche su periodici. La scelta del canale non incide sul disvalore della condotta (CNF, sent. n. 177/2023). In senso conforme, con riferimento al sito web, CNF n. 65/2022; con riferimento allo schermo formale di terzi e ai contenuti redazionali, CNF n. 259/2025.

b) Sufficienza del tentativo. Non è necessario che la clientela sia stata effettivamente acquisita: è sufficiente che la condotta sia idonea e potenzialmente rivolta all'acquisizione (CNF n. 177/2023; CNF n. 130/2024; CNF n. 217/2020; in senso conforme, Cass. SS.UU. n. 8038/2018).

c) Inderogabilità del divieto di menzione dei clienti. Il divieto ex art. 35, co. 8, CDF non è derogabile né dal consenso degli interessati né dal fatto che l'informazione sia già di pubblico dominio; non può essere aggirato riproducendo, in chiave promozionale, articoli o contenuti di terzi che rechino quell'informazione (CNF, sent. n. 294/2024).

d) Divieto di pubblicità occulta tramite schermo formale di terzi. Costituisce illecito deontologico la condotta dell'avvocato che, tramite lo schermo formale di un terzo — un articolo presentato come redazionale ma in realtà commissionato, un soggetto non iscritto all'albo che diffonda il messaggio promozionale — realizzi una comunicazione che, se effettuata direttamente, violerebbe l'art. 35 CDF;

l'interposizione formale non esclude la responsabilità dell'avvocato beneficiario (CNF, sent. n. 259/2025).

e) Responsabilità per delega incauta. La gestione dei profili social affidata a collaboratori o dipendenti non esclude la responsabilità dell'avvocato per culpa in eligendo e in vigilando, anche in caso di errore umano e di successiva rimozione del contenuto, salva la prova di esclusiva e autonoma responsabilità del delegato in condotta abnorme e imprevedibile (art. 7 CDF; CNF n. 177/2023).

f) Irrilevanza della gratuità della prestazione offerta. Integrano accaparramento anche l'offerta di prestazioni gratuite o a compenso condizionato al risultato, quando rivolte, senza richiesta, a soggetti determinati per uno specifico affare (CNF, sent. n. 177/2023; CNF, sent. n. 276/2023). In senso conforme, sull'accaparramento tramite pubblicità suggestiva collegata a un evento tragico, CNF n. 109/2024.

g) Distinzione tra informazione e promozione. L'invito pubblico sui social a intraprendere un'azione legale integra accaparramento ove presenti finalità acquisitiva prevalente rispetto a quella informativa (CNF, sent. n. 81/2022).

4. Prontuario dei comportamenti non conformi

Le fattispecie elencate integrano, sulla base del diritto vivente disciplinare, un comportamento ad elevato rischio disciplinare.

Per ciascuna sono indicate la norma di riferimento e, ove disponibile, il precedente giurisprudenziale pertinente, con l'avvertenza che l'elenco ha carattere esemplificativo.

A. INFORMAZIONE SULL'ATTIVITÀ PROFESSIONALE (ARTT. 17, 35 E 36 CDF)

A.1. Pubblicità comparativa, elogiativa o suggestiva — Comunicazioni nelle quali si attui un confronto con altri professionisti, si vantino risultati conseguiti o usino toni suggestivi idonei a condizionare la scelta del potenziale cliente, come, ad esempio, il raffronto esplicito con le tariffe o i risultati di altri professionisti, l'uso di superlativi riferiti alla propria competenza ("il migliore", "leader del settore"), o il richiamo a percentuali di successo nelle cause trattate (art. 17, co. 2, e art. 35, co. 2, CDF). In senso conforme CNF n. 23/2019.

A.2. Riproduzione a fini promozionali di articoli di stampa — Condividere, ripostare o citare articoli o rassegne stampa che menzionino clienti o operazioni dello studio, con finalità autocelebrativa o promozionale, anche quando il contenuto originario provenga da terzi (art. 35, co. 8, CDF; CNF n. 294/2024).

