

[Avocats] Questions à...

Communication des avocats sur internet - Questions à **Christiane Féral-Schuhl, associée du cabinet Féral-Schuhl / Sainte-Marie et Présidente de l'Association pour le développement de l'informatique juridique (ADIJ)**

N° Lexbase : N4687BNW



Maître Christiane Féral-Schuhl, avocate associée du cabinet Féral-Schuhl / Sainte-Marie et présidente de l'Association pour le développement de l'informatique juridique (ADIJ), est LA référence en matière d'internet et de nouvelles technologies sur la place parisienne. Qui mieux qu'elle pouvait, alors, nous exposer les moyens permettant aux avocats d'investir la toile (principalement, à des fins de communication) et nous rappeler la réglementation applicable à la matière ? La candidate au Bâtonnat du Barreau de Paris nous a fait l'honneur d'un entretien sur un sujet qui, aujourd'hui, retient la plus grande attention de la part des confrères. Focus.

Lexbase : Les avocats communiquent-ils sur internet ? Via quels supports ?

Christiane Féral-Schuhl : Depuis plusieurs années maintenant, les avocats sont de plus en plus nombreux à communiquer sur internet.

Les confrères utilisent surtout des outils, désormais "classiques", tels que les messageries ou encore les sites internet pour présenter leurs structures, les avocats qui y exercent, leurs activités et, le cas échéant, leurs domaines de spécialisation.

Beaucoup de cabinets ont, également, mis en place des intranet leur permettant de gérer l'archivage, la gestion partagée des documents, ou encore des "e-rooms" et, plus généralement, des espaces de travail collaboratifs.

Par ailleurs, beaucoup de jeunes avocats créent des *blogs* à titre individuel pour réagir ou commenter l'actualité juridique de leur domaine d'activité, ce qui leur permet de faire connaître au public leur expertise. L'ADIJ a, d'ailleurs, décidé de récompenser chaque année un *cyber-blogueur*. Cet événement nous permet de faire le point sur l'existant et de vérifier la compatibilité des pratiques avec la réglementation applicable, mais surtout, de mesurer les avancées en termes de communication.

Nous constatons, également, un certain succès quant aux outils que l'on peut qualifier de "nouvelle génération", tels les réseaux sociaux "grand public" (*Facebook, Twitter*), en particulier chez les jeunes avocats. Ayant grandi avec internet, ils ont développé des usages spécifiques, qui favorisent le partage des connaissances et leur permettent de communiquer avec peu de moyens (1). Il faut garder présent à l'esprit que beaucoup de nos jeunes confrères rencontrent actuellement une grande difficulté à trouver une collaboration et n'ont

d'autres choix que de s'installer seul. Certains travaillent de chez eux, "avec les moyens du bord". Cette tendance ne fait malheureusement que s'intensifier. Les réseaux sociaux constituent pour eux une forme de "réseautage" favorisant l'échange et l'entraide.

Lexbase : Quels textes réglementent la communication des avocats sur internet ?

Christiane Féral-Schuhl : La communication des avocats est régie par l'article 15 du décret du 12 juillet 2005 (décret n° 2005-790, relatif aux règles de déontologie de la profession d'avocat **N° Lexbase : L6025IGA**). Le texte pose un principe général, applicable quel que soit le support envisagé : "*la publicité est permise à l'avocat, si elle procure une information au public et si sa mise en oeuvre respecte les principes essentiels de la profession*". Il précise, en outre, que "*la publicité inclut la diffusion de l'information sur la nature des prestations de services proposées, dès lors qu'elle est exclusive de toute forme de démarchage*".

La première condition posée tient à la finalité de la publicité : elle ne doit avoir d'autre but que d'informer le public. Cette information porte sur les mentions figurant habituellement sur les sites : présentation de la structure, des activités, etc..

La seconde condition tient au respect des principes essentiels régissant la profession. Aux termes de l'article 3 de la loi du 31 décembre 1971 (loi n° 71-1130, portant réforme de certaines professions judiciaires et juridiques **N° Lexbase : L6343AGZ**), l'avocat exerce ses fonctions "*avec dignité, conscience, indépendance, probité et humanité*". L'article 3 du décret du 12 juillet 2005 ajoute qu'il est soumis, dans son exercice, au respect "*des principes d'honneur, de loyauté, de désintéressement, de confraternité, de délicatesse, de modération et de courtoisie*". Les principes de confidentialité et de secret professionnel sont, également, consacrés.

Enfin, le texte pose une interdiction absolue en ce qui concerne le démarchage et va jusqu'à préciser que "*toute offre de service personnalisée adressée à un client potentiel est interdite à l'avocat*".

