

Stanowisko
Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu
Krajowej Rady Radców Prawnych
w sprawie składania ofert świadczenia obsługi prawnej

I. STAN FAKTYCZNY

Radca prawny zwrócił się z prośbą o ocenę przygotowanych w ramach prowadzonej przez niego Kancelarii Doradztwa Prawnego ofert współpracy (świadczenia usług pomocy prawnej) adresowanych do potencjalnych klientów.

Pierwsza z załączonych przez radcę prawnego ofert miałyby zostać skierowana do podmiotów, które potencjalnie mogą być zainteresowane korzystaniem z doradztwa prawnego w związku z zamiarem ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego (potencjalni oferenci).

Druga z ofert jest sformułowana pod kątem potrzeb skorzystania z profesjonalnego doradztwa prawnego przez podmioty prowadzące postępowania o udzielenie zamówienia publicznego i udzielających takich zamówień (potencjalnych zamawiających).

W ofertach zawarto informacje dotyczące doświadczenia radcy prawnego, ze szczególnym uwzględnieniem pracy naukowej, w tym dorobku naukowego właściciela kancelarii, jak również zwrócono uwagę na fakt uhonorowania autora za tę działalność odznaczeniem państwowym.

Oferty akcentują także zatrudnienie przez Kancelarię Doradztwa Prawnego prawników specjalizujących się w sprawach z zakresu zamówień publicznych.

W ofertach znalazło się także zapewnienie, że dzięki wieloletniemu doświadczeniu w przeprowadzaniu wszelkiego rodzaju postępowań w zakresie objętym ustawą Prawo Zamówień Publicznych oraz dzięki doskonałym wynikom pracy Kancelaria Doradztwa Prawnego jest w stanie w sposób profesjonalny świadczyć pomoc prawną w projektach, w jakich klient mógłby uczestniczyć.

Następnie przedstawiono krótką charakterystykę usług prawniczych świadczonych przez Kancelarię wskazując na możliwość świadczenia usług zarówno w siedzibie kancelarii, jak i u Klienta lub telefonicznie, a gdy idzie o pisemne porady na możliwość ich przekazywania za pośrednictwem poczty e-mail, faksu lub pocztą tradycyjną.

Oferta zawiera także informację dotyczącą cenników uwzględniających stosowanie cen rynkowych oraz opustów w wysokości 50% przy pierwszej usłudze.

Na koniec oferty sformułowano informację o zaletach stałej obsługi prawnej oraz dane kontaktowe kancelarii.

II. REGULACJE PRAWNE

Aktualnie obowiązującą regulacją prawną dotyczącą zasad informowania o wykonywaniu zawodu radcy prawnego oraz pozyskiwania klientów zawiera rozdział 3 Kodeksu Etyki Radcy Prawnego stanowiącego załącznik do uchwały nr 3/2014 Nadzwyczajnego Krajowego Zjazdu Radców Prawnych z dnia 22 listopada 2014 r., zwanego dalej KERP.

KERP rozróżnia pojęcia informowania o wykonywaniu zawodu oraz pozyskiwania klientów wprowadzając jednocześnie dla każdego z nich definicję.

Informowaniem w rozumieniu kodeksu jest inicjowane przez radcę prawnego działanie niestanowiące bezpośrednio propozycji zawarcia umowy z konkretnym klientem, bez względu na jego formę, treść i środki techniczne (art. 31 ust. 2 KERP).

Pozyskiwaniem klientów jest, bez względu na formę i środki techniczne, każde działanie radcy prawnego będące bezpośrednią propozycją zawarcia umowy z konkretnym klientem (art. 33 ust. 1 KERP).

Porównując zakresy pojęciowe obu tych terminów kodeksowych, nie sposób nie dostrzec, że każda z przywołanych definicji zawiera odniesienie do kwestii bezpośredniej propozycji zawarcia umowy z konkretnym klientem. O ile jednak informowanie nie stanowi bezpośredniej propozycji zawarcia umowy z konkretnym klientem, o tyle pozyskiwanie klientów polega właśnie na bezpośrednim proponowaniu konkretnym potencjalnym klientom zawarcia umowy.