A.3. Indicazione dei nominativi dei clienti o parti assistite — Comunicare pubblicamente, con finalità promozionale o autocelebrativa, su siti, social, newsletter, comunicati stampa o qualunque altro canale — il nome o l'identità dei propri clienti o parti assistite, ancorché questi vi acconsentano

e ancorché il nominativo sia già noto al pubblico (art. 35, co. 8, CDF; CNF n. 294/2024). Il divieto colpisce l'iniziativa comunicativa dell'avvocato che renda nota o valorizzi la relazione professionale; non impedisce che il ruolo di difensore in un procedimento risulti, per fonte indipendente (atti processuali, comunicati dell'autorità giudiziaria, cronaca giudiziaria autonoma), di pubblico dominio, situazione diversa, che ricade semmai sotto l'art. 57 CDF ove l'avvocato ne tragga occasione per attività di comunicazione ulteriore (cfr. voce C.3).

A.4. Indicazione di nominativi non organicamente collegati allo studio — Inserire nell'informazione al pubblico il nome di professionisti o terzi non organicamente o direttamente collegati allo studio, ad esempio menzionando collaborazioni con studi o professionisti di richiamo non effettivamente operanti nella struttura, al fine di accreditare presso il pubblico una competenza o una dimensione organizzativa non corrispondenti al reale assetto dello studio (art. 35, co. 6, CDF).

A.5. Uso di titoli non conseguiti o non inerenti — Utilizzare titoli professionali non conseguiti, ovvero il titolo di professore senza essere o essere stato docente universitario di materie giuridiche, con indicazione di qualifica e materia (art. 35, co. 4, CDF; art. 36, co. 1, CDF). In senso conforme CNF n. 122/2020.

B. ACCAPARRAMENTO DI CLIENTELA (ART. 37 CDF)

B.1. Offerta non sollecitata a soggetti determinati per uno specifico affare — Contattare direttamente — anche per messaggio privato sui social o per e-mail — soggetti coinvolti in una specifica vicenda per offrire assistenza senza essere stati previamente consultati (art. 37, co. 5, CDF; CNF n. 177/2023; CNF n. 276/2023).

B.2. Offerta di prestazioni al domicilio o in luoghi pubblici — Offrire, direttamente o per interposta persona, le proprie prestazioni al domicilio degli utenti, nei luoghi di lavoro, di riposo, di svago o in luoghi pubblici (art. 37, co. 4, CDF). In senso conforme, CNF n. 93/2019.

B.3. Moduli di nomina o procure precompilate online — Inserire sul sito o sui profili social moduli di nomina a difensore o procure precompilate, quale offerta al pubblico non richiesta, specie ove il modulo sia inserito in un contesto di sollecitazione rivolta a una platea determinata o a una specifica vicenda (art. 37, co. 5, CDF; CNF n. 97/2021). In senso conforme, Cass. SS.UU. n. 7501/2022.

B.4. Offerta di prestazioni gratuite o a compenso condizionato al risultato — Pubblicizzare, o comunicare a soggetti determinati, la disponibilità a prestazioni gratuite o a compenso condizionato al risultato per attrarre clientela (art. 37, co. 5, CDF; CNF n. 65/2022; CNF n. 177/2023).

B.5. Agenzie, intermediari, procacciatori e provvigioni — Acquisire incarichi tramite mediazione di agenzie, portali, call center o procacciatori, ovvero corrispondere a colleghi o terzi provvigioni per la presentazione di clienti (art. 37, co. 1-3, CDF). In senso conforme, sull'assunzione di pratiche per il

tramite di un'agenzia senza mandato diretto della parte assistita, CNF n. 186/2025.

B.6. Sfruttamento del clamore mediatico di vicende di terzi — Contattare gli assistiti di colleghi già designati, o i loro familiari, in procedimenti di risonanza pubblica, proponendo assistenza a condizioni vantaggiose (art. 37, co. 5, CDF; CNF n. 177/2023).

