

Revue

Lexbase Hebdo édition professions n°172 du 22 mai 2014

[Avocats/Publicité] Questions à...

Tremblement de terre chez les avocats : l'utilisation de la publicité leur est ouverte ! — Questions à Pierre Chatel, Président de la commission déontologie de la Conférence des Bâtonniers

N° Lexbase : N2223BUU



par *Sophie Cazaillet, Rédactrice en chef*

L'article 13 de la loi relative à la consommation, dite "loi Hamon" (loi n° 2014-344 du 17 mars 2014, relative à la consommation N° Lexbase : L7504IZX), prévoit que "l'avocat est autorisé à recourir à la publicité ainsi qu'à la sollicitation personnalisée". Une révolution pour cette profession, privée de ce droit depuis toujours. Reste à attendre le décret d'application de cette mesure, ainsi que la modification du RIN (art. 10 N° Lexbase : L4063IP8). Alors, la profession d'avocat en France va-t-elle se rapprocher du cliché des publicités télévisées et des panneaux représentant des avocats et leurs clients (fictifs) que l'on peut voir aux Etats-Unis ? Est-ce une bonne ou une mauvaise chose ?

Pour le savoir, Lexbase Hebdo — édition professions a interrogé **Pierre Chatel, Président de la commission déontologie de la Conférence des Bâtonniers**.

Lexbase : Pourquoi l'Histoire a-t-elle privé les avocats de la publicité ?

Pierre Chatel : Il faut remonter au lendemain de la guerre 14-18 pour constater la naissance du barreau moderne, c'est-à-dire voir l'avocat "grand bourgeois" devenir un professionnel libéral qui exerce un métier et qui est soumis aux contraintes économiques.

L'honoraire, qui était considéré auparavant presque comme un accessoire, devient un des éléments constitutifs de l'exercice professionnel, ce qui implique la reconnaissance du coût économique de cet exercice.

En effet, l'article 66-4 de la loi du 31 décembre 1971 (loi n° 71-1130 du 31 décembre 1971, portant réforme de certaines professions judiciaires et juridiques N° Lexbase : L6343AGZ) punit d'une amende de 4 500 euros, et 9 000 euros si récidive, ainsi que d'un emprisonnement de six mois "quiconque se sera livré au démarchage en vue de donner des consultations ou de rédiger des actes en matière juridique".

C'est donc tout d'abord une publicité fonctionnelle qui a été mise en place dès 1972, permettant aux Ordres de communiquer, et pour autant l'esprit était le même : la publicité été vécue comme contraire à la nécessaire discrétion liée à l'exercice de la profession d'avocat et à la dignité même de celle-ci.

Le décret du 12 juillet 2005 (décret n° 2005-790 du 12 juillet 2005, relatif aux règles de déontologie de la profession d'avocat N° Lexbase : L6025IGA) permettra la publicité à l'avocat et uniquement si sa mise en œuvre respecte les principes essentiels de la profession et si elle était procurée pour la nécessaire information du public.

La publicité personnelle d'un avocat excluait donc par essence l'offre de services personnalisés comme contraire à la dignité et à la délicatesse.

L'alinéa 3 de l'article 15 du décret du 12 juillet 2005, précité, rajoutait que "toute offre de service personnalisée adressée à un client potentiel est interdite à l'avocat", ce qui était repris à l'article 10-2 de notre règlement intérieur national de la profession d'avocat, qui interdisait tout acte de démarchage aux avocats.

L'article 13 de la loi du 17 mars 2014 complète l'article 3 bis de la loi du 31 décembre 1971, précitée, de deux nouveaux alinéas. Le premier autorise l'avocat à recourir à la publicité ainsi qu'à la sollicitation personnalisée. Le second prévoit que toute prestation réalisée à la suite d'une sollicitation personnalisée fait l'objet d'une convention d'honoraires. Les conditions de ce dispositif seront fixées par un décret en Conseil d'Etat, qui devrait être publié prochainement.

Lexbase : Corrélativement, pourquoi la loi "Hamon" a-t-elle ouvert cette brèche ?

