Image not found or type unknown

LA POPULARITE DES AVOCATS EN TETE DES PROFESSIONS JURIDIQUES

Fiche pratique publié le **04/04/2014**, vu **1620 fois**, Auteur : philippe magdelaine, immobilier

Les avocats, en tête des professions juridiques dans l'opinion En qualité de membre du Conseil de l'Ordre du barreau de Paris, Marie-Claude Habauzit-Detilleux a participé dès 2004 à la mise en place de la communication institutionnelle engagée par le Bâtonnier Jean-Marie Burguburu.

Les avocats, en tête des professions juridiques dans l'opinion

En qualité de membre du Conseil de l'Ordre du barreau de Paris, Marie-Claude Habauzit-Detilleux a participé dès 2004 à la mise en place de la communication institutionnelle engagée par le Bâtonnier Jean-Marie Burguburu.
Membre de la commission communication du CNB de 2006 à 2008, elle en est aujourd'hui la Présidente. Mme Habauzit-Detilleux dresse un bilan positif de l'image de la profession dans l'opinion (Etude TNS Sofres) et livre les premières orientations de la commission communication.

Quel constat pouvez-vous tirer des avancées de la précédente mandature ?

Image not found or type unknown
Les avocats, en tête des professions juridiques dans l'opinion
Nous sommes dans un monde où communiquer est un impératif. Il faut poursuivre dans la communication institutionnelle mise en route. Les signatures « Les avocats pour avancer dans un monde de droit » et « vous avez besoin d'un conseil, vous avez besoin d'un avocat » sont concrètes. Elles sortent de l'ornière de la déclaration d'intention pour positionner les avocats dans un univers de compétence précis celui du conseil. Elles proposent une nouvelle clé de lecture de la profession en ouvrant un champ d'action plus large que celui de l'action devant les tribunaux. Nous avons aussi développé l'identité visuelle de l'avocat par la création du logo. Il connaît un très grand succès : 60 barreaux l'utilisent. La Semaine des Avocats et du Droit a également été très suivie par la profession : 1000 avocats ont été mobilisés et 16 000 appels ont été traités, soit une progression de 124% par rapport à 2007. La blogosphère est un outil important de la

communication : en 18 mois, 1078 avocats ont créé un blog et 1 299 682 visiteurs uniques se sont rendus sur ces blogs.

Cette communication institutionnelle s'avère d'autant plus nécessaire que les autres professions, notamment les notaires et les experts comptables communiquent énormément. La campagne radio du 1er semestre 2008 a pu favoriser le réflexe avocats sur des thèmes où la concurrence est forte : transmission d'entreprise, transmission de patrimoine, création salariale, défiscalisation…

Les effets produits ont-ils été à la hauteur des enjeux ?

Les campagnes de communication ont été efficaces, 87% de la profession considère que l'on doit poursuivre la campagne. Les avocats s'imposent en tête des professions juridiques auprès du grand public : 69 % des personnes interrogées ont une bonne opinion de l'avocat. Cette perception positive a connu une progression continue depuis 2004, contrairement aux autres professionnels du droit. En revanche, la démarche d'aller voir un avocat, le passage à l'acte, n'est pas évidente pour le public : 61% des personnes interrogées répondent qu'elles vont consulter un avocat quand elles ne peuvent pas faire autrement.

Quelles orientations aimeriez-vous poursuivre en 2009 ?

Le contexte est délicat, outre les incertitudes liées à la crise économique, quelles seront pour la profession les conséquences des confusions de la commission Darrois ? Nous communiquerons si nécessaire sur cette nouvelle étape. Nous devons en tout état de cause tirer les conséquences de cette étude d'opinion. En dépit de la bonne image des avocats dans le public, le reflex de s'adresser à un avocat n'est pas naturel.

Aussi, avec nos partenaires, nous mettons en place un dispositif concentré sur des opérations dont l'objectif est le passage à l'acte. Au premier semestre par une opération de messages radio très informative sur le thème « Comment choisir son avocat, s'adresser à lui, quel est son prix ? » Démontrer l'accessibilité des avocats est l'objet de la Semaine des Avocats et du Droit qui est reconduite et devrait se tenir chaque année.

La profession a conscience forte de l'enjeu de la fidélisation de ses clients. La communication va mettre en avant l'engagement de l'avocat auprès du client. Nous voulons communiquer aussi pour faire en sorte que tous les Ordres et les avocats de France s'approprient notre identité visuelle c'est dire le logo, ce signe fédérateur, original, moderne, symbole de l'écoute et de la proximité que nous assurons à nos clients. Enfin, un axe prioritaire demeure la communication vers la profession. Chaque année, un nombre croissant de Barreaux s'implique dans les campagnes de communication par leur participation à la Semaine, par l'appropriation du logo, par l'intervention de leurs membres dans la blogosphère. Les Barreaux sont des relais précieux qui permettent de démultiplier les opérations de communication, nous prévoyons de les aider à poursuivre cet effort par une approche service : ligne directe, communication régulière par mails. Ainsi, ensemble, les avocats de France bénéficieront d'une puissance de communication plus forte et plus crédible parce que plus proche du citoyen.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés