

DOSSIER

L'avocat face aux *start-up* juridiques

Start-up du droit : les grands enjeux pour les avocats



Alors que les avocats devraient logiquement être les mieux placés pour imaginer et mettre en œuvre de nouvelles initiatives quant à la manière de délivrer des prestations juridiques sur Internet, il n'en est rien. Lors d'un cours proposé à l'école de formation du Barreau de Paris sous l'intitulé de « L'avocat connecté »¹, Thierry Wickers a dénombré 23 *start-up* du droit en activité. Seulement l'une d'entre elles avait été créée par des avocats en exercice².



Par **Dominic Jensen**
Ancien avocat,
Conseil en stratégie
des cabinets
d'avocats,
Directeur scientifique

Le phénomène est récent et son ampleur est sans équivalent sur un « marché du droit » qui avait connu bien peu de secousses au cours des trente dernières années. La presse se saisit régulièrement du sujet dont le retentissement va bien au-delà du microcosme des avocats et autres juristes. L'explication est simple. Ces *start-up* du droit apportent des solutions à un problème que les avocats avaient oublié de traiter, celui de l'accès au droit. En effet, traditionnellement, le client vient à l'avocat lorsqu'il a conscience d'un problème juridique auquel il sait qu'un avocat devrait pouvoir apporter une solution. Qu'en est-il de toutes ces personnes qui n'osent pas franchir le seuil du cabinet ou encore de tous ceux qui se disent qu'ils vont pouvoir résoudre leur problème eux-mêmes ? Ceux-là qui étaient oubliés des avocats (sauf quand ils avaient droit à l'aide juridictionnelle ou qu'ils bénéficiaient d'une assurance de protection juridique) ont maintenant des prestataires (en ligne pour la plupart) qui apportent des réponses à leurs questions.

Ces nouveaux acteurs sont essentiellement de deux catégories : ceux dont la vocation

première est de fournir un service de nature juridique et ceux qui se contentent de proposer une mise en relation. Certaines de ces *start-up* se positionnent à cheval sur ces deux catégories en proposant une prestation ainsi qu'un avocat qui peut prendre le relais en fonction de la demande du client.

LA DÉONTOLOGIE

L'article 10 du règlement intérieur national de la profession d'avocat (RIN) est muet sur le sujet de ces entreprises qui bouleversent la manière d'aborder la prestation juridique. Nous sommes dans une période de construction jurisprudentielle et d'observation. Les ordres et le Conseil national des barreaux (CNB) ont compris que la profession n'était plus dans une chasse aux « braconniers du droit ». Conscient de l'urgence à y voir plus clair, le Barreau de Paris a élaboré son *vademecum* de la déontologie du numérique³, publié une première fois en décembre 2013 et actualisé en juin 2015. Ce fascicule est le reflet des décisions déontologiques les plus récentes

ainsi qu'une traduction de la position du Barreau de Paris sur un certain nombre de points.

Les plates-formes d'intermédiation sont déclarées légales dès lors qu'elles ne contreviennent pas à la règle interdisant le partage d'honoraires entre un avocat et un non-avocat⁴. Par ailleurs, aucune règle ne s'oppose à la vente en ligne de formulaires ou de documents-types. Les éditeurs juridiques, qui ne sont pas des avocats, publient et commercialisent des formulaires depuis des décennies. Aider un justiciable à constituer un dossier de pièces pour une action devant le tribunal d'instance ne relève pas de la consultation juridique. Ce sont tous ces espaces qui ont été investis de manière parfaitement légale par ces nouveaux acteurs, n'en déplaise aux avocats.

Ceci ne signifie pas que ces *start-up* ont toutes une activité conforme à la déontologie de la profession d'avocat. Il est cependant légitime de se poser une question très simple : des entreprises commerciales intervenant sur le marché du droit doivent-elles être soumises aux règles propres à une profession réglementée ? Un arrêt récent⁵ illustre les difficultés devant lesquelles peuvent se trouver les juridictions face à cette question. Statuant sur une demande du CNB visant à interdire un site de notation des avocats, la cour a estimé, tout en validant le principe même de l'intermédiation, que l'entreprise concernée avait à se soumettre aux principes essentiels régissant la profession et les relations entre confrères en décidant que la notation des avocats par les internautes « selon ses *desiderata* qui correspondent[ai]ent à ses propres critères » était contraire à la déontologie et devait être interdite.

