



Warszawa, dnia 20 grudnia 2023 r.

Stanowisko
Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu
Krajowej Rady Radców Prawnych

1. Przedmiot sprawy.

W dniu 12 września 2023 r. do Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu Krajowej Rady Radców Prawnych skierowany został wniosek o wyjaśnienie zagadnienia dotyczącego możliwości korzystania przez radców prawnych z Profilu Firmy w ramach narzędzi Moja Firma w Google oraz współpracy z firmami marketingowymi w tym zakresie, przy założeniu, że taki Profil Firmy prezentowałby najważniejsze informacje o firmie, pozwalał komunikować się z klientami, informował o świadczonych usługach i prezentował opinie klientów.

W przedstawionym we wniosku stanie faktycznym, wnioskujący wskazał, że zajmuje się działalnością marketingową. Jej priorytetem jest wspomaganie klientów w ich rozwoju w ramach narzędzi Moja Firma w Google (wizytówka Google). Wnioskodawca wyjaśnił, że Profil Moja Firma w Google jest bezpłatnym narzędziem, które pozwala przedsiębiorcy kontrolować sposób prezentowania swojej firmy w wyszukiwarce i Mapach Google. Za pomocą tego profilu można przedstawić najważniejsze informacje o firmie, w szczególności prezentować świadczone usługi, aktualizować informacje w zakresie działalności firmy (numer telefonu, adres), komunikować się z klientem oraz prezentować jego opinie. Działanie wnioskującego polega także na uwidocznieniu wizytówki oraz pinezki firmy w wyszukiwarce internetowej oraz na mapach internetowych (domyślnie Google).

W ocenie wnioskującego, radcy prawni korzystający z narzędzia jakim jest Moja Firma w Google, nie naruszają zasad etyki zawodowej.



2. Źródła prawa i materiały wykorzystane do zajęcia stanowiska

W celu przedstawienia stanowiska w sprawie, oparto się na następujących przepisach prawa:

- 1) Kodeks Etyki Radcy Prawnego – Uchwała Nr 3/2014 Nadzwyczajnego Krajowego Zjazdu Radców Prawnych z dnia 22 listopada 2014r. w sprawie Kodeksu Etyki Radcy Prawnego (t.j. ogłoszony w załączniku do Uchwały nr 884/XI/2023 Prezydium Krajowej Rady Radców Prawnych z dnia 7 lutego 2023)
- 2) Kodeks Etyki Radcy Prawnego. Komentarz, Wyd. 4 , Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2023, red. T. Scheffler
- 3) Ustawa z dnia 6 lipca 1982r. o radcach prawnych (t.j. Dz.U. z 2022 r. poz. 1166),
- 4) Regulamin wykonywania zawodu radcy prawnego – Uchwała Krajowej Rady Radców Prawnych z dnia 3 grudnia 2022 r nr 124/XI/2022

3. Analiza zagadnienia

Wraz z tworzeniem się coraz bardziej profesjonalnych firm prawniczych kwestie informacji o wykonywaniu zawodu, marketingu, promocji, reklamy mają coraz większe znaczenie. Rosnąca konkurencja powoduje, że radca prawny, który chce efektywnie wykonywać usługi prawne, musi podjąć działania zmierzające do pozyskania klienta. Należy przy tym zauważyć, że pojęcie marketingu nie ma jednolitej definicji. Wskazuje się, że marketing definiuje sposoby komunikowania się z klientami oraz sposoby i narzędzia służące dotarciu do tych klientów z informacją o działalności kancelarii i jej usługach.

Należy podkreślić, że katalog działań kancelarii prawniczych, które odnoszą się do informacji o ich działalności jest bardzo szeroki. Przekazywanie rzetelnej informacji o prowadzonej działalności służy interesom nie tylko radcy prawnego, ale także jego klientom. Pozwala przede wszystkim uzyskać odpowiednie rozeznanie klienta co do osoby radcy prawnego, czy kancelarii, która zapewni udzielenie odpowiedniej dla niego pomocy prawnej.



Wraz z rozwojem technologii oraz coraz szerszym dostępem do komunikacji elektronicznej, zwiększa się liczba potencjalnych klientów, którzy poszukują wsparcia prawnego za pośrednictwem Internetu. Swoista „komputeryzacja” działalności gospodarczej dotyczy również rynku usług prawnych. Nie ma wątpliwości, że Internet stwarza nowe pole w zakresie komunikacji z klientem. Należy przy tym podkreślić, że rodzi to także problemy zgodności z wartościami zawodu, w szczególności tajemnicy zawodowej i godności zawodu.

