

# Circolare del Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Siracusa a tutti gli Iscritti

(approvata con deliberazione del Coa nella seduta del 22 settembre 2026)

**Oggetto: Osservanza dei doveri deontologici nell'informazione professionale, nell'utilizzo dei social media, nei rapporti con gli organi di informazione e nell'acquisizione della clientela – Richiamo e specificazione delle indicazioni già formulate con Nota agli iscritti del 4 novembre 2025.**

Care Colleghe e cari Colleghi,

il Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Siracusa, nell'esercizio delle funzioni istituzionali attribuitegli dalla legge professionale, ritiene opportuno tornare sul tema del rispetto dei principi deontologici che governano l'informazione e la comunicazione dell'Avvocato, nonché le modalità attraverso le quali il professionista instaura rapporti con la clientela e si relaziona con gli organi di informazione e con il pubblico.

Il presente intervento si pone in linea di continuità con la nota agli iscritti del 4 novembre 2025, con la quale il Presidente, dando attuazione a quanto deliberato dal Consiglio, aveva già richiamato l'attenzione dell'Avvocatura siracusana sulla necessità che l'utilizzo dei social media e, più in generale, di ogni strumento di comunicazione pubblica fosse rigorosamente conforme ai principi di probità, dignità, decoro, correttezza, trasparenza e continenza propri della professione forense.

In quella sede era stato evidenziato come la trasformazione delle modalità di comunicazione, determinata dalla diffusione dei social network e delle piattaforme digitali, non abbia modificato la sostanza dei doveri dell'Avvocato, ma abbia, al contrario, reso ancora più necessario assicurarne l'osservanza, in ragione della particolare capacità di diffusione, permanenza e amplificazione dei contenuti pubblicati attraverso tali strumenti.

Era stato, altresì, rivolto agli iscritti uno specifico invito ad evitare forme, anche indirette, di **autopromozione, autocelebrazione, enfattizzazione dei risultati professionali, evocazione di successi, promesse di gratuità delle prestazioni**, nonché modalità comunicative suscettibili di compromettere il prestigio e l'immagine dell'Avvocatura.

A distanza di tempo, il Consiglio ritiene necessario **ribadire e ulteriormente specificare tali indicazioni**, anche alla luce delle fattispecie che possono concretamente presentarsi nell'utilizzo dei nuovi mezzi di comunicazione e dei principi affermati dalla giurisprudenza disciplinare.

La finalità del presente documento è, pertanto, essenzialmente preventiva: offrire agli iscritti indicazioni chiare circa comportamenti che possono porsi in contrasto con il Codice Deontologico Forense e che, ove concretamente riscontrati, potranno formare oggetto delle iniziative previste dall'ordinamento professionale.

Le indicazioni che seguono hanno carattere ricognitivo ed esemplificativo e non introducono fattispecie disciplinari ulteriori rispetto a quelle previste dalla legge e dal Codice Deontologico Forense, precisandosi che nessuna delle condotte indicate può essere considerata automaticamente illecita, dovendo ogni episodio essere valutato in concreto, avuto riguardo al contenuto, al contesto, ai destinatari, alle modalità di diffusione, alla finalità perseguita e alla concreta idoneità della condotta a ledere gli interessi tutelati dalle disposizioni applicabili.

## 1. PRINCIPI GENERALI

L'esercizio della professione forense, anche nelle sue manifestazioni comunicative esterne, rimane assoggettato ai doveri fondamentali stabiliti dal Codice Deontologico Forense.

Assumono particolare rilievo:

**l'art. 9 CDF**, che impone all'Avvocato di esercitare l'attività professionale con indipendenza, lealtà, correttezza, probità, dignità, decoro, diligenza e competenza e nel rispetto dei principi della corretta e leale concorrenza, con doveri destinati ad operare anche al di fuori dell'attività strettamente professionale quando il comportamento possa compromettere la reputazione personale o l'immagine della professione;

**l'art. 13 CDF**, in materia di segretezza e riservatezza, che impone il massimo riserbo sui fatti e sulle circostanze apprese nell'esercizio dell'attività professionale;

**l'art. 17 CDF**, che consente l'informazione sull'attività professionale, sull'organizzazione dello studio, sulle specializzazioni e sui titoli scientifici e professionali posseduti, purché l'informazione diffusa con qualunque mezzo sia trasparente, veritiera, corretta, non equivoca, non ingannevole, non denigratoria, non suggestiva e non comparativa;