B.7. Invito pubblico ad azioni legali con finalità acquisitiva — Stimolare pubblicamente sui social la proposizione di azioni legali indicando lo studio come riferimento, ove la finalità acquisitiva prevalga su quella informativa; l'illiceità richiede accertamento in concreto (CNF n. 81/2022).

C. RAPPORTI CON GLI ORGANI DI INFORMAZIONE (ARTT. 18 E 57 CDF)

L'art. 18 CDF è norma di principio a carattere generale; l'art. 57 CDF è specificamente riferito all'attività in sede processuale e prevede sanzione più grave (sospensione da due a sei mesi).

Nelle comunicazioni collegate all'attività difensiva o processuale assume rilievo anche l'art. 57 CDF, che tipizza i divieti specifici e ne stabilisce la relativa sanzione.

C.1. Violazione della riservatezza nei confronti dei giornalisti — Riferire ai giornalisti contenuti di atti processuali, comunicazioni riservate o informazioni coperte dal segreto di indagine, al fine di pubblicizzare la propria attività professionale (artt. 18 e 57, co. 1, CDF). In senso conforme, CNF n. 139/2006 e CNF n. 26/2009.

C.2. Spendita pubblica del nome dei clienti in sede processuale — Menzionare il nome dei propri assistiti in dichiarazioni agli organi di informazione nell'ambito di procedimenti in corso, anche con il consenso degli interessati (art. 57, co. 1, CDF, in combinato con art. 35, co. 8, CDF). In senso conforme, CNF n. 93/2025, CNF n. 294/2024 e Cass. SS.UU. n. 9861/2017.

C.3. Enfattizzazione delle proprie capacità professionali — Rilasciare interviste o dichiarazioni in cui si enfattizzano le proprie capacità o si vantino successi in specifiche controversie, distinta dalla legittima partecipazione a dibattiti giuridici di interesse generale (art. 57, co. 1, CDF). In senso conforme, CNF n. 163/2015.

C.4. Sollecitazione di articoli, interviste e conferenze stampa — Contattare giornalisti o testate per ottenere visibilità su specifici procedimenti, ovvero convocare conferenze stampa con finalità comunicative non giustificate dall'esclusivo interesse della parte assistita (art. 57, co. 1, CDF). In senso conforme, CNF n. 139/2006, CNF n. 26/2009 e CNF n. 163/2015.

C.5. Mancata vigilanza sui contenuti giornalistici — Non intervenire per rettificare un articolo che riproduca informazioni deontologicamente vietate, pur avendone possibilità e conoscenza (art. 9, 18, 35, CNF n. 259/2025).

C.6. Contenuti promozionali mascherati da redazionali — Finanziare la pubblicazione di contenuti presentati come articoli giornalistici autonomi ma predisposti o concordati con lo studio a fini

promozionali (art. 35, co. 2, CDF; CNF n. 294/2024). Sulla riconducibilità all'avvocato di contenuti veicolati tramite lo schermo formale di terzi, CNF n. 259/2025.

C.7. Mancato anonimato dei minori — Rendere pubbliche, o non impedire la pubblicazione di, informazioni che consentano l'identificazione di minori coinvolti in procedimenti o vicende trattate dallo studio (artt. 18, co. 2, e 57, co. 2, CDF).

D. UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA (ARTT. 9, 35 E 37 CDF)

D.1. Post che riproducano nominativi di clienti o vicende processuali — Pubblicare su qualunque piattaforma contenuti che identifichino, direttamente o indirettamente, clienti, controparti o vicende processuali affidate allo studio (art. 35, co. 8, CDF). In senso conforme, CNF n. 294/2024 e Cass. SS.UU. n. 9861/2017.

D.2. Condivisione promozionale di rassegne stampa — Condividere articoli che menzionino lo studio o il proprio nome in relazione a specifici affari o clienti, con finalità promozionale piuttosto che informativa (art. 35, co. 8, CDF; CNF n. 294/2024).

D.3. Post a seguito di eventi tragici o di risonanza pubblica — Pubblicare contenuti che, in occasione di sinistri, catastrofi o altri eventi che colpiscano soggetti determinati, offrano l'assistenza dello studio indicando modalità di contatto o prospettando gratuità (art. 37, co. 5, CDF; CNF n. 177/2023; CNF n. 276/2023).

