

Departement deontologie
Adviezen in deontologische kwesties

Het departement deontologie dient de stafhouders en raden van de Orde van advies, adviezen die ook - met goedkeuring van de betrokken opdrachtgevers – worden verspreid naar de overige Vlaamse balies.

1/VVB/Dep. Deontologie/130

Publiciteit - gepersonaliseerd dienstaanbod voor een bepaalde zaak of dossier
(artikel 3 § 2) - geen uitbreidende interpretatie - marginale appreciatie - anticipatie
op een nieuwe juridische behoefte bij cliënteel - geen bepaalde zaak of dossier

De brief van de advocaten in kwestie omvat een summiere ontleding van het nieuwe dubbelbelastingverdrag tussen België en Nederland, en werd, blijkens uw brief, gestuurd door advocaten van uw balie naar cliënt(en) van het kantoor waarvan ze voorheen deel uitmaakten.

Hij eindigt met de volgende zinnen :

"Indien U vragen heeft i.v.m. de invloed van deze significante wijzigingen op uw belastingsituatie, lijkt het aangewezen om op niet al te lange termijn terzake met ons in contact te treden, teneinde uw situatie te bespreken en in voorkomend geval alternatieve oplossingen te bekijken.

In de veronderstelling U hiermede voldoende te hebben geïnformeerd en steeds bereid tot het verstrekken van nadere toelichtingen, tekenen wij ..."

De vraag is of deze wijze van publiciteit strijdig is met artikel 3, 2 van het uniforme publiciteitsreglement van de Vlaamse balies dat luidt :

"Het is de advocaat niet toegestaan publiciteit te voeren door een gepersonaliseerd dienstaanbod voor een bepaalde zaak of dossier, zonder daartoe te zijn uitgenodigd."

U stelt terecht :

"Of een dergelijke brief kan, hangt m.i. nauw samen met de vraag of het hier gaat om een gepersonaliseerd dienstaanbod voor een bepaalde zaak of dossier. Wordt die vraag bevestigend beantwoord, dan lijkt dit een verboden publiciteit te zijn omdat de cliënt hen niet uitgenodigd heeft om een dergelijk dienstenaanbod te doen."

In de commentaar bij het eenvormig reglement leest men :

"Het tweede lid verbiedt het onuitgenodigd mondeling, schriftelijk of op enige andere wijze demarcheren van een potentiële cliënt met het oog op een welbepaalde zaak of dossier."

Ik ben van mening dat aan deze commentaar geen uitbreidende interpretatie moet toegevoegd worden.

Zoals Pierre Ramquet op het Colloquium te Luik van 11 mei 2001 van de C.B.F.G. betreffende een gelijkaardig (en enigszins strenger geformuleerd) verbod op demarchage in het Franstalig publiciteitsreglement opmerkte, gaat het om een marginale appreciatie, nl. daar waar wordt geanticipeerd op "un besoin juridique nouveau", met objectieve informatie ter kennis gebracht aan een potentiële cliënt.

Er is immers nog helemaal geen zaak of dossier, en mogelijk zal het ene of het andere er nooit van komen.

In wezen wil de advocaat door zijn publiciteit laten blijken van een bijzondere beslagenheid in zekere belastingmateries waarin hij aan zijn cliënten diensten kan aanbieden.

Dergelijke publiciteit is gebouwd op één van de basisprincipes van de marketingcommunicatie, nl. het nuttigheidsprincipe : er wordt informatie bezorgd waar de potentiële klant (mogelijk) wat aan heeft. Bestemmingen zijn Nederlandse residenten in België.

Het gaat dus om een gepersonaliseerd dienstaanbod, nl. toegezonden aan bepaalde nominatim aangeschreven personen.

In essentie verschilt deze publiciteit dus niet van diegene waarmee een advocaat-specialist van vennootschappenrecht zich richt tot handelsvennootschappen en waarbij wijzigingen in de vennootschapswet worden aangestipt, of van deze waarin een advocaat gespecialiseerd in familierecht tegenover particulieren zijn bijzondere bekwaamheid in deze materie kond doet.

Of de wetwijzigingen op de aangeschreven vennootschappen van toepassing zijn, en/of de particulier bv. aan een echtscheiding toe is, is daarbij een open vraag, een nog onbepaalde eventualiteit, zodat, in de zin van de reglementsregel er (nog) geen sprake is van een welbepaalde zaak of dossier.

Ik meen dus te mogen besluiten dat er geen inbreuk gepleegd werd op het reglement.

Jo STEVENS
Bestuurder departement deontologie

Juli 2001