**l'art. 18 CDF**, relativo ai rapporti con gli organi di informazione, nei quali l'Avvocato è tenuto ad equilibrio e misura, nel rispetto dei doveri di discrezione e riservatezza;

**l'art. 35 CDF**, che disciplina il dovere di corretta informazione e vieta, tra l'altro, informazioni comparative, equivocate, ingannevoli, denigratorie o suggestive, l'indicazione di nominativi di clienti o parti assistite e di professionisti non organicamente collegati allo studio, imponendo che forme e modalità dell'informazione rispettino dignità e decoro;

**l'art. 36 CDF**, concernente il divieto di attività professionale senza titolo e l'utilizzazione di titoli professionali inesistenti o non conseguiti;

**l'art. 37 CDF**, che vieta l'accaparramento della clientela;

**l'art. 52 CDF**, che vieta l'utilizzo di espressioni offensive o sconvenienti nell'esercizio dell'attività professionale;

**l'art. 57 CDF**, che detta specifiche prescrizioni nei rapporti con gli organi di informazione e nell'attività di comunicazione connessa all'attività difensiva e processuale;

nonché **l'art. 7 CDF**, in relazione alla responsabilità dell'Avvocato per le condotte poste in essere, su suo incarico, da associati, collaboratori e sostituti.

Tali principi operano **indipendentemente dal mezzo utilizzato**. Sito internet, social network, piattaforma digitale, newsletter, podcast, intervista, comunicato stampa o altro strumento di comunicazione non modificano la natura e l'estensione dei doveri deontologici.

## **2. INFORMAZIONE PROFESSIONALE E AUTOPROMOZIONE**

È pienamente legittimo che l'Avvocato comunichi al pubblico la propria attività, l'organizzazione dello studio, le aree nelle quali opera, le specializzazioni e i titoli effettivamente posseduti.

L'informazione professionale, tuttavia, deve rimanere tale e **non trasformarsi in comunicazione prevalentemente promozionale o captativa**.

Richiedono particolare cautela e potranno assumere rilievo, ove valutate nel loro concreto contenuto e contesto, le comunicazioni nelle quali:

- vengano utilizzati superlativi, espressioni auto elogiative o formule suggestive volte ad accreditare una particolare superiorità professionale (ad es. "leader del settore");
- siano enfatizzati risultati conseguiti, cause vinte o percentuali di successo;
- siano effettuati confronti, anche indiretti, con altri professionisti;
- vengano utilizzati titoli professionali non conseguiti o qualifiche non pertinenti all'attività esercitata;

- siano indicati nominativi di clienti o parti assistite con finalità promozionale, anche quando questi abbiano prestato il proprio consenso;
- siano indicate collaborazioni con professionisti o strutture non organicamente e realmente collegate allo studio;
- articoli di stampa, interviste o servizi giornalistici relativi all'attività dello studio

vengano successivamente utilizzati o rilanciati con modalità sostanzialmente autocelebrative.

La mera pubblicazione di una notizia relativa a un incarico, a una decisione, a una pubblicazione o a un riconoscimento non assume, di per sé, carattere illecito. La valutazione deve riguardare il linguaggio utilizzato, il contesto, la sistematicità della comunicazione, l'eventuale finalità di acquisizione della clientela e l'effetto promozionale concretamente perseguito.

Particolare attenzione dovrà essere prestata alla distinzione tra **informazione e promozione**, non potendo la prima essere utilizzata come strumento surrettizio per conseguire finalità di acquisizione della clientela.

### 3. ACQUISIZIONE DELLA CLIENTELA

Il Consiglio richiama in maniera specifica il divieto stabilito dall'**art. 37 CDF**.

Non è conforme ai doveri professionali acquisire rapporti di clientela attraverso agenzie, procacciatori o altri intermediari con modalità incompatibili con correttezza e decoro, né corrispondere provvigioni per la presentazione di clienti.