Przepisy deontologiczne dotyczące problematyki informowania o wykonywaniu zawodu oraz pozyskiwania klientów przeszły w toku istnienia samorządu radców prawnych znamiennej ewolucję. Zasady etyki zawodowej radcy prawnego uchwalone w dniu 20 września 1987 r. powstały jeszcze przed zmianą ustawy z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej dopuszczającą tworzenie indywidualnych jak również wspólnie z innymi radcami prawnymi kancelarii radców prawnych, która to zmiana weszła w życie z dniem (ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o zmianie ustawy o działalności gospodarczej). Nie może zatem dziwić, że zasady etyki radcy prawnego wskazywały jedynie w bardzo ogólny sposób, że radca prawny nie powinien podejmować działań zmierzających do pozbawienia innego radcy prawnego zatrudnienia lub stanowiska, chyba że wynika to z jego obowiązku przewidzianego w przepisach prawa. Wypada zauważyć, że w tamtym czasie radcowie prawni zatrudnieni byli w jednostkach organizacyjnych, głównie w tzw. jednostkach gospodarki społecznej.

Po ponad ośmiu latach Krajowy Zjazd Radców Prawnych uchwalił w dniu 9 listopada 1995 r. nowe Zasady Etyki Radcy Prawnego, w których tytuł 7 „Informacja i reklama” wprowadzał zakaz reklamowania się, jak również korzystania z reklamy w jakiegokolwiek formie. Ponadto w tychże zasadach określono niedopuszczalne działania w tym zakresie (art. 33) oraz sprecyzowano działania, które nie są traktowane jako reklama. Jednocześnie w art. 35 wprowadzono zakaz pozyskiwania klientów w sposób sprzeczny z godnością zawodu, wskazując przykładowe zachowania nieliczące z godnością zawodu a mianowicie korzystanie

z usług pośredników, narzucanie komukolwiek swoich usług oraz przyciąganie klientów w sposób niezgodny z zasadami lojalności wobec kolegów.

W 2007 r. Zjazd Krajowy Radców Prawnych uchwalił Kodeks Etyki Radcy Prawnego. W tym czasie kancelarie radców prawnych świadczyły już pomoc prawną nie tylko na rzecz administracji publicznej i przedsiębiorców, ale także na rzecz osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej. W kodeksie z 2007 r. wyodrębniono w sposób stosowany także w aktualnie obowiązującym KERP sprawy informowania o wykonywaniu zawodu i pozyskiwania klientów w odrębny tytuł 5 –informacja o wykonywaniu zawodu i pozyskiwanie klientów. Artykuł 25 wprowadzał zakazy określonych sposobów działania radcy prawnego kwalifikowanych jako informowanie. Poświęcony pozyskiwaniu klientów art. 26 kodeksu definiował pozyskiwanie klientów jako jakiegokolwiek działanie – bez względu na jego formę, treść, technikę i środki – będące bezpośrednią propozycją zawarcia umowy z konkretnym klientem (pozyskanie zlecenia). Jednocześnie wyraźnie dopuszczono w ust. 2 art. 26 możliwość pozyskiwania klientów przez radców prawnych niezależnie od formy wykonywania zawodu, o ile tylko odbywa się to w sposób zgodny z prawem, dobrymi obyczajami i godnością zawodową, w szczególności nie naruszając zasad wskazanych w art. 25 Kodeksu.

Można zauważyć, że granice dopuszczalnego pozyskiwania klientów przez radcę prawnego w świetle aktualnie obowiązującego KERP są analogiczne do tych, które wprowadzał kodeks z 2007 r. Jak bowiem wynika z art. 33 ust. 2 KERP radca prawny może pozyskiwać klientów w sposób zgodny z prawem, dobrymi obyczajami i z poszanowaniem godności zawodu. Brak jest obecnie odesłania wprost do zakazów dotyczących informowania o wykonywaniu zawodu, co jednak biorąc pod uwagę brzmienie obecnego art. 32 KERP nie stanowi istotnej różnicy w stosunku do poprzedniego stanu prawnego, ponieważ wszystkie zakazy wymienione w art. 32 można zinterpretować bądź to jako wynikające z konieczności przestrzegania przepisów prawa, bądź to jako mające zabezpieczyć przed działaniami naruszającymi dobre obyczaje lub godność zawodową.