W ocenie Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu korzystanie przez radców prawnych z Profilu Firmy w ramach narzędzi Moja Firma w Google oraz współpraca z firmami marketingowymi w tym zakresie może stanowić dopuszczalne informowanie o wykonywaniu zawodu radcy prawnego w rozumieniu art. 31 i nast. KERP. Jednakże poszczególne informacje, które będą zawarte w Wizytówce Google, powinny być rozpatrywane indywidualnie, pod kątem zgodności z generalnymi zasadami i kryteriami wskazanymi w art. 32 KERP. Wynika to z faktu, że zawód radcy prawnego jest zawodem zaufania publicznego, wobec którego standardy etyczne oraz wzorce zachowań są bardziej rygorystyczne niż wobec innych grup zawodowych.

Podstawowe zasady dotyczące informowania o wykonywaniu zawodu i prowadzonej działalności radcy prawnego uregulowane zostały w Kodeksie Etyki Radcy Prawnego, natomiast część z nich o charakterze technicznym i szczegółowym zawarto w Regulaminie wykonywania zawodu radcy prawnego.

Podstawowe zasady informowania o wykonywaniu zawodu oraz pozyskiwanie klientów regulują przepisy Rozdziału 3 Kodeksu Etyki Radcy Prawnego (KERP).

Kodeks Etyki Radcy Prawnego wskazuje, że informowaniem o wykonywaniu zawodu jest komunikacja mająca na celu bezpośrednią lub pośrednią promocję radcy prawnego, jego wizerunku, wykonywania zawodu lub kancelarii bez względu na treść, formę lub środki komunikacji. (art. 31 ust. 2 KERP). Przy czym nie stanowi informowania o wykonywaniu zawodu przekazywanie prostych i sprawdzalnych informacji niesłużących celom promocyjnym, które: 1) umożliwiają bezpośredni kontakt z radcą prawnym lub kancelarią, w szczególności nazwa domeny internetowej lub adres poczty elektronicznej; 2) odnoszą się do usług lub wizerunku radcy prawnego i zostały opracowane w sposób niezależny, w szczególności bez wynagrodzenia.



Informowaniem o wykonywaniu zawodu jest także wykorzystywanie przez radcę prawnego przy wykonywaniu zawodu komunikacji pochodzącej od podmiotu zewnętrznego, lecz prowadzonej w imieniu, na rzecz lub w interesie radcy prawnego (art. 31 ust.3 KERP).

Profil Moja Firma w Google jest bezpłatnym narzędziem, które pozwala przedsiębiorcy kontrolować sposób prezentowania swojej firmy w wyszukiwarce i Mapach Google. Za pomocą tego profilu można przedstawić najważniejsze informacje o firmie, w szczególności prezentować świadczone usługi, aktualizować informacje w zakresie działalności firmy (numer telefonu, adres), komunikować się z klientem oraz prezentować jego opinie. Należy wskazać, że Profil Moja Firma w Google nie narusza definicji „informowania” zawartej w art. 31 ust. 2 i 3 KERP.

Na gruncie Kodeksu Etyki Radcy Prawnego nie sformułowano zakazu reklamy, promocji, albo marketingu usług prawniczych. Przeciwnie, w art. 31 ust. 1 KERP działania promocyjne są wyraźnie dopuszczone jako prawo każdego radcy prawnego. Zresztą taki zakaz byłby sprzeczny z art. 24 ust. 1 w zw. z motywem 100 dyrektywy 2006/123/WE, który wyłącza możliwość wprowadzenia w prawie krajowym całkowitych zakazów informacyjnych tj. takich, które w sposób ogólny zakazują korzystania przez przedstawicieli danego zawodu z jednej lub kilku form przekazywania informacji handlowych jak np.: zakazu wszelkiej reklamy w jednym lub kilku rodzajach środków przekazu (wyr. TSUE z 5.4.2011). O ile zakaz ten dotyczy całkowitego wyłączenia zakazu reklamy, o tyle reglamentacja powinna dotyczyć przekazu, które odzwierciedlają regulacje dotyczące danego zawodu.

