

**Site Juriforum**

<http://www.juriforum.fr/>

**Cahiers pratiques**

**Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore**

**Fiche n° 25 : L'art comme vecteur de communication  
du cabinet d'avocats, parue le 16/4/2010**

**Marie JEANNEST de GYVES et Brigitte VAN DORSSELAERE  
IMAGE JURIDIQUE**



*Afin de mener une politique de communication cohérente et efficace, les cabinets d'avocats doivent s'efforcer de montrer - à travers leurs supports de communication, leurs locaux et l'accueil des visiteurs - une image et des valeurs adaptées à leur marché, non seulement sur le plan social, économique et humain, mais également culturel.*

*L'art, qui permet de transmettre une image unique et des valeurs propres, constitue un vecteur de communication très différenciant, de plus en plus utilisé par les cabinets, car il a l'énorme avantage de souligner un positionnement original et d'apporter une dimension humaine, indispensable pour développer sa clientèle de façon durable et motiver ses équipes.*

**L'art, outil de communication externe : l'impact sur les visiteurs**

Premier élément de communication entre l'avocat et son client ou son futur collaborateur, premiers reflets des valeurs et de l'identité du cabinet, les salles d'attente et salles de réunion (puisque de plus en plus les avocats ne reçoivent plus dans leur bureau) déterminent la première impression du visiteur. Ce sont des lieux idéals pour véhiculer une image propre au cabinet, qui le distinguera de ses concurrents : exposer une ou plusieurs œuvres d'art, reflétant les valeurs du cabinet, est donc un élément de communication essentiel dans ces espaces.

La présence de tableaux, sculptures, photographies.... permet au cabinet de :

- contribuer à créer une atmosphère conviviale, ce qui facilitera les échanges et inspirera confiance aux clients et aux candidats.
- montrer son engagement, ses choix, son intérêt pour la culture (et pas seulement pour le droit)

- créer une connivence avec son client, qui appréciera de retrouver chez son avocat une approche, une philosophie et une dynamique, proche de la sienne
- dévoiler la personnalité de l'avocat
- « casser » cette image de l'avocat qui vit dans un univers cloisonné, comme souvent il lui est reproché, et de montrer qu'il évolue avec son temps et sait s'adapter à son environnement culturel
- pouvoir exprimer sa proximité, sa compréhension et sa capacité d'analyse de la réalité quotidienne
- se distinguer de ses concurrents.

### **L'art, outil de communication interne : la cohésion des équipes**

Les salles de réunion sont également le lieu de rencontres des associés (réunions mensuelles, assemblées générales), de travail et d'échanges entre les équipes, de « *happy hours* », de pots de fin d'année...La présence d'œuvres d'art, en donnant un autre point de focus, permettra de :

- favoriser la relation de confiance entre les personnes, ce qui incitera à l'ouverture et au partage
- créer un climat favorable à la réflexion et à la créativité, du fait de l'énergie positive dégagée par les œuvres
- stimuler et motiver les équipes, dans une ambiance de travail agréable
- susciter les échanges internes : les avocats consultés sur le choix des œuvres à accrocher, au moment de la sélection de l'artiste, seront fiers d'avoir contribué à la stratégie de communication du cabinet et à sa dimension culturelle.

### **Comment sélectionner les œuvres et organiser la démarche ?**

Reste à savoir vers quel type d'œuvre s'orienter et laquelle choisir. Le cabinet optera pour un tableau, une sculpture, une photographie, ou encore une œuvre musicale.... en prenant en compte divers éléments afin de respecter la spécificité du cabinet, notamment :

- la stratégie de communication du cabinet : l'image qu'il souhaite véhiculer et le message qu'il veut transmettre doivent être en cohérence avec le choix des œuvres exposées (tradition, modernité, voyages, dimension internationale, ...)
- l'aménagement de ses locaux : lumière, espace de circulation, taille des salles de réunion
- l'engagement du cabinet : soutenir un artiste en particulier ou se créer une collection d'œuvres de plusieurs artistes
- la spécialité du cabinet éventuellement : des œuvres numériques pour un cabinet spécialisé en technologies, ou mettre en ligne une composition musicale en attente téléphonique, en indiquant expressément soutenir le travail de cet artiste, comme le fait déjà un cabinet, peut être intéressant pour un cabinet de droits d'auteur

- le choix délibéré d'un changement de décor : renouveler le décor régulièrement permettra par exemple au cabinet d'inviter périodiquement ses clients autour d'un vernissage
- et, bien sûr, le goût des associés en ce domaine.

En fonction de ces divers critères, les cabinets pourront opter pour :

- une œuvre d'art plastique ou musicale,
- de la location ou de l'achat,
- organiser la démarche culturelle au cabinet ou à l'extérieur.

L'œuvre plastique pourra ainsi être exposée au cabinet et aussi déclinée sur les outils de communication du cabinet (cartes de vœux, cartons d'invitation, plaquette, site du cabinet.). Cette déclinaison crée un lien entre l'outil et la réalité du cabinet : le client apprécie de reconnaître ainsi le cabinet lorsqu'il s'y rend après avoir visité le site, consulté la plaquette, reçu sa carte de vœux...

Le cabinet peut aussi choisir d'organiser des expositions d'art au cabinet et d'y convier ses clients, prospects, contacts...

Il peut enfin convier ses clients à une soirée dans un musée, à l'occasion d'une exposition particulière, associant ainsi le nom du cabinet à une démarche culturelle, à un moment partagé avec le client en dehors du travail sur son dossier.

De la même façon, le choix de l'œuvre musicale pourra revêtir plusieurs formes :

- la commande d'une composition musicale propre au cabinet (identité sonore propre qui sera utilisée sous forme de jingle sur une attente téléphonique ou sur un site)
- l'organisation de concerts (jazz ou petites formations) dans le cadre d'évènements ayant lieu au cabinet
- des invitations de clients ou d'avocats du cabinet à des représentations musicales en dehors du cabinet
- des cadeaux sous forme de CD ou DVD offerts aux clients privilégiés du cabinet, au même titre qu'un livre d'art.

**Ici tout est permis !**