III ANALIZA ZAGADNIENIA I PROJEKTU OFERTY PRZEDSTAWIONEGO PRZEZ RADCĘ PRAWNEGO

W ramach analizy zagadnienia przedstawionego przez radcę prawnego, w pierwszej kolejności wypada zająć się kwestią formy kontaktu z potencjalnym klientem, z której zamierza skorzystać radca prawny. Z treści prośby o informację adresowanej przez radcę prawnego na adres poczty elektronicznej OBSiL nie wynika wyraźnie, czy informacja (zawierająca ofertę) ma zostać przesłana za pośrednictwem operatora pocztowego, faksem czy też drogą elektroniczną. W tym miejscu wypada zauważyć, że z art. 33 ust. 1 KERP wynika wyraźnie, że pozyskiwaniem klientów jest **każde działanie radcy prawnego bez względu na formę i środki techniczne**. Skoro zatem forma i środki techniczne nie mają znaczenia dla kwalifikacji danego zachowania jako pozyskiwania klientów a co do zasady samo pozyskiwanie klientów **nie jest zakazane** należy przyjąć, że przesłanie bezpośredniej propozycji zawarcia umowy z konkretnym klientem instytucjonalnym lub prowadzącym działalność gospodarczą na adres instytucji lub na adres wskazany jako adres prowadzenia działalności gospodarczej zarówno pocztą tradycyjną, jak

i faksem lub pocztą elektroniczną **jest co do zasady dopuszczalne**. Trudno bowiem bronić tezy, że takie zachowanie narusza dobre obyczaje w sytuacji, gdy jest to obecnie powszechnie stosowana metoda pozyskiwania klientów w wielu branżach. Takie zachowanie **nie narusza też normy nakazującej** poszanowanie godności zawodu radcy prawnego przy pozyskiwaniu klientów (art. 33 ust. 2 in fine KERP). Trudno też przyjmować, że taka forma kontaktu z potencjalnymi klientami narusza prawo do prywatności, które co do zasady ma chronić prawa osoby fizycznej w sferze ich życia prywatnego.

Podstawowe znaczenie dla oceny zgodności oferty z przepisami KERP będzie miała zatem treść oferty przedstawionej przez radcę prawnego do oceny. Oferta świadczenia pomocy prawnej sformułowana przez radcę prawnego tak jak wyżej wspomniano nie może naruszać zakazów wyraźnie sformułowanych w art. 32 KERP w odniesieniu do informowania o wykonywaniu zawodu. Dlatego też należy przyjąć, że oferta taka nie może w szczególności:

- zawierać treści niezgodnych z rzeczywistością lub wprowadzających w błąd,
- naruszać tajemnicy zawodowej,
- ograniczać klientowi swobodę wyboru,
- powoływać się na osobiste wpływy lub znajomości,
- wykorzystywać łatwowierność lub przymusowe położenie,
- nadużywać zaufania,
- wywierać presji,
- udzielać nierzetelnych obietnic lub gwarancji,
- stanowić przejawu narzucania się, w szczególności poprzez naruszenie sfery prywatności,
- zawierać bezpośredniego porównywania jakości czynności zawodowych z czynnościami innych, możliwych do identyfikacji osób,
- co do zasady zawierać wykazu klientów lub danych umożliwiających ich identyfikację.

Analizując treść oferty zaprojektowaną przez Kancelarię Doradztwa Prawnego radcy prawnego należy uznać, że w treści oferty nie sposób znaleźć takich elementów, które w sposób wyraźny naruszałyby powyższe ograniczenia. Pewne **wątpliwości** budzić mogą jedynie poszczególne sformułowania oferty.