D.4. Gestione delegata senza controllo preventivo — Affidare la gestione dei profili social a collaboratori o agenzie esterne senza istruzioni scritte, approvazione preventiva dei contenuti e verifica periodica, intendendosi per tali un documento che indichi le fattispecie vietate di cui al presente prontuario, un passaggio di validazione dell'avvocato responsabile prima della pubblicazione, e un controllo a cadenza almeno mensile dei contenuti già pubblicati; la responsabilità permane in capo all'avvocato anche per contenuti rimossi (art. 7 CDF; CNF n. 177/2023).

D.5. Interazioni in gruppi professionali online con finalità acquisitiva — Intervenire in gruppi o community online — anche chiusi — con finalità di acquisizione di mandati, offrendo consulenze gratuite o indicando lo studio come riferimento (art. 37, co. 5, CDF). In senso conforme, CNF n. 177/2023 e CNF n. 81/2022.

D.6. Espressioni offensive o svenienti nei post e nei commenti — Utilizzare, in post, commenti o repliche su piattaforme social, espressioni offensive o svenienti nei confronti di colleghi, magistrati, controparti o terzi; la provocazione o la reciprocità non escludono la rilevanza disciplinare (art. 52 CDF). In senso conforme, CNF n. 47/2026.

5. QUADRO SANZIONATORIO DI SINTESI

Le sanzioni sono graduate secondo gli artt. 21 e 22 CDF, tenuto conto di gravità del fatto, grado della colpa o del dolo, comportamento successivo e recidiva. In sintesi, per le fattispecie della presente circolare:

Censura, salvo aggravamento fino alla sospensione non superiore a un anno nei casi più gravi (art. 22, co. 2, lett. b, CDF): artt. 35, co. 10; 37, co. 6; 52, co. 3, CDF.

Sospensione da due a sei mesi: art. 57, co. 3, CDF — la previsione più severa tra quelle specificamente rilevanti in questa materia — e art. 36, co. 2, CDF. Sospensione da sei mesi a un anno: art. 36, co. 1, CDF.

Sanzioni discrezionali ex artt. 21 e 22 CDF per le violazioni dell'art. 9 CDF non tipizzate in fattispecie specifiche.

6. INDICAZIONI OPERATIVE

Prima di pubblicare qualunque contenuto su canali digitali, verificare se: (i) menziona nominativi di clienti o parti assistite; (ii) descrive vicende processuali in corso; (iii) enfatizza capacità professionali o successi in modo autocelebrativo o comparativo; (iv) è idoneo a condizionare le scelte di potenziali clienti; (v) riporta contenuti riservati appresi in dipendenza del mandato, anche relativi a incarichi conclusi.

Predisporre per iscritto istruzioni ai collaboratori che gestiscono profili social o il sito dello studio, con approvazione preventiva dei contenuti da parte dell'avvocato responsabile e procedura di rimozione immediata in caso di contenuto non conforme. La delega priva di tali presidi non esclude la responsabilità disciplinare.

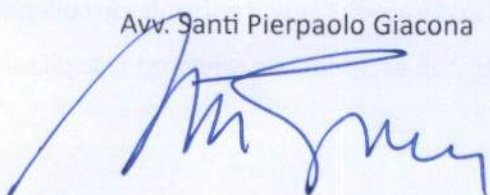
In caso di richiesta di intervista, verificare preventivamente che il testo da pubblicare rispetti il divieto di menzione dei clienti, il divieto di enfattizzazione e il segreto di indagine. La mancata verifica non esonera da responsabilità per il contenuto pubblicato.

La partecipazione a convegni, dibattiti giuridici di interesse pubblico o rubriche divulgative su temi generali è consentita, purché non si traduca in promozione personalizzata dello studio o dei propri servizi.

Catania, 15 luglio 2026

Il Consigliere Segretario

Avv. Santi Pierpaolo Giacona



Il Presidente

Avv. Antonino Guido Distefano