Le **règlement** intérieur national (RIN) reprend ces exigences et les affine à l'article 10. Il ajoute, notamment, que, "*quelle que soit la forme de publicité utilisée, toutes mentions laudatives ou comparatives et toutes indications relatives à l'identité des clients sont prohibées*". Il décline, ensuite, les différents supports existants, l'article 10-11 étant consacré à la publicité sur internet.

Ces dispositions réglementent les mentions obligatoires devant figurer sur le site (adresse du cabinet, nom et prénom de l'avocat, barreau d'appartenance, numéro de téléphone et de fax, etc.) et celles autorisées (les titres universitaires et les diplômes et fonctions d'enseignement supérieur français et étrangers, les distinctions professionnelles etc.). Le site de l'avocat ne peut comporter aucun encart ou bannière publicitaire pour quelque produit ou service que ce soit. L'avocat a l'obligation de contrôler les liens hypertextes figurant sur son site, afin de s'assurer qu'ils ne sont pas contraires aux principes essentiels de la profession. Si tel est le cas, il doit les supprimer sans délai. Enfin, le texte prévoit expressément que le contenu du site doit être respectueux du secret professionnel, de la dignité et de l'honneur de la profession.

L'Ordre exerce un contrôle : toute ouverture ou modification du site, ainsi que toute insertion de lien hypertexte doivent lui être préalablement notifiées pour homologation. Si cette dernière règle est louable, je doute qu'elle soit systématiquement mise en oeuvre, ni même que l'Ordre dispose des moyens lui permettant d'exercer un tel contrôle. Une décision a, néanmoins, connu un certain écho, celle de la cour d'appel de Toulouse en date du 15 février 2001 (CA Toulouse, 1ère ch., n° 2000/01962, Me Lassus c/ Conseil de l'Ordre des avocats de Toulouse **N° Lexbase : A6132ATB**), rendue au sujet du nom de domaine *avocat-toulouse.com* (2).

Lexbase : Ces règles visent le site du cabinet ou de l'avocat. Ont-elles vocation à s'appliquer aux autres supports tels les *blogs* ou les réseaux sociaux ? Selon vous, est-il opportun d'adopter une réglementation particulière en la matière ?

Christiane Féral-Schuhl : Les *blogs* et les réseaux sociaux sont des outils récents. Aucune disposition ne les régleme spécifiquement. Je ne suis, d'ailleurs, pas convaincue de la nécessité de fixer un régime particulier. La réglementation existante pose, il me semble, suffisamment de points de repère. La plupart des principes posés dans le cadre du site internet du cabinet -notamment, l'information du public et le respect des principes essentiels de la profession- sont transposables à ces nouveaux supports.

Néanmoins, un petit nombre de dispositions pose, il est vrai, quelques problèmes. Par exemple, la frontière du démarchage n'est pas toujours bien délimitée, en particulier, concernant les réseaux sociaux. Avertir l'Ordre de toute présence sur un réseau ou de toute publication sur un blog serait, par ailleurs, irréalisable. Ces cas particuliers commandent plus de souplesse.

Lexbase : Existe-t-il des inconvénients pour les avocats à communiquer sur internet ? Est-il opportun pour les cabinets d'établir une "politique" en la matière ?

Christiane Féral-Schuhl : S'il existe de nombreux avantages à communiquer sur internet, il faut, toutefois, rester vigilant. A l'heure du web 2.0, les internautes ne mesurent pas toujours l'impact de leur "participation" à la toile. Or, il faut garder présent à l'esprit que toute information peut être diffusée très rapidement, dans le monde entier et de façon quasi-permanente, et qu'il est très compliqué, voire impossible, de supprimer une information une fois diffusée. En témoignent les nombreux débats actuels sur le droit à l'oubli (3).

Les cabinets d'avocats sont confrontés, comme toute entreprise, à des risques amplifiés par ces nouveaux outils : fuite d'information, fausses rumeurs, perte du contrôle de leur communication extérieure etc..

Etablir une politique commune au sein du cabinet, qui pourrait prendre la forme d'une "charte de bonne conduite", permettrait d'éviter (au moins en grande partie) de telles dérives. Cela ne nécessite pas que la "norme" soit élaborée. Une simple mention qui s'afficherait au moment de la connexion à internet pourrait rappeler certaines obligations : secret professionnel, confidentialité....

-
- (1) Lire *De la nécessité d'intégrer le web à l'exercice de la profession d'avocat - Questions à Clarisse Berrebi - avocate et Présidente nationale de l'ACE-JA*, Lexbase Hebdo n° 15 du 18 janvier 2010 - édition professions (N° Lexbase : N9623BMD).
(2) Lire *Avocat : quel-nom-de-domaine.com ?*, Lexbase Hebdo n° 20 du 25 février 2010 - édition professions (N° Lexbase : N2584BNZ).
(3) Lire *Colloque e-liberté / e-sécurité*, Lexbase Hebdo n° 21 du 4 mars 2010 - édition professions (N° Lexbase : N4691BN3).