

## IAP e Ordine degli Avvocati di Milano: un accordo all'insegna della soft law della pubblicità italiana

LINK: <https://www.spotandweb.it/news/841033/iap-e-ordine-degli-avvocati-di-milano-un-accordo-allinsegna-della-soft-law-della-pubblicita-italiana.h...>



L'Ordine degli Avvocati di Milano e l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria - IAP - hanno siglato un Protocollo d'intesa, allo scopo di incrementare la conoscenza del sistema autodisciplinare e dei suoi strumenti e di favorire lo scambio di informazioni e best practices nel settore del diritto della comunicazione commerciale. Per il raggiungimento di questo obiettivo i due Enti si impegnano a promuovere e organizzare iniziative di formazione, informazione e approfondimento su tematiche condivise, rivolte sia agli iscritti all'Ordine che al pubblico in generale. Il ruolo svolto dall'Autodisciplina pubblicitaria è centrale nell'amministrazione della 'giustizia' in campo pubblicitario, un ruolo peraltro riconosciuto dalla Magistratura, dalla Cassazione a vari giudici di merito, in numerose sentenze. Tale rilevanza risulta quindi d'interesse

per l'Ordine degli Avvocati di Milano dal momento che numerosi professionisti fanno già ricorso agli strumenti autodisciplinari e altri potrebbero essere interessati a farlo in relazione non solo al contenzioso pubblicitario ma anche per evitare che insorga grazie allo strumento autodisciplinare del parere preventivo. Il Presidente del Consiglio dell'Ordine, avv. Vinicio Nardo, ha dichiarato 'non serviva la pandemia per dimostrare quanto la comunicazione sia diventata parte essenziale della vita di tutti i giorni dei cittadini, delle imprese, delle istituzioni e quindi della giustizia, che è un servizio centrale per il funzionamento di tutto il Sistema Paese, come dimostrano anche le priorità date dall'Europa alla sua trasformazione come elemento decisivo della ripartenza post-covid. Per questo il nostro protocollo con IAP è un passo nel presente e nel futuro di tutti

gli avvocati milanesi e una scommessa da vincere sia per affiancare i nostri interlocutori sia per dare garanzie in più nel mondo degli studi legali rispetto a quei rischi che proprio l'accelerazione della centralità della comunicazione rischia di generare nella giustizia come lo ha fatto in altri ambiti.' Il Presidente IAP, dott. Mario Barbuto, già presidente della Corte di Appello di Torino, ha dichiarato: 'l'Autodisciplina pubblicitaria è una risorsa per i consumatori, per le aziende, per i professionisti legali perché svolge un'azione deflattiva del contenzioso, ha procedure rapide ed efficaci. Il consolidarsi dei sistemi di ADR dimostra che le dinamiche sociali ed economiche attuali rendono superata una visione esclusivamente statualistica del diritto accogliendo i numerosi appelli che la Comunità europea rivolge agli Stati membri nella direzione di collaborare con

le autodiscipline nazionali. Lo IAP, che nel panorama delle autodiscipline europee vanta una solida tradizione e unanimi riconoscimenti, è dunque ben contenta di incrementare il dialogo con l'**Ordine** degli **Avvocati** di **Milano** per trovare utili occasioni di formazione e di collaborazione nell'interesse generale'.