

## **REGLEMENT EN MATIERE DE PUBLICITE**

### Article 1

L'avocat peut faire ou faire faire de la publicité, pour autant que celle-ci ne soit pas contraire à une quelconque norme juridique, en particulier au présent règlement.

### Article 2

Il n'est pas permis à l'avocat de faire de la publicité trompeuse.

### Article 3

§1. Il n'est pas permis à l'avocat, dans une affaire en cours, de sciemment et sans y être invité détourner ou tenter de détourner par de la publicité de la clientèle assistée par un autre avocat.

§2. Il n'est pas permis à l'avocat de faire de la publicité au moyen d'une offre de services personnalisés pour une certaine affaire ou un certain dossier, sans y être invité.

### Article 4

Il n'est pas permis à l'avocat d'exprimer dans une publicité qu'il dispose d'une expertise particulière dans une ou plusieurs matières juridiques, à moins que cette expertise puisse être rendue plausible sur base des connaissances et/ou de l'expérience qu'il a acquises.

### Article 5

§1. Il n'est pas permis à l'avocat de faire état dans une publicité des résultats obtenus, du nombre d'affaires qu'il traite, de son chiffre d'affaires ou d'un pourcentage de réussite, sauf lorsque cela est demandé ou attendu dans le cadre d'une étude comparative ou d'une procédure d'adjudication.

§2. Il n'est pas permis non plus à l'avocat de faire de la publicité sur des affaires qu'il traite ou qu'il a traitées, sur l'identité de son client, sauf de l'accord explicite de celui-ci, ou sur la nature et l'ampleur des intérêts de celui-ci.

## Article 6

§1. La publicité de l'avocat sur ses tarifs et conditions doit être sans équivoque et claire. Lorsque la publicité fait état de tarifs, il doit en tout cas être clair à quels services ils se rapportent et comment sont mis en compte les frais, afin que le client puisse se faire une idée complète des frais et honoraires.

§2. Il n'est pas permis dans la publicité de renvoyer uniquement à des prix de base ou minimums.

§3. L'avocat est lié par les tarifs et conditions qu'il a publiés.

## Article 7

Sauf dans ses coordonnées personnelles et son curriculum vitae, il n'est pas permis à l'avocat de faire état dans une publicité de fonctions exercées dans le pouvoir judiciaire et de mandats politiques remplis à présent ou par le passé.

Approuvé à l'assemblée générale de l'Ordre des Barreaux flamands en date du 04.06.2003.

Conformément à l'article 497 du Code Judiciaire dénoncé le 11.06.2003.

Entré en vigueur le 12.08.2003.

Le présent règlement modifie le règlement en matière de publicité, approuvé à l'assemblée générale de l'Ordre des Barreaux flamands en date du 18.09.2002 (les articles 2 et 7 ont été modifiés).

## **COMMENTAIRE SUR LE REGLEMENT EN MATIERE DE PUBLICITE**

(Règlement en matière de publicité, approuvé à l'assemblée générale en date du 04.06.2003)

### **Article 1**

Cet article part du principe de la liberté de faire de la publicité personnelle, hormis les exceptions formulées quant à ce. La réglementation existante part de l'approche inverse, notamment une interdiction totale de la publicité personnelle, hormis les exceptions explicitement autorisées.

Les moyens auxquels l'avocat peut faire appel pour sa publicité sont aussi, contrairement au règlement existant, énumérés de manière non limitative.

La réglementation proposée n'a évidemment qu'un effet déontologique : les responsabilités légales des avocats qui font de la publicité subsistent intégralement, et l'attention des avocats désireux d'user du droit à la publicité personnelle est attirée sur leur responsabilité civile, voire même pénale pour ce qu'ils publient.

Les avocats devront avant tout continuer à tenir compte de leur secret professionnel, et s'abstiendront dans leur publicité personnelle de faire état ou de commenter des affaires dans lesquelles ils étaient impliqués ou dont ils ont connaissance à titre professionnel.

Dans le préambule, il est renvoyé aux règles de base de dignité, de probité et de délicatesse qui font la base de la profession (article 456 du Code Judiciaire).

Les avocats qui font de la publicité veilleront à ce que celle-ci se fasse d'une manière conforme au bon goût, et avec la discrétion qui s'impose. Les publications dans des revues à la moralité douteuse sont à éviter, et, en général, il faut veiller à ce que les insertions publicitaires se fassent uniquement dans des publications adéquates, avec une esthétique convenable, et à un endroit approprié. Un ton impersonnel doit être préféré.

La probité exige que la publicité soit véridique et pas purement subjective.

