

L'œil sur...

Télex

> La décision du 12 juillet 2007 portant adoption du règlement intérieur national de la profession d'avocat (RIN) par le CNB a été publiée le 11 août dernier au Journal officiel. Il définit les grands principes de la profession et précise notamment quelques sujets sensibles tels que les conflits d'intérêts et la collaboration interprofessionnelle. La publication au Journal officiel des décisions normatives prises par le CNB est une des innovations du décret n° 2007-932 du 15 mai 2007 (JO 16 mai 2007).

> Pour faciliter le bon fonctionnement des entreprises, Nicolas Sarkozy a affirmé vouloir mettre un terme à la « pénalisation du droit des affaires », qui est à ses yeux « une grave erreur ». Il l'a réaffirmé lors d'une visite le jeudi 6 septembre au Tribunal de commerce de Paris, à l'occasion du bicentenaire du Code de commerce. Il a annoncé qu'un groupe de travail avait été constitué à ce sujet autour de la ministre de la Justice, Rachida Dati.

> Incursion dans la blogosphère des avocats... Le Conseil national des barreaux a décidé d'offrir une vitrine aux nombreux blogs créés et alimentés par des avocats. Aux côtés d'un annuaire national des avocats français, le site avocats.fr propose désormais un large répertoire des blogs d'avocats, catalogués par thématiques.

Citation du nom des clients : des règles qui évoluent

La Commission de déontologie de l'Ordre du Barreau de Paris est fréquemment sollicitée par les avocats dans le cadre de demandes d'avis en matière de communication.

Peut-on citer le nom de ses clients ? Entretien entre Jean-Marc Delas, MCO de Paris, membre de la Commission de déontologie et secrétaire de la Commission spécialisée Secret professionnel et confidentialité, et Brigitte Van Dorsselaere, ancien avocat et fondatrice de l'agence de communication Image Juridique.

Brigitte Van Dorsselaere : Le Règlement intérieur national a été modifié le 28 avril dernier sur la question de la citation du nom des clients par les avocats. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Jean-Marc Delas : Le nouveau texte modifie, en effet, l'article 2-2 sur le secret professionnel en prévoyant que l'avocat peut faire des références nominatives d'un ou de plusieurs de ses clients avec leur accord exprès et préalable dans les procédures d'appels d'offres publics ou privés et d'attribution de marchés publics. C'est un assouplissement. Déjà, par le passé, il a été admis que les plaquettes des cabinets d'avocats destinées à l'international pouvaient citer le nom de leurs clients si la pratique est autorisée dans les pays en question. Toutefois le nom des clients ne peut pas être cité dans les plaquettes destinées à la France. Depuis, avril 2007, une exception est prévue en matière d'appel d'offres publics et privés et d'attribution de marchés publics. C'est une seconde ouverture.

BVD : On ne peut donc, sauf exception, citer les clients dans les plaquettes destinées à la France, alors qu'il est courant que les cabinets le fassent dans le cadre de communiqués de presse relatifs aux deals sur lesquels ils sont intervenus, ou dans des annuaires et revues qui opèrent des classements et qui



réclament de nombreuses informations sur le CA, les clients du cabinet... en promettant souvent la confidentialité quant aux informations adressées. N'y a-t-il pas ici une contradiction ?

J.M. Delas : Oui, il y a une vraie contradiction à ce niveau qui devrait, à court terme, être surmontée. Autoriser la citation des noms des clients dans les plaquettes destinées à la France semble, en effet, inéluctable. Il est incohérent d'admettre la citation des noms des clients dans le cadre de communiqués qui sont diffusés à bien plus grande échelle dans la presse ainsi que sur Internet et de l'interdire dans les plaquettes de cabinet. De la même façon, autoriser la citation des noms des clients dans les seules plaquettes destinées à l'international aboutit à ce que les cabinets internationaux peuvent disposer de deux types de plaquettes : l'une en français et l'autre en anglais avec le nom des clients... Aujourd'hui, par le biais de la presse et des plaquettes destinées à l'international, tout le monde sait qui fait quoi ! Il est temps de tenir compte des réalités économiques, d'adapter les

règles aux pratiques et surtout de les harmoniser.

BVD : Dans l'attente de cette harmonisation, des cabinets citent de plus en plus souvent indirectement leurs clients dans leur plaquette, ou sur leur site, en visant des opérations bien reconnaissables. La Commission a-t-elle été saisie de ces pratiques ?

J.M. Delas : Non, la Commission Déontologie a été très peu saisie de ce type de situations. Tout d'abord, il est rare que des clients se plaignent d'être cités et soient atteints dans leur image parce qu'un avocat indique avoir été leur conseil. Le client n'en est pas froissé en général. Quant aux confrères, ils font preuve le plus souvent d'une ouverture d'esprit et acceptent l'information dès lors qu'elle n'est pas grossière et ne porte pas atteinte à la dignité de la profession. La difficulté est bien ici de tracer la frontière entre « Faire preuve de discrétion » et « Faire parler de soi ». Comment faire comprendre sans dire ? Se faire connaître sans parler de soi ? C'est une difficulté rencontrée par tous les avocats depuis longtemps. La tentation peut être forte parfois de pencher dans la « réclame » de type lessives. Or, il existe une réelle contradiction entre l'obligation d'être visible et l'obligation de délicatesse et de dignité. Celui qui vend de la lessive n'est certes pas soumis aux mêmes contraintes que l'avocat !