

Les «Nouveaux Avocats» cherchent à bousculer le milieu du droit



La façade de l'agence, boulevard de Grenelle. ©Victoria Masson

Diplômés du barreau de Paris et de HEC, Frédéric Moréas et Philippe Charles veulent moderniser leur profession et se rapprocher des clients. Pour cela, ils ont créé la première agence d'avocats, visible depuis la rue et avec des tarifs affichés clairement.

Aller voir un avocat comme si on allait voir son conseiller à la banque, c'est désormais possible. La société [AGN Avocats](#)¹ innove en proposant de recevoir des clients dans une agence avec pignon sur rue. «Nous sommes une offre d'avocat de proximité, facilement et rapidement accessible», explique le site de l'entreprise.



Philippe Charles et Frédéric Moréas, fondateurs du projet. © Victoria Masson

Gérée comme une start-up, cette société a été créée par deux jeunes [avocats](#)², diplômés du [barreau de Paris](#)³ et d'HEC. Après s'être fait la main dans de grands cabinets parisiens (Lovells) et étranger (Baker et McKenzie), les deux hommes se sont appuyés sur leurs fonds propres pour se lancer. «Nous sommes partis de deux principes. Nos clients ne comprennent pas ce que les avocats font. Et le manque de transparence est souvent critiqué», explique Philippe Charles, l'un des fondateurs du projet.

Pour répondre à ces deux constats, les associés ont mis en place un véritable packaging marketing. Ils ont fait le choix d'une agence, avec vitrine et très visible. «Il y a un enjeu psychologique aussi. Avez-vous vraiment envie de divorcer sur Internet?», s'interroge Frédéric Moréas, le deuxième cofondateur de l'Agence des Nouveaux avocats. En plus de l'accessibilité de l'agence, un logo facilement identifiable est attribué à chacun des services de l'agence: responsabilité et assurance, immobilier, affaires familiales, fiscalité, contrats et consommation, droit du travail et droit des affaires.

Rendre le droit accessible

Deuxième enjeu: la transparence des prix. Ces derniers sont affichés à l'entrée de l'agence. Pour la première consultation, comptez 75 euros pour les particuliers, 120 euros pour les professionnels et 200 euros pour les créateurs d'entreprise. «La transparence est très importante pour nous. On veut sortir du cliché de l'avocat qui vient travailler en Ferrari», explique Frédéric Moréas. «On veut rendre la liberté au client».

Le but premier du projet et de «simplifier l'accès au droit», expliquent les deux avocats. «Les réactions des confrères ont été nuancées. On a eu des discussions avec l'Ordre de Paris et l'Ordre des Hauts-de-Seine qui ont approuvé notre projet», ajoutent-ils. Lancé il y a vingt mois, le projet a déjà fait des petits. Une deuxième agence s'est ouverte à Levallois-Perret, et plusieurs cabinets ont rejoint le réseau. «Notre agence du XVe compte aujourd'hui 500 clients. Le premier jour, alors que le téléphone était encore dans les cartons, on a eu six clients», s'amuse les deux associés.

«Se rénover ou mourir»

«On veut participer au débat», martèlent Philippe Charles et Frédéric Moréas. «On est un relais entre le droit et les clients, expliquent-ils. Pour cela, il ne faut pas garder un statu quo, il faut innover». Et les deux hommes n'ont pas peur de la concurrence, bien au contraire: «Vive la concurrence et la liberté du client».

Mi-entrepreneurs, mi-avocats, les deux associés aimeraient créer à terme une «marque du droit». «Il ne faut pas garder un statu quo, il faut avancer. C'est un peu se rénover ou mourir. Mais les nouveaux entrants dans la profession ne sont pas les ennemis de ceux qui y sont déjà», précisent-ils. «Il y a du travail, mais ça progresse doucement», concluent-ils.