Pierre Chatel : Ce n'est pas la loi "Hamon" qui a ouvert une brèche, mais plus précisément la Cour de justice de l'Union européenne qui, dès le 23 avril 1980, a défini très largement la notion d'entreprise et y intègre l'activité des professions libérales.

Plus tard, l'article 24 de la Directive du Parlement européen du 16 décembre 2006, relative aux services dans le marché intérieur (Directive n° 2006/123 N° Lexbase : L8989HT4) va confirmer cette position et le 5 avril 2011 la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE, 5 avril 2011, aff. C-119/09 N° Lexbase : A4134HM3) a jugé que l'interdiction du démarchage revenait à prohiber tous les moyens de communication permettant la mise en œuvre de cette forme commerciale appelée de ses vœux par l'Europe.

Le 13 décembre 2013, le Conseil d'Etat (CE 6° et 1° s-s-r., 13 décembre 2013, n° 361 593, inédit au recueil Lebon N° Lexbase : A3722KRB) a considéré, pour la profession d'avocat, au visa de l'article 24 de la Directive du 12 décembre 2006, qu'il ne peut être interdit aux membres d'une profession réglementée de recourir au démarchage.

La brèche est ouverte mais la digue n'est pas submergée : la sollicitation personnalisée ne peut pas prendre la forme d'une démarche physique ou téléphonique. En effet, cette démarche apparaît indigne et indélicat en ce qu'elle serait susceptible de surprendre le consommateur en état de faiblesse et qu'elle ne permet pas un contrôle de nature déontologique *a posteriori* pour apprécier le contenu des formes de sollicitation personnalisée. C'est ce que reprendra très certainement le décret en Conseil d'Etat dont le projet a été transmis au CNB et discuté en AG !

Lexbase : La France était-elle isolée en Union européenne et dans le monde quant à sa position ?

Pierre Chatel : Comme le précise le président Bénichou dans son rapport "l'Europe, les avocats et la concurrence", dans de nombreux autres pays européens, les restrictions en matière de publicité avaient été supprimées, la Commission européenne estimant que la publicité favorise la concurrence dans la mesure où elle informe les consommateurs de prestations proposées et leur permet de poser des choix plus éclairés. La Commission européenne avait, comme le précise le président Bénichou, ouvert un classement "bons élèves" pour le Royaume-Uni, les Pays-Bas, le Danemark, notant le peu d'empressement des Etats membres à effectuer des réformes, la France étant considérée comme ayant effectué "des réformes mineures".

Lexbase : Selon vous, qu'est-ce que l'ouverture des portes de la publicité va changer pour la profession ?

Pierre Chatel : A l'évidence, les nouvelles dispositions vont changer le mode d'exercice professionnel, pour autant les résolutions du Parlement européen sur l'organisation du marché et les règles de concurrence pour les professions libérales sont claires : elles réaffirment que les professions libérales sont l'expression d'un ordre démocratique

fondamental et un élément essentiel des sociétés européennes.

Ainsi, l'Ordre est consacré dans son rôle essentiel de gardien des principes fondamentaux du droit.

Ce qui caractérise l'avocat c'est son indépendance, mais celle-ci prend un sens parce que l'avocat est un acteur de droit et que le droit n'est pas un produit mais un bien public.

Les termes du serment d'avocat restent d'actualité même si le mode de communication s'élargit.

Lexbase : Craignez-vous des dérives à l'utilisation de la publicité par les avocats ?

Pierre Chatel : Ne dérive que ce qui n'est pas correctement amarré. En l'espèce, l'Ordre exerce et continuera à exercer un contrôle en temps réel et *a posteriori* et le confrère reste lié et soumis au respect strict des termes de son serment.

La difficulté principale reste de concilier la nécessité pour les cabinets de communiquer, de promouvoir l'activité de la profession et de véhiculer le droit dans l'intérêt même de la société et les limites déontologiques nécessairement posées par la détermination ciblée des destinataires qui pourrait s'assimiler à une offre de service personnalisée.

La nouvelle réglementation renvoie à la nouvelle communication et pour autant, si certaines publicités pourront être l'apanage de ceux qui en ont les moyens, la technicité et l'ingéniosité de tout utilisateur pourra pallier cette barrière financière.