Parimenti, richiedono particolare attenzione:

- l'offerta non richiesta di assistenza professionale rivolta direttamente a persone coinvolte in una determinata vicenda;
- il contatto, anche attraverso messaggi privati, posta elettronica o social network, con potenziali clienti individuati in relazione ad uno specifico affare;

l'offerta delle proprie prestazioni presso il domicilio degli utenti, luoghi di lavoro, strutture di cura, luoghi di riposo, di svago o altri luoghi pubblici;

- la predisposizione online di moduli di nomina o procure precompilate quando lo strumento sia concretamente funzionale alla sollecitazione di incarichi relativi a specifiche vicende;
- l'offerta di prestazioni gratuite o con compenso condizionato al risultato quando utilizzata quale strumento per attrarre clientela;
- il contatto con persone già assistite da altro professionista, o con loro familiari, sfruttando la risonanza mediatica di una vicenda;
- gli inviti generalizzati diffusi sui social network a promuovere determinate azioni giudiziarie quando, per contenuto e modalità, emerga una finalità prevalentemente acquisitiva e non una finalità meramente informativa, sociale o istituzionale.

La gratuità dell'attività offerta non vale, di per sé, ad escludere la possibile rilevanza deontologica della condotta. La sua eventuale rilevanza dovrà essere valutata in relazione al contesto, ai destinatari, alle modalità dell'offerta, alla specificità della vicenda e alla concreta finalità di acquisizione degli incarichi.

### 4. RAPPORTI CON LA STAMPA E COMUNICAZIONE RELATIVA AI PROCEDIMENTI

L'interlocuzione dell'Avvocato con gli organi di informazione deve essere improntata a **equilibrio, misura, discrezione e riservatezza**.

Fatte salve le effettive esigenze di tutela della parte assistita, devono essere rigorosamente evitati:

- la diffusione di notizie coperte dal segreto di indagine;
- la comunicazione di informazioni riservate acquisite nell'esercizio del mandato;
- l'utilizzazione pubblica del nome del cliente o dell'assistito con finalità di promozione professionale;
- l'enfaticizzazione delle proprie capacità o dei risultati conseguiti;
- la sollecitazione di articoli, servizi giornalistici o interviste allo scopo di conseguire visibilità personale;
- la convocazione o la sollecitazione di conferenze stampa quando, in assenza di una concreta esigenza di tutela dell'assistito o di corretta informazione su una vicenda di interesse pubblico, l'iniziativa risulti prevalentemente diretta ad assicurare visibilità personale o promozionale al professionista la diffusione di informazioni idonee a consentire l'identificazione di minori coinvolti nei procedimenti.

Dovrà inoltre essere prestata particolare cautela nell'utilizzo di contenuti giornalistici commissionati, concordati o predisposti con finalità promozionali, quando siano presentati al pubblico come contributi editoriali indipendenti e la loro funzione prevalente sia quella di promuovere il professionista o lo studio.

## 5. SOCIAL NETWORK E PIATTAFORME DIGITALI

Il Consiglio ribadisce quanto già rappresentato nella Nota del 4 novembre 2025: **il mezzo digitale non costituisce uno spazio sottratto alla disciplina deontologica.**

La sottoposizione dei contenuti digitali ai doveri deontologici non comporta, tuttavia, che ogni contenuto pubblicato online assuma automaticamente natura professionale o rilievo disciplinare. La valutazione deve riguardare la natura del messaggio, la sua riconducibilità all'attività professionale, i destinatari, le modalità di diffusione e la concreta idoneità della condotta a incidere sui valori tutelati dal Codice Deontologico Forense.

La rapidità della comunicazione, la sua potenziale viralità e la permanenza dei contenuti impongono, semmai, un livello ancora maggiore di prudenza.

Saranno quindi particolarmente attenzionati:

- la pubblicazione di post contenenti nominativi, immagini o altri elementi idonei ad identificare clienti, assistiti o vicende processuali affidate allo studio;
- la condivisione sistematica di articoli, sentenze, provvedimenti o notizie riguardanti procedimenti seguiti dal professionista quando avvenga con modalità autocelebrative;
- la pubblicazione, in occasione di incidenti, calamità, fatti di cronaca o vicende di particolare risonanza, di messaggi che offrano assistenza professionale o prospettino gratuità o condizioni di particolare favore;
- gli interventi in gruppi, forum e community finalizzati all'acquisizione di incarichi;
- l'impiego di espressioni offensive o sconvenienti nei confronti di colleghi, magistrati, controparti o terzi;
- ogni forma di comunicazione che, pur formalmente presentata come informativa, abbia natura sostanzialmente promozionale o acquisitiva.