Si la déontologie de l'avocat reste un atout aussi unique qu'essentiel aux yeux du public, celle-ci ne permet pas pour autant de contre-carrer des initiatives qui ne constituent pas un exercice illégal du droit. Les *start-up* du droit ont appliqué une théorie *marketing* bien connue : celle de l'Océan bleu⁶.

LA CAPTATION DE VALEUR

Sous le titre « Quand les *start-up* du droit défient les cabinets d'avocats », un article publié par *Les Échos Business*⁷ commençait de la manière suivante : « Les hôteliers ont Airbnb, les taxis Uber, la SNCF a BlaBlaCar... C'est dé-

sormais au tour des avocats d'être confrontés à des concurrents d'un genre inédit : des *start-up* du droit qui, depuis quelques mois, prennent leur place sur le marché ». L'article cite ensuite Philippe Wagner, le cofondateur et directeur commercial de Captain Contrat qui définit sa structure comme le « Airbnb du juridique ». Selon son fondateur, Captain Contrat est une plate-forme qui propose de mettre en relation des entreprises avec des avocats pour les aider à rédiger les documents juridiques dont elles ont besoin. Plus précisément, la *start-up* génère une première version du contrat ou document juridique. L'acheteur peut alors décider s'il a besoin d'une assistance complémentaire pour adapter le contrat à son besoin précis. Si tel est le cas, Captain Contrat le met en relation avec un de ses avocats partenaires. LegalStart.fr est une autre *start-up* qui s'illustre sur le terrain de l'offre de contrats. Elle procède avec la même logique consistant à proposer un produit standardisé qu'un avocat pourra éventuellement venir enrichir dans un second temps.

Ce qui inquiète de nombreux avocats, c'est la captation de valeur d'une grande partie de la prestation juridique par des acteurs qu'ils considèrent comme étant des intervenants ou intermédiaires à faible valeur ajoutée. Est-ce que Uber mérite d'être valorisée à des milliards de dollars alors que la société n'emploie aucun chauffeur, ne possède aucune voiture et ne paie pas l'essence ? Est-ce que Airbnb peut devenir le plus grand hôtelier du monde sans posséder la moindre chambre ? Les avocats doivent trouver des réponses à cette situation pour éviter que leur sort ne soit dicté par ces nouveaux acteurs.

Il est peu probable que les avocats n'aient à subir un rapport de force comme celui qui s'est installé entre Booking.com et les hôtels. La profession est suffisamment hétéroclite pour ne pas faire l'objet d'une « ubérisation » massive.

Ce qui inquiète de nombreux avocats, c'est la captation de valeur d'une grande partie de la prestation juridique par des acteurs qu'ils considèrent comme étant des intervenants ou intermédiaires à faible valeur ajoutée.

¹ Cours donné par l'auteur à l'EFB avec Thierry Wickers et Olivier Cousi.
² Il s'agit de l'application Flash Avocat principalement destinée au traitement en ligne des infractions routières.
³ http://www.avocatparis.org/system/files/documents/vade_deonto.pdf

⁴ RIN, art. 11.4.
⁵ Paris, 18 déc. 2015, RG n° 15/03732, D. avocats 2016, 27, note T. Wickers.
⁶ R. Mauborgne et W. Chan Kim, *The Blue Ocean Theory*, Harvard Business Review, 2005.
⁷ V. Bouquet, *Les Échos Business* fr, 2 nov. 2015.

De leur côté, les *start-up* refusent de tenir un discours qui les opposerait aux avocats ou les mettrait en concurrence frontale avec ces derniers. Ils se défendent de vouloir leur voler des clients et disent au contraire vouloir rechercher les meilleures façons de travailler ensemble.

