

Souvent critiqués pour leur coût ou pour leur flou, les trophées, classements et autres guides font partie du paysage des cabinets d'avocats depuis de longues années, en France comme ailleurs. Les cérémonies organisées par The Lawyer en Angleterre en sont à leur 22<sup>ème</sup> année. Les Trophées du Droit ont soufflé leurs seize bougies au Pavillon d'Armenonville, le 31 mars dernier.

Fin 2015, le Conseil de l'Ordre a publiquement dénoncé « les offres faites par Leaders League (Magazine Décideurs - Décideurs Juridiques - Trophées du droit) qui semblent reposer principalement sur une proposition commerciale ». Pourtant, la semaine dernière, le Bâtonnier de Paris était présent lors de la cérémonie des Trophées. Cette ambivalence reflète une réalité : les avocats ne peuvent pas se passer de ces distinctions. Il y a deux raisons à cela : elles leur sont utiles et ils les aiment.

Dans tous les secteurs des affaires, des offres plus ou moins commerciales existent pour répertorier et classer les professionnels et les entreprises. Même si les critères de sélection ou de classement sont forcément imparfaits, même si les modèles économiques combinent parfois commercialité et objectivité, ces distinctions fournissent des indications aux clients potentiels des cabinets concernés. Est-ce qu'une entreprise choisira un avocat sur la base d'un prix ? Probablement pas. Les entreprises clientes des cabinets qui participent à ces événements connaissent bien le marché du droit et ses principaux acteurs. En revanche, ces prix traduisent souvent le renforcement d'une équipe, la participation à des opérations notables...des critères parfaitement valables dans une réflexion globale sur le choix d'un conseil. « *Je ne choisis pas mes avocats en fonction des prix ou classements mais je les regarde quand même* », disent les directeurs juridiques. Cela suffit pour que les avocats intègrent ces outils dans leur stratégie de communication.

Enfin, si on se fie à la foule qui se bouscule chaque année aux Trophées du Droit, il faut croire que les avocats aiment ce Festival de Cannes de la profession où presque tous les invités peuvent repartir avec un prix compte tenu du nombre de catégories. Si les agences de publicité, les banques d'affaires, les promoteurs immobiliers ou les restaurants ont leurs « awards » et le petit moment de gloire qui va avec... à quel titre devrait-on priver les avocats du leur?

Dominic Jensen