

Les nouvelles règles déontologiques concernant la communication des avocats sont une chance.

Lorsqu'apparaissent de **nouvelles règles** – surtout quand elles vont dans le sens d'une libéralisation – il y a toujours des voix conservatrices pour s'élever. N'en déplaie à ceux qui pensent que les nouvelles règles déontologiques concernant la communication des avocats risquent de porter atteinte à la crédibilité de la profession, **ces règles sont une chance**.

Il sera toujours possible de caricaturer le progrès que constituent ces règles en imaginant des cabinets faisant leur promotion par voie d'affiches au bord du périphérique ou des avalanches d'emails d'avocats saturant toutes les boîtes de réception.

La sollicitation personnelle désormais autorisée par la loi dite Hamon du 17 mars 2014 va **fluidifier et éclaircir un marché du conseil** dans lequel les avocats se plaignent souvent de la présence de « braconniers du droit ».

L'avocat sera moins restreint dans ses possibilités d'**approcher ceux qui peuvent avoir besoin de lui**. Il sera mieux armé pour lutter contre la concurrence. Mais cette loi n'intéresse pas que ceux qui attendent avec impatience de déployer de nouvelles initiatives en matière de communication. Avant même que ne soient parus les décrets attendus, **le grand mérite de ces nouvelles dispositions est de réveiller la profession à l'urgence de réfléchir aux notions de positionnement, de messages, de rencontre entre l'offre du cabinet et les besoins de la clientèle**. Ces problématiques sont les mêmes pour l'avocat individuel que pour le grand cabinet d'avocats d'affaires.

Peut-on rester immobile en attendant que le client se présente à la porte du cabinet ? Le marché du droit a longtemps été un marché de vendeurs dans lequel l'avocat dominait le rapport avec le client. L'équilibre s'est déplacé et c'est **désormais le client qui pose ses conditions**. Dans un environnement plus concurrentiel, ces nouvelles règles sont une **incitation à la réflexion** pour tous les cabinets. Reste à s'y mettre, seul ou accompagné d'un regard extérieur.

A propos de l'auteur :

Dominic Jensen, d.jensen@eliott-markus.com

Consultant spécialisé dans la stratégie et l'organisation des cabinets d'avocats.

Auteur de « Cabinet d'Avocats, création et stratégie, organisation et gestion » aux éditions Dalloz.

Directeur scientifique de Dalloz Avocats, exercer et entreprendre.

Enseignant à l'EFB et directeur stratégie de l'agence Eliott & Markus.

A propos de l'agence :

Eliott&Markus est une agence de conseil marketing et communication dédiée aux cabinets de services professionnels, aux professionnels du conseil et de l'expertise intellectuelle.

Nos métiers sont organisés pour atteindre les objectifs de nos clients : créer et mettre en place la stratégie marketing et communication off et online, gérer la communication et décliner le plan opérationnel, créer les supports de communication opérationnels.

Contact : **Gwénaëlle Henri**, g.henri@eliott-markus.com