

Il y a un an, le décret du 28 octobre 2014 venait préciser les conditions dans lesquelles les avocats pouvaient se livrer à la toute nouvelle sollicitation personnalisée. Concernant les autres modes de publicité de l'avocat - maladresse de rédaction ou choix délibéré - le même décret renvoyait à un « vieux texte »<sup>[1]</sup> qui n'avait pas été actualisé pour tenir compte de la Directive Services ou de l'arrêt de la Cour Européenne du 5 avril 2011<sup>[2]</sup>, lequel avait ouvert la voie à ladite sollicitation personnalisée. Entre temps, la profession d'avocat avait modifié son article 10<sup>[3]</sup> sur la communication pour supprimer l'interdiction de principe de certaines formes de publicité, en conformité avec les règles européennes. Ce micmac législatif et réglementaire nous laissait avec l'interdiction de *la publicité par voie de tracts, d'affiches, films cinématographiques, émissions radiophoniques ou télévisées* à l'article 2 du décret du 25 août 1972 et l'absence de cette même interdiction à l'article 10 du RIN.

Nous avons été très nombreux à nous poser les mêmes questions : Que peut-on faire ? Quel est le bon texte : décret de 1972 ou article 10 du RIN ? Le Conseil d'Etat vient de lever le doute<sup>[4]</sup>. L'erreur était du côté de l'Etat. Les interdictions de l'article 2 du décret de 1972 ne sont plus de mise.

Le Conseil d'Etat a considéré que les principes essentiels (les communications doivent être sincères, ne pas être contraires à la loi, ne pas méconnaître la discrétion professionnelle et ne pas porter atteinte à la vie privée) et l'interdiction de la publicité comparative suffisent à encadrer la publicité des avocats.

C'est surtout concernant les films que la clarification était plus urgente. A une époque où l'écran de l'ordinateur ou du smartphone remplace celui de la télévision ou du cinéma, le texte du décret de 1972 n'était plus adapté. Les notions mêmes de film cinématographique ou de diffusion télévisée sont devenues floues. A l'heure où l'image est mieux référencée par Google que le texte, les films sont devenus un outil clé dans l'arsenal de la communication des cabinets.

Verrons-nous maintenant des affiches vantant les cabinets d'avocats fleurir dans le métro ? Ce n'est plus impossible même si le principe de discrétion demeure un critère d'appréciation. Nos rames et stations ne seront sans doute pas tout de suite décorées par des panneaux « IF YOU HAVE HAD A **SERIOUS** ACCIDENT, CALL 1-800-2422252 ». Moins ambitieuse mais sans doute efficace, une affiche ou enseigne qui signalerait la présence d'un avocat dans le voisinage immédiat soulève maintenant moins de questions.

Une certitude : les règles concernant la communication des avocats ont changé. La clarification attendue du Conseil d'Etat vient ajouter de nouvelles possibilités à la petite révolution que constitue la sollicitation personnalisée. Maintenant, il faut s'emparer de ces nouveaux moyens !

Dominic Jensen,  
Directeur stratégie

<sup>[1]</sup> Décret n°72-785 du 25 août 1972

<sup>[2]</sup> Cour de Justice de l'Union Européenne C-119/09 du 5 avril 2011

<sup>[3]</sup> RIN Avocats article 10 *modifié par DCN n°2014-001, AG du CNB du 10-10-2014, Publié au JO par Décision du 13-11-2014 - JO 5 décembre 2014*

<sup>[4]</sup> Conseil d'Etat, arrêt n° 386296 du 9 novembre 2015