L'exigence d'objectivité impose que les données qui figurent dans la publicité doivent pouvoir être vérifiées par le bâtonnier ou par l'Ordre. A ce sujet, le fardeau de la preuve vis-à-vis des autorités ordinales appartient le cas échéant à l'avocat.

## **Article 2**

Il y a lieu de renvoyer à la loi du 21 octobre 1992 relative à la publicité trompeuse en ce qui concerne les professions libérales, qui a à ce jour, pour des raisons évidentes, échappé en majeure partie à l'attention du barreau comme groupe professionnel. Cette loi stipule que les infractions constatées par le juge de cessation sont communiquées par le greffe aux autorités disciplinaires. Le texte du règlement dit en substance qu'une infraction à cette loi constitue *ipso facto* une infraction déontologique.

## **Article 3**

Le premier alinéa interdit le détournement de clients dans des affaires en cours. Cette règle part de l'hypothèse qu'il n'est pas dans l'intérêt du client, ni dans l'intérêt d'une bonne administration de la justice, que des clients soient, dans le courant d'une affaire, confrontés à des communications publicitaires déstabilisantes ou ressenties comme dénigrantes d'autres avocats. Il est mal à propos, et contraire à la confraternité, que des avocats tentent de semer la discorde entre leur confrère et le client de celui-ci.

Le deuxième alinéa interdit le démarchage non sollicité verbal, écrit ou autre d'un client potentiel en vue d'une certaine affaire ou d'un certain dossier.

Une offre de services généraux est indiquée. La sollicitation du justiciable individuel pour un certain mandat (p.ex. à l'occasion d'une catastrophe, d'un accident, etc.) équivaut souvent à de l'indiscrétion et est ressentie comme déplacée.

## **Article 4**

Quiconque prétend comme avocat à une expertise ou expérience particulière doit pouvoir démontrer que cette prétention est justifiée, ou du moins vraisemblable. Le terme "expertise particulière" est plus large que le terme "spécialisation"; il inclut également des descriptions similaires (comme expert et autres) ou des présentations qui suscitent l'impression d'une expertise spécialisée. Le fardeau de la preuve vis-à-vis des autorités ordinales appartient dans ce cas également à l'avocat.

## **Article 5**

Les pourcentages de réussite et autres données semblables sont généralement trompeurs. Ils donnent une image erronée des avocats et de leurs qualités, et doivent dès lors être interdits.

La communication de données concrètes sur des affaires traitées est contraire au secret professionnel et ne peut pas être acceptée non plus.

Ceci ne vise naturellement pas les données communiquées par un conseil dans l'intérêt de son client et en vue de sa bonne renommée ou réputation ou sa défense, p.ex. en réponse à un communiqué de presse sur l'enquête en cours par le M.P. La publication de jurisprudence dans un communiqué périodique du cabinet (bien entendu avec la discrétion qui s'impose), ou des publications de données imposées par la loi (comme p.ex. les comptes annuels de sociétés professionnelles) échappent également à cette interdiction. La communication des données requises est également permise pour les procédures d'adjudication restreinte ou publique, là aussi avec la discrétion qui s'impose et, le cas échéant, avec l'accord du client.

Il ne s'agit en définitive pas chaque fois de véritables exceptions à la règle de l'article 5, vu que celle-ci se rapporte uniquement à la publicité faite par l'avocat même ou par des tiers pour son compte, et que les exceptions apparentes ci-dessus décrites ne revêtent pas de caractère publicitaire.

### **Article 6**

Il y a une demande croissante d'ouverture et de clarté pour ce qui est des tarifs appliqués. Quiconque veut faire état de tarifs dans sa publicité, doit faire preuve de respect des règles de transparence et de suffisamment d'exhaustivité.

Pour satisfaire à ce qui est dit ci-dessus, il ne suffit aucunement de mentionner uniquement des tarifs minimums. Il ne suffit donc pas de dire : " divorces à partir de 1.000 euros " ou " à partir de 75 euros par heure ".

L'avocat qui publie des données relatives à ses tarifs, est tenu de s'y tenir. Cela n'empêche pas qu'il n'est pas porté atteinte au principe que les honoraires doivent être fixés dans les bornes d'une juste modération, conformément au prescrit de l'article 459 du Code Judiciaire.

### **Article 7**

L'article 7 confirme les règles existantes relatives à la mention dans la publicité d'actuels ou précédents mandats exercés dans le pouvoir judiciaire ou dans la politique. De telles mentions peuvent susciter à tort l'impression que l'avocat concerné a un meilleur accès aux institutions ou aux tribunaux, ou qu'il y trouve meilleure écoute que les autres avocats.

Les documents informatifs (coordonnées personnelles et curriculum vitae), où de telles données peuvent être difficilement passées sous silence, y forment toutefois une exception.