

Texte intégral de l'échange

Entre Christiane Féral-Schuhl et Nathalie Brion

Avec l'intervention de Xavière Caporal
sur « L'image de l'avocat dans l'opinion publique »

Xavière Caporal : Je viens de m'installer à mon compte et suis avocate au Barreau de Paris depuis 4 ans. Je constate aujourd'hui que certains confrères utilisent comme moi les technologies, que ce soit Internet, le mail ou les recherches sur des logiciels spécialisés, et qu'il y a un décalage avec d'autres confrères, peut être moins jeunes, qui ont une connexion Internet pour 5 avocats ou certains qui ne disposent même pas d'e mail. Je voudrais savoir ce que vous en pensez. Est-ce l'approche réelle de la profession d'aujourd'hui ?

CFS : Vous avez raison de soulever cette question car l'utilisation des nouvelles technologies par la profession est très inégale. Il y a un certain nombre de cabinets qui sont en retrait par rapport à ces outils, mais il y a une progression très nette et de plus en plus rapide. Aujourd'hui, la plupart des cabinets ont complètement intégré l'importance du site web. De la même manière, l'échange e mail est une réalité quotidienne. Nous sommes poussés également par la société, de manière générale, sur ce terrain. Cela me permet, Nathalie Brion de vous posez une question clé. 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 ?

NB : 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. D'ailleurs, nous travaillons beaucoup sur l'expression spontanée sur le web et on a 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 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.

CFS : Comment l'avocat est-il perçu par rapport aux technologies ? Doit-il progresser sur ce terrain ?

NB : Evidemment oui. 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 constate qu'elles ont trait aux honoraires, mais que les réponses sont faites par droitfinance.net ou doctissimo ! Doctissimo, les bras m'en sont tombés. C'est vraiment de la mission de l'Ordre, 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. Mais quand ils se renseignent, ils vont chercher sur le web et Facebook ne suffit pas. Il faudrait qu'il y ait une plateforme référencée existante et je n'ai pas le sentiment que ce soit le cas aujourd'hui.

CFS : Est-ce que l'accès du droit à tous n'a 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 toutes ces bases de données qui sont disponibles, tout le monde a accès au droit. Pour moi, l'avocat d'aujourd'hui a désormais une mission autre, il a une valeur ajoutée à apporter. On sent que la mutation s'opère de cette manière. Ensuite, il y a un autre élément, qui est l'élément discriminant et qui peut venir de ces outils technologiques, de cette capacité d'investir ou pas dans ces outils. Il y a toute une panoplie très riche. Certains avocats vont beaucoup investir dans leur site web qui va même devenir un vecteur d'information : il va y avoir un contenu informationnel qui auparavant donnait lieu à paiement et qui aujourd'hui est offert au client pour l'inciter à venir demander des consultations complémentaires. Il me semble qu'il y a un fléchissement dans cette perception de l'avocat et dans les attentes du client à l'égard de l'avocat.

NB: Vous avez tout à fait raison. Il y a une évolution dans l'attribution de la valeur. 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.

CFS : Aujourd'hui, quels sont les moyens de trouver son avocat ? Qu'est ce qui conduit une personne jusqu' à l'avocat qui aura à s'occuper de son dossier ?

NB : A Paris, le bouche à oreille continue à fonctionner, et même en dehors de Paris. Ce qui est intéressant, c'est que le bouche à oreille est soumis à compétition maintenant. On compare. La première requête se fait sur Google. Face book n'est pas un vecteur de recrutement, c'est un vecteur de mise en relation des avocats entre eux et cela reste un univers assez clos qui est d'ailleurs conçu pour cela. Ce que je trouve être un frein, vu de l'extérieur, c'est qu'il n'y a pas de plateforme de visibilité des cabinets d'avocats. Les grandes entreprises ont leur direction juridique et leurs réseaux fonctionnent. Mais les chefs d'entreprise, les PME et les individus se retrouvent sur des sites comme droitfinance.net, qui deviennent des prescripteurs, sans avoir de plateforme alors que l'on pourrait avoir une plateforme de label où les grands cabinets seraient présents et l'on pourrait arbitrer entre les grands cabinets car les grands cabinets sont des marques à New York, à Paris et à Londres.

CFS : Chaque année, nous sommes sollicités par les guides professionnels qui nous demandent toutes sortes d'informations sur notre activité, le nom de nos clients, les dossiers importants ou médiatiques ...Ils procèdent aussi à des enquêtes sur le marché. Les guides professionnels sont véritablement devenus pour les cabinets d'avocats un passage obligé. Considérez-vous qu'au niveau de l'opinion publique, ce soit un élément déterminant du choix ?

