

DIALOGUE À PROPOS D'UNE VITRINE 278r8



Thierry WICKERS
Avocat au barreau de Bordeaux,
ancien président du Conseil national
des barreaux, EXEME

“ Une vitrine, ce n’est
jamais qu’une immense carte
de visite translucide ”

« Toutes les enquêtes le démontrent : le rôle des avocats n’apparaît pas clairement aux non-juristes. Il faut réagir !

- Mais encore ?

- Il existe désormais de nouveaux fournisseurs de services juridiques qui ont mieux compris les besoins du public et qui cherchent à nous concurrencer. Je vous incite à innover.

- J’ai une idée : j’envisage d’ouvrir une vitrine sur la rue, pour rendre mon cabinet plus accessible et créer une relation de proximité.

- La publicité et le démarchage sont désormais largement ouverts aux avocats. Vous avez raison de vous emparer de ces nouveaux outils.

- Je profiterai de cet espace publicitaire pour présenter mes domaines d’intervention et expliquer en quoi consistent mes prestations.

- Vous n’y pensez pas ! Le 7 septembre dernier, la cour d’appel de Rouen a jugé qu’une vitrine ne sert qu’à afficher le nom des avocats composant le cabinet et leurs spécialités.

- Pour quelles raisons ?

- Essentiellement, parce qu’il faut protéger les avocats qui font l’effort de passer un diplôme de spécialité, de la concurrence de ceux qui se contentent de mettre en avant des compétences auto-proclamées.

- C’est assurément un objectif légitime. Mais le régime des spécialités n’est guère répandu en Europe et ce sont les domaines d’activité, déclarés par les avocats, qui figurent sur l’annuaire européen de la profession, le portail e-justice de la Commission européenne.

- C’est vrai, mais le RIN interdit la mention des domaines d’activité sur le papier à en-tête, les cartes de visite et les plaques professionnelles.

- Le RIN permet de faire état des domaines d’activité sur la plaquette du cabinet, sur un site internet (la vitrine virtuelle du cabinet), sur un panneau d’affichage, dans un spot à la télé, à la radio... Quel est donc le sens de cette différence de traitement ?

- C’est ainsi, il y a des supports permis et des supports interdits.

- Mais justement, les vitrines ne figurent pas dans l’énumération des supports interdits et la loi affirme le principe de la liberté de la publicité. Tout ce qui n’est pas interdit de manière expresse n’est-il pas autorisé ?

- Considérez qu’une vitrine, ce n’est jamais qu’une immense carte de visite translucide, ou une très grande plaque professionnelle transparente. Vue par le petit côté de la lorgnette, elle apparaît d’ailleurs de la même taille ! Voilà pourquoi on doit lui appliquer les mêmes règles, pour préserver la dignité de la profession et les principes essentiels.

- Vous n’auriez pas tendance à confondre éthique et étiquette ? Je croyais que nous en avions fini avec ces débats d’un autre temps.

- Vous devenez importun.

- Et pour ce qui est de l’innovation ? » ●