



Warszawa, dnia 14 marca 2024 r.

**Czy możliwe jest informowanie o wykonywaniu zawodu radcy prawnego i jego działalności oraz pozyskiwanie klientów przy wykorzystaniu narzędzi informatycznych Meta Business i Google AdWords?**

1. Przedmiot sprawy

W dniu 30 stycznia 2024 r. do Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu Krajowej Rady Radców Prawnych skierowany został wniosek o udzielenie opinii i interpretacji następujących zagadnień:

1. Czy zgodnie z obowiązującymi przepisami, a zwłaszcza z art. 32 KERP, radca prawny może korzystać z narzędzi Meta Business i Google AdWords do informowania o kancelarii lub o swoich usługach?
2. Czy promowanie produktów stworzonych przez radców prawnych za pomocą narzędzi Meta Business i Google AdWords przez osobny podmiot będący spółką z o.o., będzie stanowiło naruszenie etyki wykonywania zawodu?

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 (KERP) – 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),

3. Analiza zagadnienia



Faktem jest, że kwestie informacji o wykonywaniu zawodu, marketingu, promocji, reklamy mają coraz większe znaczenie dla wykonywania zawodu radcy prawnego. Bezsprzecznie radca prawny, który chce efektywnie wykonywać usługi prawne, musi podjąć działania zmierzające do pozyskania klienta.

Zgodzić należy się, że wraz z rozwojem technologii oraz coraz szerszym dostępem do komunikacji elektronicznej, zwiększa się liczba potencjalnych klientów, którzy poszukują wsparcia prawnego za pośrednictwem narzędzi dostępnych w Internecie. Nie ma także wątpliwości, że Internet stwarza nowe pole w zakresie komunikacji radcy prawnego z klientem. Wyszukiwarka Google oraz portale społecznościowe stały się częścią codziennego życia ludzi i najpopularniejszymi narzędziami do szukania szeroko pojętej informacji. Należy przy tym podkreślić, że radca prawny, który decyduje się na korzystanie z dostępnych narzędzi internetowych do prezentowania swojej kancelarii i świadczonych usług, zobowiązany jest poddać je ocenie, czy treści w nich zawarte nie naruszają zasad informowania o wykonywaniu zawodu oraz pozyskiwania klientów (art. 31 – art. 33 KERP).

Dostępne w Internecie darmowe narzędzia takie jak: Moja Firma w Google, Facebook czy Instagram, pozwalają przedsiębiorcy kontrolować sposób prezentowania swojej firmy w wyszukiwarce internetowej i Mapach Google. Za pomocą tych narzędzi można przedstawić najważniejsze informacje o firmie, w szczególności prezentować świadczone usługi, aktualizować informacje w zakresie działalności firmy, komunikować się z klientem. Należy jednak zauważyć, że dopuszczalność poszczególnych działań radcy prawnego i przekazywanych przez niego treści za pośrednictwem tych narzędzi marketingowych powinna być rozpatrywana indywidualnie, pod kątem zgodności z generalnymi zasadami i kryteriami wskazanymi w art. 32 i art. 33 KERP.

Zgodzić się należy również, że przekazywanie rzetelnej informacji o prowadzonej działalności służy interesom nie tylko radcy prawnego, ale także jego klientom. Pozwala to przede wszystkim uzyskać odpowiednie rozeznanie klienta co do osoby radcy prawnego, czy kancelarii, która zapewni udzielenie odpowiedniej dla niego pomocy prawnej.

Meta Business jest darmowym narzędziem, które pozwala na zarządzanie z jednego narzędzia stroną na Facebooku, profilem na Instagramie, a także kierowanymi do nich wiadomościami. Za jego pośrednictwem można tworzyć posty w aktualnościach, a także relacje na Facebooku i Instagramie. Wykorzystując Meta Business można również odpowiadać na wiadomości oraz komentarze, które użytkownik otrzymuje na Facebooku, Instagramie i Messengerze. Za pomocą tego narzędzia można także stworzyć reklamę na Facebooku lub Instagramie. To użytkownik tego narzędzia decyduje kto i gdzie zobaczy jego reklamę.

Natomiast GoogleAds (dawna nazwa Google Adwords) to platforma reklamowa firmy Google umożliwiająca publikację reklamy w formie linków w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki Google oraz opcjonalnie w wersji graficznej na stronach www. GoogleAds to



narzędzie marketingowe, które pozwala firmom i przedsiębiorcom na promowanie swoich produktów i usług w wyszukiwarce Google.