Il carattere riservato o circoscritto della comunicazione costituisce un elemento da considerare nella valutazione concreta della fattispecie, senza comportare né l'automatica irrilevanza disciplinare del messaggio né l'assoggettamento indistinto di ogni comunicazione privata alla vigilanza deontologica. Dovranno essere valutati il numero e la natura dei destinatari, il contenuto del messaggio, il grado di riservatezza del gruppo e l'eventuale successiva diffusione.

Il Consiglio richiama, in particolare, quanto già evidenziato nella precedente Nota circa la necessità di evitare polemiche o critiche incompatibili con l'immagine della professione e di mantenere la comunicazione professionale improntata alla massima sobrietà. Il richiamo alla continenza non comporta una valutazione del merito delle opinioni espresse né limita, in quanto tale, la libertà di manifestazione del pensiero o il diritto di critica. Esso riguarda le modalità concretamente utilizzate, quando risultino oggettivamente offensive, denigratorie, volgari o comunque incompatibili con i doveri deontologici applicabili.

## **6. DIGNITÀ E DECORO NELLA GESTIONE DEI PROFILI SOCIAL E NELLA PUBBLICAZIONE DI IMMAGINI**

Il Consiglio ritiene opportuno richiamare l'attenzione degli iscritti sul fatto che i doveri di probità, dignità e decoro possono assumere rilievo anche rispetto a comportamenti della vita privata, quando, per le loro caratteristiche concrete, essi risultino idonei a compromettere la reputazione personale dell'Avvocato o l'immagine della professione forense.

La presente indicazione non intende sottoporre a valutazione disciplinare la vita privata dell'iscritto né introdurre modelli soggettivi di moralità, comportamento o stile di vita. La rilevanza deontologica dovrà essere valutata sulla base di elementi concreti e verificabili, tra cui il contenuto oggettivamente offensivo, volgare o gravemente sconveniente, la riconducibilità all'iscritto, il contesto, le modalità di diffusione e la concreta idoneità lesiva della condotta.

**Tale principio assume particolare rilievo nell'utilizzo dei social network e delle piattaforme digitali, nei quali la distinzione tra dimensione personale e dimensione professionale può risultare significativamente attenuata, soprattutto quando il profilo sia pubblico, sia riconducibile in maniera immediata all'Avvocato o contenga riferimenti alla sua qualifica professionale.**

La valutazione può riguardare anche fotografie, immagini, video e altri contenuti visivi pubblicati o diffusi attraverso profili social, quando, avuto riguardo al contenuto oggettivo, al contesto, alla riconducibilità all'iscritto e alle concrete modalità di diffusione, essi risultino incompatibili con i doveri deontologici applicabili o siano concretamente idonei a compromettere la reputazione personale dell'Avvocato o l'immagine della professione forense.

La libertà dell'Avvocato di utilizzare i social network anche per rappresentare aspetti della propria vita personale rimane naturalmente ferma. Essa deve tuttavia conciliarsi con la particolare posizione che l'ordinamento professionale riconosce all'Avvocato e con il conseguente dovere di evitare comportamenti che, per **contenuto, modalità di rappresentazione, contesto, reiterazione o particolare esposizione pubblica**, risultino concretamente idonei a compromettere la dignità personale del professionista, il decoro richiesto dall'appartenenza alla classe forense o l'immagine dell'Avvocatura.

Ne consegue che anche nella scelta e nella pubblicazione di immagini relative alla propria sfera personale l'iscritto è chiamato ad osservare un criterio di **misura, continenza e consapevolezza della propria funzione professionale**, valutando preventivamente l'impatto che il contenuto, una volta reso pubblico, può assumere presso colleghi, assistiti, istituzioni e generalità dei consociati.

Particolare attenzione dovrà essere prestata alla pubblicazione di immagini o contenuti audiovisivi che, avuto riguardo alle concrete modalità della loro rappresentazione e diffusione, possano assumere carattere **volgare, sconveniente, gravemente inappropriato o comunque incompatibile con la dignità e il decoro della professione**, nonché a contenuti che, per il loro carattere oggettivamente offensivo, volgare o gravemente sconveniente e per le modalità della loro diffusione, siano concretamente idonei a compromettere la reputazione dell'iscritto o l'immagine della professione forense.