Dlatego też prawo do działań promocyjnych radcy prawnego podlega pewnym ograniczeniom, które zostały wyrażone w art. 32 KERP. Ograniczenia te powodują, że niektóre narzędzia, w odniesieniu do usług prawniczych, nie są dostępne z uwagi na kryterium zgodności z dobrymi obyczajami i ochrony zaufania do zawodu radcy prawnego. Należy zatem podkreślić, że poszczególne działania i stosowne narzędzia marketingowe powinny być rozpatrywane indywidualnie, pod kątem zgodności z generalnymi zasadami i kryteriami wskazanymi w art. 32 KERP.

Zgodnie z art. 32 ust. 1 KERP zakazane jest informowanie o wykonywaniu zawodu



sprzeczne z prawem, dobrymi obyczajami oraz stanowiące naruszenie postanowień Kodeksu w tym:

- 1) uchybiające godności zawodu;
- 2) naruszające tajemnicę zawodową;
- 3) niezgodne z rzeczywistością lub wprowadzające w błąd;
- 4) nierzeczowe, w tym zawierające treści lub odesłania niezwiązane z wykonywaniem zawodu;
- 5) ograniczające klientowi swobodę w podejmowaniu decyzji, w szczególności poprzez: a) powoływanie się na wpływy lub znajomości, b) wykorzystywanie łatwowierności lub przymusowego położenia, c) nadużywanie zaufania, d) wywieranie presji, e) wywoływanie nieuzasadnionego oczekiwania, składanie niemożliwych do zrealizowania lub nierzetelnych obietnic lub gwarancji;
- 6) narzucające się, w szczególności naruszające sferę prywatności, natarczywe, w nieodpowiednim miejscu, mogące wyrzucić wpływ na decyzję o skorzystaniu z pomocy prawnej;
- 7) polegające na porównywaniu czynności zawodowych z czynnościami innych możliwych do identyfikacji osób lub podmiotów.

Mimo, że przepisy Kodeksu Etyki Radcy Prawnego nie wyrażają wprost zakazu reklamy, w przypadku zawodu zaufania publicznego, jakim jest zawód radcy prawnego, istnieje szereg quasi zakazów dotyczących informowania o wykonywaniu zawodu, które winny być przez jego członków respektowane. Każdorazowo należy poddawać wnikliwej analizie, czy dany zabieg informacyjny nie stoi w opozycji do godności zawodu bądź też czy nie narusza dobrych obyczajów. Podmiotem odpowiedzialnym za weryfikację zgodności prezentowanych danych w rzeczonym profilu jest każdorazowo radca prawny, który z niego korzysta. To radca prawny decyduje, czy korzystanie z narzędzia spełni wymogi KERP i nie może zwolnić się z odpowiedzialności za wynik dokonanej oceny. Należy zwrócić uwagę, że określenie granicy pomiędzy dozwolonym a zakazanym informowaniem bywa coraz bardziej trudne z uwagi na rozwój techniki, dlatego też ewentualne informacje, które będą zawarte w Wizytówce Google, powinny być rozpatrywane indywidualnie, przez każdego radcę prawnego prezentującego swoje dane, pod kątem zgodności z generalnymi zasadami i kryteriami KERP. Radca prawny, decydując się z takiego narzędzia informatycznego, powinien uwzględnić także kontekst przekazywanych informacji / otoczenie, w którym miałyby się pokazywać komunikaty informujące o wykonywaniu przez niego zawodu.



Komisja stoi na stanowisku, że o ile korzystanie z przez radców prawnych z Profilu Firmy w ramach narzędzi Moja Firma w Google co do zasady nie powinno stanowić naruszenia zasad określonych w Kodeksie Etyki Radcy Prawnego, to zawarcie w tym profilu elementów wskazanych w art. 32 ust. 1 KERP bezwzględnie należałoby uznać za niedopuszczalne.