NB : Non, et vraiment non. Je n'ai personnellement jamais eu recours à aucun guide pour choisir un avocat car je considère que c'est une fonction beaucoup trop importante et stratégique pour l'entreprise. Quand on a un besoin d'un avocat, on ne regarde pas un annuaire, on a besoin de réagir très vite, que ce soit pour des raisons professionnelles ou personnelles. On va demander autour de soi et là le web joue le rôle d'une caisse de résonance qui est extraordinairement efficace.

CFS : Vous pensez qu'il est clair pour le quidam de se tourner vers la spécialité qui concerne son dossier ? Quand il cherche un avocat, sait-il vraiment ce qu'il recherche ?

NB : Le quidam va avoir le réflexe, par exemple s'il veut divorcer, d'aller sur un site comme femina. Un avocat lui répondra alors et lui conseillera de consulter un avocat spécialiste du droit de la famille. Puis, selon la ville, il pourra l'orienter. On est sûr du bouche à oreille démultiplié. Mais on ne cherche pas par critère, on cherche par besoin.

CFS : Avez-vous noté, dans vos études, que la distinction Homme / Femme ait pu jouer ? Est-ce un élément qui entre en considération dans le choix de l'avocat ?

NB: Je ne l'ai pas vu. J'aurais tendance à dire: ce n'est pas le sujet, le sujet, c'est la compétence. Si vous avez un avocat rapide, disponible, qui répond à vos questions sans vous sortir le Journal Officiel, qui vous répond par mail... vous le choisissez, que ce soit un homme ou une femme.

CFS : Y a-t-il des critères de choix liés à la taille du cabinet ? A l'expérience ?

NB : Hors Paris et pour des recours individuels à l'avocat, cela joue assez peu. A Paris, dans une configuration plus politique, cela joue car la visibilité est importante quand on est dans une opération de fusion acquisition, par exemple. Mais au final, pour le décideur, ce qui est important c'est la relation qu'il entretient intimement avec son avocat. En France, *l'intuitu personae* est vraiment installé et j'aurais tendance à considérer que c'est une force pour le Barreau de Paris, mais ce n'est pas le fruit de mes observations...

CFS De manière générale, pensez vous que la profession réponde aux attentes du public ? Ou bien est-on en décalage par rapport aux attentes ?

NB : Certains d'entre vous sont en décalage, clairement. La profession est trop masculine, trop vieillissante. Les femmes ne sont pas médiatisées, ce ne sont pas celles qui sont mises en avant. Du coup, la perception reste assez 19^e siècle, assez balzacienne de l'avocat dans son immense cabinet, tout cela respirant, sinon le calme et la volupté, mais du moins le luxe. Cela ne donne pas une grande image de mouvement et de modernité. Ce n'est pourtant pas la réalité. Si la réalité, c'est le mouvement et la modernité, il faut le montrer.

CFS : Aujourd'hui les clients se déplacent moins qu'avant. On échange par mails, par conférences téléphoniques, on voit moins souvent les clients dans nos cabinets. Le choix de s'installer dans des locaux moins luxueux ou de partager des locaux ne risque-t-il pas de déprécier l'image de l'avocat ? Ou de provoquer une inquiétude chez le client sur sa disponibilité, son efficacité ?

NB : On est dans une phase de mesure et de frugalité. Un exemple, Microsoft a signé avec nous car on les a reçus ici avec un plateau repas. Cette logique de modestie les a rassurés. Ils se sont dit « *ce sont des gens qui travaillent ; ils nous en donnent pour notre argent* ». Je pense que l'époque de l'avocat dans un cabinet de grand luxe, c'est dépassé. Et c'est la tendance. La modestie et la mesure sont les vraies valeurs pour demain.

CFS : L'image de l'avocat doit donc s'adapter à son environnement. Malgré l'image balzacienne de l'avocat, de nombreux jeunes travaillent aujourd'hui sans secrétaire, tapent eux-mêmes leur courrier, recourent aux outils technologiques, s'inscrivent dans la réalité quotidienne et pensent différemment. Ils s'adaptent ainsi à cet environnement social. Il y a pour moi une mutation de l'avocat que vos études, j'espère, vont permettre de mettre en évidence.

Xavière Caporal : Je me reconnais vraiment dans le portrait que vous avez fait des avocats modernes d'aujourd'hui : la disponibilité qu'on a vis-à-vis de nos clients, notre accessibilité du fait qu'on peut leur répondre rapidement par le biais des technologies. On est loin de

l'image de l'avocat très hautain. Je trouve que cela a beaucoup changé au niveau du rapport avec les clients. En revanche, je suis assez surprise de l'opinion exprimée sur les avocats commis d'office car je suis avocat commis d'office de temps en temps et je n'ai pas du tout senti de la méfiance ou du mépris de la part de ce type de client, mais plutôt de la reconnaissance. Ce sont justement des gens qui m'ont ramené d'autres clients après. J'espère que cette image va évoluer car ce serait vraiment dommage. Je trouve que c'est un bel acte de générosité de s'occuper des commissions d'office.