Analizując pierwsze z przedstawionych przez radcę prawnego zagadnień należy zwrócić uwagę, że Komisja Etyki i Wykonywania Zawodu zajmowała uprzednio stanowisko w zakresie dopuszczalności korzystania z opcji „promuj post” na portalu społecznościowym Facebook (vide: stanowisko z dnia 12.09.2017 r SK-12.09.2017-JK). W opublikowanym stanowisku Komisja oceniła, że korzystanie z odpłatnej opcji promowania postów na portalach społecznościowych z jednoczesnym ustawieniem zasięgu osobowego i terytorialnego tejże promocji stanowi formę natarczywej i nachalnej reklamy, a tym samym stanowi niedopuszczalne informowanie w myśl art. 32 KERP. Komisja wskazała bowiem, że w opcji „promuj post”, posty sponsorowane wyświetlają się nie tylko użytkownikom profilu prawniczego, ale także często innym niezainteresowanym użytkownikom. Stanowisko Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu jest nadal aktualne i zgodne z obowiązującym Kodeksem Etyki Radcy Prawnego. W ocenie Komisji, poszczególne narzędzia i produkty dostępne w internecie, w tym Meta Business i GoogleAds, należy nie tylko poddać ocenie pod kątem zgodności z prawem, dobrymi obyczajami oraz godnością zawodu, ale także poddać analizie czy przedstawienie za ich pośrednictwem informacji o kancelarii czy świadczonych usługach nie stanowi formy natarczywej czy nachalnej reklamy.

Poddając analizie pierwsze z przedstawionych przez wnioskodawcę zagadnień, Komisja Etyki i Wykonywania Zawodu zwraca również uwagę, że zajmowała uprzednio stanowisko w zakresie możliwości korzystania przez radców prawnych z Profilu Firmy w ramach narzędzi Moja Firma w Google (vide: stanowisko z dnia 20.12.2023 r SK-20.12.2023-RO). W stanowisku tym wskazano, 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. Stanowisko Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu jest nadal aktualne i zgodne z obowiązującym Kodeksem Etyki Radcy Prawnego.

I tak, w ocenie Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu korzystanie przez radców prawnych z narzędzi Meta Business i GoogleAds do przedstawienia najważniejszych informacji o kancelarii oraz prezentowania świadczonych usług może stanowić dopuszczalne informowanie o wykonywaniu zawodu radcy prawnego w rozumieniu art. 31 i nast. KERP. Jednakże poszczególne informacje, które będą prezentowane za pośrednictwem tych narzędzi, powinny być rozpatrywane indywidualnie, pod kątem zgodności z generalnymi zasadami i kryteriami wskazanymi w art. 32 KERP. Każdy radca prawny podejmując działania informujące o wykonywaniu zawodu za pomocą narzędzi internetowych Meta Business i GoogleAds musi ocenić je pod kątem zgodności z prawem, dobrymi obyczajami, godnością zawodu oraz dokonać analizy, czy przedstawienie za ich pośrednictwem informacji o kancelarii



czy świadczonych usługach nie stanowi formy natarczywej czy nachalnej reklamy. Wynika to z faktu, że nie każdy z zawodów korzystających z tych narzędzi i informujący o swojej działalności za ich pośrednictwem, jest zawodem zaufania publicznego, wobec którego standardy etyczne oraz wzorce zachowań są bardziej rygorystyczne niż wobec innych grup zawodowych.

Komisja Etyki i Wykonywania Zawodu w swoich stanowiskach wielokrotnie podkreślała, że mimo, iż przepisy Kodeksu Etyki Radcy Prawnego nie wyrażają wprost zakazu reklamy, w przypadku zawodu zaufania publicznego, jakim jest zawód radcy prawnego, istnieje szereg dodatkowych warunków 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. Należy zwrócić uwagę, że określenie granicy pomiędzy dozwolonym a zakazanym informowaniem bywa coraz trudniejsze z uwagi na rozwój techniki, dlatego też ewentualne informacje, które będą prezentowane za pomocą narzędzi Meta Business czy GoogleAds, powinny być rozpatrywane indywidualnie, pod kątem zgodności z generalnymi zasadami i kryteriami 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.

Jak wskazano wyżej działania promocyjne radcy prawnego podlegają 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 wywrzeć wpływ na decyzję o skorzystaniu z pomocy prawnej;
- 7) polegające na porównywaniu czynności zawodowych z czynnościami innych możliwych do identyfikacji osób lub podmiotów.