OÙ SE SITUE L'AVOCAT DANS CE PAYSAGE RECOMPOSÉ ?

Si la profession d'avocat se montre très méfiante vis-à-vis des *start-up* du droit, elle contribue activement à créer les conditions du dialogue. Ainsi, en 2014, le Barreau de Paris a lancé la première édition du Concours de l'incubateur qui a vocation à décerner chaque

année un prix de l'innovation dans la pratique du droit. Le concours propose un prix avocat destiné à récompenser les initiatives innovantes des cabinets d'avocats et un prix non-avocat. Au cours des deux premières éditions de l'Incubateur, le déséquilibre a été ressenti de manière flagrante. Les candidatures des non-avocats sont plus de cinq fois plus nombreuses que celles

des avocats. L'Incubateur organise aussi des conférences permettant aux avocats et dirigeants de *start-up* de confronter leurs points de vue et débattre de leurs différences. Ainsi, le 23 octobre dernier, une conférence a réuni praticiens et entrepreneurs ainsi que plusieurs avocats étrangers^B. Les débats ont notamment porté sur les différences des pratiques de ces acteurs. Lors de ceux-ci, Christophe Thévenet, secrétaire général de la commission de déontologie de l'Ordre parisien reconnaît que « certains font du très bon travail, ils ont une véritable réflexion, mais d'autres en profitent pour faire n'importe quoi ». L'heure n'est pas ou plus à la condamnation en bloc, mais plutôt à une reconnaissance de la légitimité de certains de ces nouveaux entrants.

L'avocat doit certainement éviter de réfléchir en termes de « pour » ou de « contre », mais plutôt « comment » et « avec ». La première manche de cette coexistence avec les *legal start-up* semble se dérouler à l'avantage de ces dernières. Cependant, rien n'empêche les avocats de venir rééquilibrer la situation.

LES RÉPONSES

Les réponses que peuvent apporter les avocats sont de plusieurs types. La première est la réponse individuelle de l'avocat sur le terrain de la communication. En assurant une meilleure promotion de leurs services, en formulant des offres plus lisibles, de très nombreux cabinets pourraient capter une clientèle qui, actuellement, leur échappe. Le travail sur le référencement naturel consistant à mettre en ligne des contenus utiles qui apportent des débuts de réponse concrets aux questions des clients potentiels est une manière à la fois efficace et gratuite d'aller à la rencontre de son marché.

La deuxième réponse consiste à travailler avec les nouveaux acteurs en restant le maître d'œuvre ou le chef d'orchestre de la relation avec le client. Pourquoi un cabinet ne recourrait-il pas aux services d'un Legalstart.fr ou d'un Captain Contrat si ces prestataires peuvent le faire gagner en efficacité dans la gestion de ses modèles ? Avant de se détourner vers les *start-up*, de nombreux clients seraient très sensibles au discours de leur avocat si celui-ci leur proposait de travailler différemment en s'appuyant sur certains des services proposés par ces entreprises. Les avocats pourraient utiliser sans se trahir des prestations technologiques se traduisant en économies pour leurs clients.

Enfin, la dernière réponse est institutionnelle. Pour que les avocats puissent jouer à armes égales, il faut que la profession réfléchisse rapidement à des adaptations de ses règles qui permettraient aux cabinets de devenir des acteurs à part entière au sein de ce monde des *start-up*. La possibilité de filialiser des activités technologiques ou commerciales liées au droit sans que celles-ci soient considérées comme des activités commerciales incompatibles constituerait un premier pas vers un changement nécessaire.

Pour que les avocats puissent jouer à armes égales, il faut que la profession réfléchisse rapidement à des adaptations de ses règles qui permettraient aux cabinets de devenir des acteurs à part entière au sein de ce monde des start-up.

^B Pour en savoir plus : A. Asquin, « Legal start-up, les loups du droit », Les Affiches parisiennes, 23 oct. 2015, <http://www.affiches-parisiennes.com/Legal-start-up-les-loups-du-droit-5693.html#ixzz3xnugm4xl>.