

Par Kevin Hoffschir

Temps : 4'00''

L'Europe est un espace complexe à appréhender. Malgré l'existence de l'Union et du marché unique, les spécificités de chaque marché « local » survivent, et ont même tendance à s'exacerber, au point de devenir un préalable indispensable pour toute entreprise cherchant sa voie dans le dédale européen.

L'interdépendance croissante entre les économies et les législations européennes offre de formidables opportunités pour l'industrie juridique. Au-delà des grandes firmes du conseil et des cabinets d'avocats internationaux, le pari européen devient aujourd'hui accessible à de plus petites structures ayant identifié des ponts d'expertises porteurs entre les différentes places de droit européennes.

Le RGPD ou encore Brexit constituent les exemples les plus évidents en matière de montage d'offre « européenne », et la dynamique se confirme dans l'ensemble des matières juridiques, impactées dans leur ensemble par l'harmonisation croissante des cadres légaux européens.

Mais, pour celui qui se jette dans le grand bain européen, la prouesse reste d'arriver à dépasser des « frontières » qui existent sans exister, afin de pénétrer des marchés perçus comme « étrangers » mais appartenant à un marché unique, tout en maniant au mieux les subtilités culturelles des langues de Shakespeare, de Molière, de Dante et de Goethe, sans être mal compris.

DE L'IMPORTANCE DU RÉSEAU

Les spécificités et les habitudes de chaque pays européen sont un élément incontournable pour réussir sa stratégie européenne.

Peut-être plus qu'ailleurs, jouer en Europe oblige de s'adapter à la culture de sa cible, et implique d'entreprendre une stratégie plutôt « collective » (ou de réseau) qu'individuelle, en particulier sur le volet de la communication et des relations publiques.

Trop souvent, des cabinets français entreprennent des partenariats stratégiques avec d'autres cabinets européens sans prendre en considération le volet de la communication. Ou plus précisément, sans envisager de faire front commun avec le cabinet partenaire pour communiquer de manière globale, et pas seulement nationale.

Cette lacune est révélatrice de la complexité des réseaux d'influence européens. Chaque cabinet aura peut-être ses propres habitudes de communiquer, son propre réseau médiatique et il sera beaucoup plus facile de laisser le soin à chaque partenaire de communiquer individuellement, à son échelle et dans sa langue, plutôt que de monter une stratégie commune.

Pourtant, le bénéfice peut être conséquent en termes d'aura internationale pour les cabinets prêts à pousser la collaboration européennes un cran au-dessus. Mais il est évident que le fossé culturel et linguistique qui nous sépare de nos voisins allemands, italiens ou néerlandais constitue une contrainte quasi-insurmontable pour mener à terme ce genre d'initiative.

MIROVIA, 1^{ER} RÉSEAU EUROPÉEN EN LEGAL COMMUNICATION

Pour répondre à cette complexité culturelle typiquement européenne, les agences de communication commencent à faire bouger les lignes, en suivant la stratégie gagnante du réseau.

À rebours du modèle des grandes agences internationales, inadapté à la communication très spécifique du secteur légal européen, quatre agences de communication dédiées à l'industrie juridique ont décidé de former le premier réseau européen exclusivement dédié à la communication du secteur légal : [Mirovia](#).

A l'origine de cette initiative se trouvent Byfield Consultancy (Royaume-Uni), Eliott & Markus (France), W Consulting (Pays-Bas), Eye communications (Allemagne) et Valletta Relazioni Pubbliche (Italie).

L'objectif : fournir un accompagnement globalisé et intégré à une échelle européenne en capitalisant sur les connaissances fines de chaque partenaire de sa place de droit et de ses réseaux médiatiques.

Concrètement, cette alliance européenne doit servir de facilitateur pour tous les cabinets de services professionnels souhaitant mettre en valeur leurs mandats transfrontaliers auprès de l'écosystème très spécifique du secteur légal.

Plus symboliquement, cette alliance est la réponse logique, mais longtemps attendue, à la nécessité pour les cabinets de voir l'espace européen comme un espace intégré et non comme une accumulation de marchés distincts et fermés.