

**Site Juriforum**  
<http://www.juriforum.fr/>

## **Cahiers pratiques**

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

#### **Fiche n° 26**

### **Les règles de la publicité personnelle des avocats continuent d'évoluer**

parue en juillet 2010

**Brigitte Van Dorsselaere et Marie Jeannest de Gyvès**  
**Image Juridique**

### **Evolution des règles de la publicité personnelle des avocats : vers une conception plus moderne**

***L'article 10 du Règlement Intérieur National sur les règles de la publicité personnelle des avocats va être modifié. L'Assemblée générale du Conseil National des Barreaux a, en effet, voté, en mai 2010, des dispositions visant à faire évoluer les règles relatives à la communication des avocats, tant en ce qui concerne la communication papier traditionnelle que numérique sur le net.***

Un retour en arrière démontre que les règles sur la communication des avocats évoluent régulièrement :

- en 2003, le barreau de Paris incite les avocats à communiquer (Cahier du barreau de Paris)
- en 2005, la publicité est permise si elle procure « *une information* » au public et si sa mise en œuvre respecte les principes essentiels de la profession (art.15, décret 12/7/2005) alors qu'auparavant elle devait procurer « *une nécessaire information* » (art. 161, décret 27/11/1991).
- en 2007, au-delà de l'autorisation de citer le nom de ses clients dans les plaquettes destinées à l'international, 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 (Règlement intérieur national modifié 28/5/2007).

- en 2009, la loi de finances accorde un crédit d'impôt pour les dépenses exposées par les cabinets d'avocats « *pour l'organisation ou la participation à des manifestations hors de France ayant pour objet de faire connaître les compétences du cabinet* ». Les cabinets d'avocats voulant se faire connaître à l'étranger peuvent ainsi bénéficier d'une aide fiscale.
- en 2010, l'article 10 du RIN va être modifié pour assouplir les mentions à faire apparaître sur le papier en tête du cabinet.

### **Assouplir la communication écrite**

En ce qui concerne la communication écrite papier traditionnelle des avocats, les textes assouplissent les règles applicables. Ainsi « *« tout document destiné à la publicité personnelle de l'avocat peut, outre les mentions autorisées pour la correspondance, faire mention :*

*- des domaines d'activité, juridiques ou judiciaires, réellement pratiqués, l'emploi, à cette occasion, des mots « spécialiste », « spécialisé », « spécialité » ou « spécialisation », ainsi que de tout symbole associé à ces mots dans les conditions ci-dessus prévues, étant exclusivement réservé aux domaines d'activité pour lesquels l'avocat est titulaire d'un certificat de spécialisation régulièrement obtenu et non invalidé » ;*

Seuls les avocats titulaires d'un certificat de spécialisation peuvent recourir à cette terminologie, comme par le passé, la mention de spécialisation étant une reconnaissance professionnelle sanctionnée par un diplôme.

Autre nouveauté, le papier en tête, pourra désormais faire apparaître les juristes et les consultants externes, non avocats, du cabinet, à condition de ne pas créer une confusion sur leur situation, leur titre ainsi que sur les principes d'organisation interne du cabinet.

### **Encadrer la communication sur le net**

En revanche, en ce qui concerne la communication sur l'Internet, les nouvelles dispositions sont plus strictes afin d'éviter les abus constatés. Ainsi, les cabinets ne peuvent utiliser, à titre de nom de domaine de leur site, des noms génériques, y compris le mot « *avocat* » ou un secteur de droit spécifique. Le nom de domaine comprendra obligatoirement le nom de l'avocat ou bien celui du cabinet, éventuellement suivi ou précédé du mot « *avocat* ». Il s'agit d'interdire de s'approprier des noms de domaine génériques. L'ouverture d'un site reste soumise à la communication préalable à l'Ordre des avocats, comme c'est le cas d'ailleurs de tous les autres supports publicitaires.

### **Distinguer, offre de services personnalisée, newsletters et démarchage**

Le CNB a rejeté le principe d'une réglementation dans le détail de l'interdiction du démarchage et indique que des exemples seront donnés dans le commentaire du RIN pour distinguer le démarchage interdit de l'offre de service personnalisée, qui ne se confond pas nécessairement avec le démarchage et qui n'est pas un délit en soi : « *La publicité est permise à l'avocat si elle procure une information au public et si sa mise en œuvre respecte les principes essentiels de la profession. La publicité inclut la diffusion d'informations sur la nature des prestations de services proposées, dès lors qu'elle est exclusive de toute forme de démarchage.* » Il convient aussi de distinguer le démarchage interdit de l'envoi de newsletters du cabinet, en grand nombre, sur le cabinet ou sur des actualités juridiques, qui n'est pas non plus interdit en soi.

Il convient aussi de distinguer le démarchage interdit de l'envoi de newsletters du cabinet, en grand nombre, sur le cabinet, qui n'est pas non plus interdit en soi.

Voir le site du CNB [http://www.cnb.avocat.fr/Publicite-personnelle-des-avocats-l-art-10-du-Reglement-Interieur-National-RIN-de-la-profession-d-avocat-modifie\\_a875.html](http://www.cnb.avocat.fr/Publicite-personnelle-des-avocats-l-art-10-du-Reglement-Interieur-National-RIN-de-la-profession-d-avocat-modifie_a875.html)

Voir le tableau du CNB sur les nouveautés apportées aux règles de la profession ([http://www.cnb.avocat.fr/docs/RIN/DCN2010-002\\_RIN-MODIF\\_2010-05-08\\_Art10\\_Publicite.pdf](http://www.cnb.avocat.fr/docs/RIN/DCN2010-002_RIN-MODIF_2010-05-08_Art10_Publicite.pdf))