La circostanza che un contenuto sia pubblicato su un **profilo personale**, anziché sulla pagina professionale dello studio, non vale di per sé ad escluderne ogni possibile rilevanza deontologica. Ciò

che assume rilievo è la concreta riconducibilità della condotta all'iscritto e la sua eventuale capacità di incidere sulla reputazione personale dell'Avvocato o sull'immagine della professione, secondo quanto previsto dall'art. 9 CDF.

Il Consiglio invita pertanto ciascun iscritto ad adottare, anche nella gestione della propria immagine digitale, quella **sobrietà e consapevolezza** che costituiscono espressione dei doveri di dignità e decoro propri dell'Avvocatura, ricordando che la particolare diffusività e permanenza dei contenuti pubblicati sulle piattaforme digitali può amplificarne considerevolmente gli effetti.

Resta fermo che **non ogni contenuto attinente alla vita privata dell'Avvocato assume, per ciò solo, rilevanza deontologica**, dovendo l'eventuale valutazione avere riguardo alle caratteristiche concrete della condotta e alla sua effettiva idoneità a compromettere i valori tutelati dall'art. 9 CDF.

## **7. RESPONSABILITÀ PER LA GESTIONE DEI PROFILI PROFESSIONALI**

L'affidamento della gestione di siti internet, pagine social o altri canali comunicativi dello studio a collaboratori, dipendenti, consulenti o agenzie esterne **non determina, di per sé, il venir meno della responsabilità dell'Avvocato**.

Il professionista dovrà pertanto predisporre modalità organizzative idonee ad assicurare il preventivo controllo dei contenuti destinati alla pubblicazione e la tempestiva rimozione di quelli eventualmente non conformi.

Particolare prudenza dovrà essere adottata rispetto ai contenuti predisposti da soggetti terzi e successivamente condivisi attraverso i canali dello studio. L'affidamento a terzi della gestione dei canali comunicativi non esclude gli obblighi di istruzione, controllo e vigilanza dell'Avvocato, la cui eventuale responsabilità dovrà tuttavia essere valutata in concreto, tenendo conto delle istruzioni impartite, delle misure organizzative adottate, della conoscenza o conoscibilità del contenuto e delle iniziative assunte per impedirne o rimuoverne la diffusione.

## **8. CONDOTTE OGGETTO DI SPECIFICA ATTENZIONE**

Alla luce di quanto sopra, il Consiglio ritiene opportuno evidenziare che potranno assumere rilievo, previa valutazione concreta della singola fattispecie e senza automatismi, le condotte consistenti, tra le altre:

- j) nell'utilizzo di forme di pubblicità comparativa, suggestiva, autoelogiativa o denigratoria;
- k) nella divulgazione, a fini promozionali, dell'identità dei clienti o delle parti assistite;
- l) nell'enfaticizzazione pubblica di risultati, successi processuali o capacità professionali;
- m) nell'utilizzo di titoli o qualifiche non conseguiti o non pertinenti;
- n) nell'offerta non richiesta di prestazioni a soggetti determinati in relazione a specifiche vicende;
- o) nell'offerta di prestazioni gratuite utilizzata quale modalità di acquisizione della clientela;
- p) nell'utilizzo di intermediari, procacciatori, agenzie o altri soggetti per l'acquisizione di incarichi con modalità non consentite;
- q) nello sfruttamento di fatti di cronaca o vicende di particolare risonanza per proporre assistenza professionale;
- r) nella diffusione attraverso stampa, social network o altri strumenti di informazioni riservate o relative a procedimenti in corso in violazione dei doveri di segretezza e riservatezza;
- q) nella sollecitazione di articoli, interviste o servizi destinati prevalentemente ad assicurare visibilità al professionista;
- r) nell'utilizzo di contenuti apparentemente giornalistici o informativi aventi, in realtà, finalità promozionale;

- s) nell'impiego sui social network di espressioni offensive o sconvenienti;
- t) nell'affidamento incontrollato a terzi della comunicazione dello studio senza adeguate misure di verifica e vigilanza.
- u) nella pubblicazione o diffusione, anche attraverso profili social personali, di fotografie, immagini, video o altri contenuti visivi che, per il loro carattere oggettivamente offensivo, volgare o gravemente sconveniente, per il contesto, per la riconducibilità all'iscritto e per le concrete modalità di diffusione, risultino incompatibili con i doveri deontologici applicabili o siano idonei a compromettere in modo apprezzabile la reputazione personale dell'iscritto o l'immagine della professione forense.