Dokonując dalszej analizy zagadnienia należy zwrócić uwagę, że o ile informowanie o wykonywaniu zawodu to komunikacja mająca na celu promocję radcy prawnego i jego wizerunku, o tyle pozyskiwanie klientów to bezpośrednia lub pośrednia działalność radcy prawnego zmierzająca do zawarcia umowy z możliwym do zidentyfikowania klientem. Ważne jest, z punktu widzenia etyki wykonywania zawodu radcy prawnego, aby nie tylko na etapie promocji, ale także na etapie rozmowy z klientem, którego do kontaktu z radcą prawnym skłoniły posty prezentowane przez niego za pomocą narzędzi internetowych Meta Business czy GoogleAds, zachowane były takie same generalne zasady i kryteria KERP. Należy zatem podkreślić, że radca prawny może pozyskiwać klientów zgodnie z prawem, dobrymi obyczajami oraz postanowieniami Kodeksu Etyki Radcy Prawnego. ( art. 33 ust. 1 KERP).

W konkluzji w zakresie pierwszego z przedstawionych zagadnień należy przyjąć że o ile korzystanie przez radców prawnych z narzędzi Meta Business i GoogleAds co do zasady nie powinno stanowić naruszenia zasad określonych w Kodeksie Etyki Radcy Prawnego, to tworzenie za ich pośrednictwem postów, które zawierałyby elementy wskazane w art. 32 ust. 1 KERP bezwzględnie należałoby uznać za niedopuszczalne.

Odnosząc się do drugiego ze sformułowanych przez wnioskodawcę pytań, Komisja Etyki i Wykonywania Zawodu wskazuje, że promowanie produktów stworzonych przez radców prawnych za pomocą narzędzi Meta Business i Google AdWords przez osobny podmiot będący spółką z o.o., nie będzie stanowiło naruszenia etyki wykonywania zawodu, o ile taka promocja będzie spełniała kryteria wskazane w art. 31 ust. 3 KERP.

Komisja zwraca uwagę, że zgodnie z art. 31 ust.3 KERP 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. W literaturze wskazuje się, że „takie działanie także jest





informowaniem o wykonywaniu zawodu i radca prawny jest odpowiedzialny za jego zgodność z zasadami kodeksowymi. Posługiwanie się firmami zewnętrznymi, które planują i organizują promocję nie wyłącza tej odpowiedzialności. W świetle tego przepisu radca prawny zlecający komukolwiek (zazwyczaj wyspecjalizowanej firmie) opracowanie kampanii promocyjnej lub tzw. "newsletterów", czy treści na stronie internetowej albo w mediach społecznościowych ma obowiązek, aby komunikacja taka była zgodna z zasadami kodeksowymi" (Kodeks Etyki Radcy Prawnego. Komentarz, Wyd. 4, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2023, red. T. Scheffler, Wydawnictwo C.H. Beck, komentarz do art. 31, teza 14).

Komisja wskazuje ponadto, że co do zasady radca prawny jest uprawniony do zawarcia umowy z podmiotem trzecim celem powierzenia mu świadczenia usług marketingu bezpośredniego. Wymagana jest jednak zgodność takiego działania z postanowieniami art. 31, 32 i 33 Kodeksu Etyki Radcy Prawnego.

#### 4. Podsumowanie

Konkludując należy podkreślić, że informowanie o wykonywaniu zawodu jest prawem każdego radcy prawnego. Jednakże informowanie to powinno odbywać się z poszanowaniem przepisów prawa powszechnie obowiązującego, dobrych obyczajów oraz Kodeksu Etyki Radcy Prawnego.

W ocenie Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu korzystanie przez radców prawnych z narzędzi Meta Business i GoogleAds do przedstawienia najważniejszych informacji o kancelarii oraz prezentowania świadczonych usług może stanowić dopuszczalne informowanie o wykonywaniu zawodu radcy prawnego w rozumieniu art. 31 i nast. KERP. Jednakże każdy radca prawny podejmując działania informujące o wykonywaniu zawodu za pomocą narzędzi internetowych Meta Business i GoogleAds musi ocenić je pod kątem zgodności z prawem, dobrymi obyczajami, godnością zawodu oraz dokonać analizy, czy przedstawienie za ich pośrednictwem informacje o kancelarii czy świadczonych usługach nie stanowią formy natarczywej czy nachalnej reklamy.

W ocenie Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu, promowanie produktów stworzonych przez radców prawnych za pomocą narzędzi Meta Business i Google AdWords przez osobny podmiot będący spółką z o.o., nie będzie co do zasady stanowiło naruszenia etyki wykonywania zawodu o ile komunikacja taka będzie prowadzona w imieniu, na rzecz lub w interesie radcy prawnego (art. 31 ust. 3 KERP).

#### **Opracowanie:**

**r. pr. Rafał Owczarek**

**r. pr. Tomasz Korpusiński**

#### **Przewodniczący**

**Komisji Etyki i Wykonywania Zawodu**

**Krajowej Rady Radców Prawnych**

**r. pr. Ryszard Wilmanowicz**