Jak wskazano wyżej zasady dotyczące informowania o wykonywaniu zawodu i prowadzonej działalności radcy prawnego o charakterze technicznym i szczegółowym zawarto w Regulaminie wykonywania zawodu radcy prawnego. Art. 15 Regulaminu wskazuje, jakie informacje może zawierać informowanie o wykonywaniu zawodu. Rzeczą naturalną jest, że takie informacje mogłyby znaleźć się w Profilu Firmy w ramach narzędzi Moja Firma w Google. W szczególności są to: 1) imię i nazwisko, życiorys zawodowy, posiadane tytuły zawodowe, stopnie naukowe, kwalifikacje, doświadczenie i umiejętności zawodowe wynikające z dotychczasowej praktyki zawodowej, pełnionych funkcji i zajmowanych stanowisk, możliwość świadczenia pomocy prawnej w językach obcych, preferowane zakresy praktyki zawodowej, datę rozpoczęcia działalności kancelarii lub spółki, wykaz publikacji związanych z zawodem oraz przyznane tytuły lub nagrody związane z wykonywaniem zawodu; 2) logotyp Krajowej Izby Radców Prawnych, wskazanie prawnej formy wykonywania zawodu wraz z oznaczeniem indywidualizującym siedzibę i adres kancelarii, formę kontaktów z klientem, zasady świadczenia pomocy prawnej, zasady kształtowania wynagrodzenia, nazwiska wspólników i zawody wykonywane przez nich w kancelarii, wskazanie osób lub spółek, z którymi radca prawny stale współpracuje, w tym również wykonujące usługi związane ze świadczeniem pomocy prawnej, wysokość sumy posiadanego ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej za szkody wyrządzone przy wykonywaniu czynności zawodowych; 3) o wykonywaniu przez radcę prawnego innych czynności pozostających w bezpośrednim związku ze świadczeniem pomocy prawnej lub jej podporządkowanych jako świadczeniu głównemu; 4) przydatne w tworzeniu, utrzymaniu, poszerzaniu zaufania i dobrej relacji z klientem, a także pozytywnego wizerunku radcy prawnego, obejmujące w szczególności informowanie o misji, strategii i profilu działania kancelarii, zasadach współpracy z klientem, zasadach i trybie składania skarg lub reklamacji, udogodnieniach dla klienta; 5) o uczestniczeniu w rankingach działalności zawodowej i zajętych miejscach – jeżeli są one prowadzone zgodnie z postanowieniami Regulaminu, 6) odnoszące się do wyników finansowych kancelarii – jeżeli przedstawiają one rzetelnie i jasno obraz sytuacji finansowej kancelarii i zostały obliczone na podstawie prawidłowo



prowadzonej dokumentacji finansowej kancelarii.

W kontekście sygnalizowanej możliwości zamieszczania w Profilu Firmy w ramach narzędzi Moja Firma w Google opinii klientów uwzględnienia wymaga uzyskanie przez radcę prawnego uprzedniej ich zgody na zamieszczenie opinii.

Komisja Etyki i Wykonywania Zawodu Krajowej Rady Radców Prawnych zwraca przy tym uwagę na konieczność uwzględnienia przy informowaniu o wykonywaniu zawodu oraz działalności z nim związanej przepisów prawa powszechnie obowiązującego, w szczególności ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz.U z 2022r. poz. 1233) oraz ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2023r. poz. 845).

W konkluzji należy przyjąć, że o ile publikacja informacji o wykonywaniu zawodu radcy prawnego w ramach narzędzi Moja Firma w Google może być uznana z punktu widzenia zasad etyki za dopuszczalną, o tyle sama treść Wizytówki Google, w sytuacji zamieszczenia w niej elementów niezgodnych z generalnymi zasadami i kryteriami wskazanymi w art. 32 KERP, może determinować uznanie jej za sprzeczną z postanowieniami Kodeksu Etyki Radcy Prawnego.

4. Podsumowanie

Informowanie o wykonywaniu zawodu jest prawem radcy prawnego. Jednakże informowanie to powinno odbywać się z poszanowaniem przepisów prawa powszechnie obowiązującego, dobrych obyczajów oraz Kodeksu Etyki Radcy Prawnego. Uwzględnienia wymagają również postanowienia Regulaminu wykonywania zawodu radcy prawnego.

W ocenie Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu korzystanie przez radców prawnych z Profilu Firmy w ramach narzędzi Moja Firma w Google oraz współpraca z firmami marketingowymi w tym zakresie może stanowić dopuszczalną formę informowania o wykonywaniu zawodu radcy prawnego. Jednakże poszczególne informacje, które będą zawarte w Wizytówce Google, powinny być rozpatrywane indywidualnie, pod kątem zgodności z generalnymi zasadami i kryteriami wskazanymi w art. 32 KERP, zaś podmiotem wyłącznie odpowiedzialnym za zgodność



tych danych z zasadami etyki radców prawnych jest radca prawny prezentujący swoje dane za pośrednictwem tego narzędzia.

Opracował r.pr. Rafał Owczarek

**Przewodniczący
Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu
Krajowej Rady Radców Prawnych
Ryszard Wilmanowicz**