Pierwszym z takich sformułowań jest zdanie „Kierując się zasadą pełnego usatysfakcjonowania klienta, każda prowadzona przez Kancelarię Doradztwa Prawnego (...) sprawa jest skrupulatnie analizowana (...)”. Zdanie to może bowiem pozostawać w sprzeczności z fundamentalną dla zawodu radcy prawnego zasadą niezależności. Jak bowiem wynika z art. 7 KERP, radca prawny, przy wykonywaniu czynności zawodowych powinien być wolny od wszelkich wpływów wynikających z jego interesów, nacisków z zewnątrz oraz ingerencji z jakiegokolwiek strony lub z jakiegokolwiek powodu. Wyrażone przez kogokolwiek polecenia, ograniczające niezależność sugestie czy wskazówki, nie mogą wpływać na prezentowane przez niego stanowisko w sprawie. Nie wchodząc w głębsze rozważania na temat granic niezależności w odniesieniu do relacji z samym klientem, należy przyjąć, że na pewno mogą być takie sytuacje, gdy **sugestie czy wskazówki klienta mogą pozostawać w sprzeczności**

z powszechnie obowiązującym prawem lub mogą pozostawać w sprzeczności z jego interesem prawnym. Już choćby z tego powodu wątpliwości budzi wskazywanie jako dewizy działania Kancelarii zasady pełnego usatysfakcjonowania klienta.

Kolejna **wątpliwość** może rodzić się w związku z wyrażeniem „(...) dzięki doskonałym wynikom pracy Kancelaria Doradztwa Prawnego (...) jest w stanie w sposób profesjonalny świadczyć pomoc prawną w projektach (...)”, gdyż mogłoby to sugerować gwarancję a jeśli nie gwarancję to przynajmniej wywoływać uzasadnione oczekiwanie korzystnego wyniku spraw prowadzonych przez Kancelarię. Na pewno jednak sformułowanie takie nie stanowi przejawu porównywania jakości czynności zawodowych z czynnościami innych, możliwych do identyfikacji osób (art. 32 pkt 5 KERP w zw. z art. 33 ust. 2 KERP). Z drugiej strony wypada zauważyć, że mankamentem takiego sformułowania jest również to, że **wymyka się ono spod oceny z zastosowaniem kryterium zgodności z rzeczywistością** (art. 32 pkt 1 KERP w zw. z art. 33 ust. 2 KERP).

Pewne **wątpliwości** może też budzić **jednoczesne kierowanie oferty świadczenia pomocy prawnej do dwóch grup klientów**, których interesy w poszczególnych postępowaniach pozostają w sprzeczności, tj. zarówno do potencjalnych wykonawców, jak i do potencjalnych zamawiających. Biorąc jednak pod uwagę szerokie zastosowanie zamówień publicznych zarówno w działalności podmiotów państwowych, jak i samorządowych nie sposób z góry wykluczyć możliwości jednoczesnego występowania zarówno w charakterze pełnomocnika zamawiającego, jak i w charakterze wykonawcy. Wydaje się, że **największe wątpliwości mogłyby wystąpić w tym zakresie w odniesieniu do Skarbu Państwa** jako jednej osoby prawnej. Jednak kwestie te nie były przedmiotem zapytania skierowanego do KIRP.

Biorąc pod uwagę możliwość rozbieżnych interpretacji treści oferty wypada zastrzec na koniec, że o ile dopuszczalne jest wystosowanie do potencjalnych klientów kancelarii oferty współpracy zawierającej informacje o zakresie działania kancelarii, posiadanym doświadczeniu, stosowanych zasadach rozliczeń itp., o tyle **pełną odpowiedzialność za konkretną treść oferty ponosi wyłącznie radca prawny, który taką ofertę przesyła do osób trzecich.**

IV. Mając na względzie powyższe rozważania oraz regulacje prawne należy dojść do następujących **wniosków**:

- 1) Przesłanie oferty świadczenia usług pomocy prawnej w zakresie zamówień publicznych zarówno do zamawiających, jak i do potencjalnych oferentów, niezależnie od formy lub zastosowanych środków technicznych **nie narusza** Kodeksu Etyki Radcy Prawnego.
- 2) Radca prawny podejmujący decyzję o skierowaniu oferty do potencjalnych klientów musi przestrzegać zasad wynikających z art. 33 ust. 2 KERP, zgodnie z którymi pozyskiwanie klientów jest możliwe jedynie **w sposób zgodny z prawem, dobrymi obyczajami i z poszanowaniem godności zawodu.**

- 3) Odpowiedzialność za treść oferty **ponosi wyłącznie radca prawny** kierujący ofertą do potencjalnych klientów.

Przygotował:

r. pr. Tomasz Głębocki

Przewodniczący Komisji

Etyki i Wykonywania Zawodu KRRP

r. pr. Ryszard Wilmanowicz