

3 questions à Nathalie Brion

sur « L'image de l'avocat dans l'opinion publique »

Titulaire d'un DEA de sciences politiques et d'une licence de philosophie, **Nathalie Brion** a été associée et membre du directoire du cabinet d'intelligence économique ESL & Network de 1992 à 2000. Dès 2000, elle a occupé la fonction de Directeur Général de l'Institut d'Analyses Géoeconomiques, filiale du cabinet ESL & Network, chargée de développer de nouvelles méthodologies d'étude et d'analyse de l'opinion. Depuis 2004, elle préside l'Institut Tendances (<http://www.societale.com/>). Elle a enseigné au DESS d'études stratégiques et marketing de l'IEP Paris, à l'ESCP et à l'École Polytechnique. Elle est également chroniqueuse de la chaîne Public Sénat, où elle est en charge de l'analyse du discours des hommes politiques.

1 C. Féral-Schuhl: Nathalie Brion, vous êtes sociologue, philosophe, juriste également, vous avez fondé Tendances Institut qui a vocation à réaliser des études d'opinion. Dites nous comment est perçu l'avocat par le public ?

N. Brion : Il faut distinguer deux niveaux : d'une part, le grand public - les individus qui ont à faire avec un avocat, soit au moment d'un divorce ou d'un licenciement – donc à des moments de vie personnelle – et d'autre part, les chefs d'entreprise qui ont une relation différente avec l'univers des avocats. Pour « monsieur tout le monde », l'avocat est quelqu'un qui cherche globalement à s'enrichir avant de servir les intérêts de son client. Nous travaillons beaucoup sur l'expression spontanée sur le web et nous avons ainsi constaté que toutes les questions afférentes aux avocats ont trait aux honoraires et que, pour la plupart, l'avocat commis d'office est *a priori* suspect car il n'est pas payé. Alors que ce devrait justement être le moment d'heure de gloire de l'avocat, le moment où il remplit la mission de service public de son métier. Pour les chefs d'entreprise, c'est différent. Le chef d'entreprise recherche dans son avocat un conseil qui va l'accompagner dans la mise en œuvre de sa stratégie. Là, j'ai le sentiment que les cabinets d'avocats, de culture française et de droit romain, sont assez différents des cabinets anglo-saxons. En France ou en Europe latine, le chef d'entreprise va chercher une personne qui va accompagner un dirigeant tout au cours de sa vie, professionnelle et personnelle. Il va faire appel au même avocat pour un licenciement ou pour son divorce, même si ce n'est pas l'avocat qui va suivre ces deux procédures, c'est à lui qu'il fera appel.

2. C.Féral-Schuhl : Comment l'avocat est-il perçu par rapport aux technologies ? Doit-il progresser sur ce terrain ?

N.Brion : Evidemment oui. 1/3 de l'humanité a Internet, c'est par Internet qu'on achète, c'est par Internet qu'on se renseigne, c'est par Internet qu'on communique. En analysant quelles sont les requêtes faites en matière juridique, on a constaté que les réponses sont fournies par droitfinance.net ou doctissimo ! Doctissimo, les bras m'en sont tombés. C'est vraiment de la mission de l'Ordre des avocats, ou en tous cas la mission des avocats, que de fournir des réponses claires à la totalité des contribuables qui, peu ou prou, seront appelés, à un moment, à se renseigner sur le métier d'avocat. Or, quand ils se renseignent, ils vont chercher sur le web et Facebook ne suffit pas. Il faudrait qu'il y existe une plateforme référencée et je n'ai pas le sentiment que ce soit le cas aujourd'hui. Les chefs d'entreprise, les PME et les individus se retrouvent ainsi sur des sites comme droitfinance.net, qui deviennent des prescripteurs, alors qu'ils pourraient se rendre sur une plateforme de label où les cabinets seraient présents.

3. C.Féral Schuhl : L'accès du droit à tous n'a-t-il pas changé l'image de l'avocat ? Il y a dix ans, on pouvait consulter un avocat qui, à partir de la documentation, pouvait rendre une consultation motivée, en s'appuyant sur les articles des codes et d'autres éléments. Aujourd'hui, avec le site Legifrance et les bases de données, tout le monde a accès au droit.

N.Brion : Oui, il y a une évolution dans l'attribution de la valeur car aujourd'hui, sur le web, l'information est accessible à tous. Le métier d'avocat est aujourd'hui en train d'évoluer vers une prestation très personnalisée de conseil et les avocats français ont vraiment une carte à jouer car c'est dans leur culture d'être dans cet accompagnement général. Alors qu'avant on vendait une information pas trop chère pour délivrer une information que d'autres n'avaient pas, aujourd'hui, cela n'a plus de valeur. En revanche, dire « *Voilà la façon dont vous pouvez exploiter tel type d'informations* », a de la valeur et c'est vraiment le métier d'avocat. Un bon avocat c'est quelqu'un qui sait comment exploiter la bonne information.