L'elencazione è esemplificativa e non esaustiva e non attribuisce rilievo disciplinare a una condotta per la sola corrispondenza formale con una delle ipotesi indicate. Occorrerà verificare, caso per caso, la disposizione applicabile, il contesto, l'elemento soggettivo, le modalità di diffusione e la concreta lesività del comportamento.

## 9. VIGILANZA E CONSEGUENZE DISCIPLINARI

Il Consiglio, nell'esercizio dei compiti di vigilanza attribuitigli dalla legge professionale, prenderà in considerazione le notizie relative a condotte concretamente conosciute e suscettibili di rilievo disciplinare e, quando ne ricorrano i presupposti, procederà secondo quanto previsto dalla legge professionale, senza che la presente comunicazione comporti un monitoraggio generalizzato o indiscriminato dei profili social degli iscritti.

Le eventuali violazioni saranno valutate dagli organi competenti secondo la legge professionale e il Codice Deontologico Forense, avuto riguardo alla gravità del fatto, all'elemento soggettivo, alle modalità e alla diffusione della condotta, al comportamento dell'incolpato precedente e successivo al fatto, all'eventuale pregiudizio arrecato e a ogni altra circostanza rilevante. La presente circolare non anticipa la qualificazione giuridica delle singole condotte né la sanzione eventualmente applicabile.

In particolare, le violazioni degli artt. **35, 37 e 52 CDF** possono comportare la censura, ferme le regole generali sulla determinazione della sanzione; l'art. **57 CDF** contempla la sospensione dall'esercizio dell'attività professionale da due a sei mesi; l'art. **36 CDF** prevede, secondo la fattispecie, la sospensione da due a sei mesi ovvero da sei mesi ad un anno.

Resta ferma la competenza del **Consiglio Distrettuale di Disciplina** per l'esercizio della funzione disciplinare.

Ai sensi degli artt. 29, comma 1, lettera f), e 50, comma 4, della legge n. 247 del 2012, il Consiglio dell'Ordine, quando venga a conoscenza di una notizia di illecito disciplinare, deve darne comunicazione all'iscritto, invitarlo a presentare le proprie deduzioni entro venti giorni e trasmettere quindi immediatamente gli atti al Consiglio Distrettuale di Disciplina, cui compete in via esclusiva ogni ulteriore atto del procedimento.

\*\*\* \*\*

Il presente documento non sostituisce il richiamo rivolto agli iscritti il 4 novembre 2025, ma ne costituisce naturale prosecuzione e specificazione.

Il Consiglio intende, attraverso questo ulteriore intervento, riaffermare un principio essenziale: l'evoluzione delle forme di comunicazione della professione forense non può determinare l'attenuazione dei doveri che ne presidiano dignità, indipendenza e funzione sociale.

La libertà dell'Avvocato di comunicare la propria attività professionale costituisce una possibilità riconosciuta dall'ordinamento, ma deve essere esercitata entro il confine che separa la **corretta informazione dall'autopromozione suggestiva, la legittima comunicazione dall'accaparramento della clientela, la tutela dell'assistito dalla ricerca di visibilità personale.**

Il Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Siracusa confida nel senso di responsabilità degli iscritti e

nella piena condivisione di principi che appartengono alla tradizione e alla funzione stessa dell'Avvocatura.

Al contempo, in continuità con quanto già rappresentato nella nota del 4 novembre 2025 — nella quale era stata espressamente preannunciata la segnalazione agli organi disciplinari delle eventuali deviazioni dai principi deontologici fondamentali — il Consiglio **assicurerà particolare attenzione alle condotte sopra indicate**, procedendo, quando ne ricorrano i presupposti, secondo quanto previsto dalla legge professionale.

La tutela del decoro professionale non risponde, infatti, ad una logica meramente corporativa, ma alla necessità di preservare **l'affidamento dei cittadini nell'Avvocatura quale presidio dei diritti, delle libertà e dell'effettività della tutela giurisdizionale**".

Siracusa 23.09.2026



Il Presidente  
Avv. Antonio Randazzo