

DOSSIER

La stratégie Internet du cabinet ?

Internet : quelles règles pour les avocats ?

Si Internet est un outil dont il est devenu difficile pour un avocat de se passer, notamment pour assurer une certaine visibilité de son cabinet, encore faut-il que son usage soit conforme aux règles de la profession, au premier rang desquels figurent ses principes essentiels¹.



Par **Laurent Dargent**
Rédacteur
du Code de l'avocat,
Éditions Dalloz

et



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

Dans ses dispositions actuelles, le RIN ne considère pas le média Internet dans sa globalité et ses multiples utilisations. Pour l'heure, les règles de la profession se concentrent sur le site Internet du cabinet d'avocat et la fonction de présentation de ce dernier. Le dernier alinéa de l'article 10.6 élargit modestement le propos en se contentant de rappeler que « l'avocat participant à un blog ou un réseau social en ligne doit respecter les principes essentiels de la profession ainsi que l'ensemble des dispositions du présent article ». L'article 10.3 consacré aux formes de publicité évoque aussi Internet sans le nommer lorsqu'il autorise « l'envoi par voie postale ou électronique, de lettres d'information générales sur le cabinet, les activités de celui-ci, le droit et la jurisprudence... ». Le RIN est encore muet sur les consultations en ligne ou, d'une manière générale, la vente en ligne de prestations d'avocats.

L'avocat qui ouvre ou modifie un site internet doit tout d'abord en informer le conseil de l'Ordre sans délai et lui communiquer les noms de domaines qui permettent d'y accéder (RIN, art. 10.6, al. 1^{er}). Il est légitime de s'interroger sur l'applicabilité et l'efficacité de cette disposition. Dans les barreaux importants, combien de cabinets ont-ils soumis leurs sites Internet à leurs conseils de l'Ordre ? La réponse à cette question est

encore plus incertaine s'agissant des modifications de sites existants pourtant visés par ce premier alinéa.

Afin notamment de pouvoir immédiatement identifier l'avocat ou le cabinet concerné et d'éviter toute confusion avec le site d'un barreau ou d'un organisme professionnel, l'article 10.6 du RIN, alinéa 2 indique que le nom de domaine doit comporter le nom de l'avocat ou la dénomination exacte du cabinet, qui peut être suivi ou précédé du mot « avocat ».

S'il est vrai que, dans sa rédaction antérieure à la décision à caractère normatif n° 2010-002 du Conseil national des barreaux, l'article 10 du RIN n'encadrait pas expressément le choix par l'avocat de son nom de domaine, il reste que les principes essentiels de la profession doivent guider le comportement de l'avocat en toutes circonstances². L'article 15 du décret n° 2005-790 du 12 juillet 2005, comme l'article 10.1, alinéa 2 du RIN rappelle d'ailleurs que 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.

Dans ce cadre, s'il n'a jamais été envisagé d'interdire aux avocats de communiquer sur un nom de domaine et d'améliorer son référencement, ont été dénoncés, notamment par le barreau de Paris, les abus d'une minorité

adoptant un vocable générique (avocat-divorce.com, divorce-avocat.com, avocat.net, aide-avocat.com, avocats-droit.com, permis.avocats.org, avocats-permisapoints.com, etc.), à raison notamment de la confusion qu'il créait en laissant croire que les sites émanent des structures représentatives de la profession (par exemple avocat.net) voire participent directement à l'élaboration et à la mise en œuvre de la norme elle-même (accidentdu-travail.net, droitdelasecuritesociale.com, frenchdivorces.com, americanlawyersinparis.com, etc.) (Bull. du Barreau de Paris 2009, n° 19, p. 234).

Un arrêt de la cour d'appel de Toulouse³ avait par ailleurs déjà décidé, voilà 10 ans, et alors que le règlement intérieur du barreau de Toulouse précisait, à la différence du RIN, que « l'avocat qui veut créer un site internet doit le faire à son nom et à travers sa situation professionnelle », qu'un auxiliaire de justice ne pouvait s'approprier, même indirectement, le terme générique de sa profession sur son site Internet et laisser ainsi entendre aux tiers non avertis qu'il représente l'intégralité de cette profession, et jugeait difficilement concevable que le site professionnel d'un avocat ne comporte pas en premier lieu son nom ou celui de sa structure professionnelle. L'arrêt portait alors sur un site appelé « avocat-toulouse.com ». Dans ce cadre, la Commission règles et usages du Conseil national des barreaux est également d'avis que par souci de lisibilité vis-à-vis du public, le nom de domaine ne peut comporter les seules initiales de l'avocat suivies du domaine sectoriel de la profession (avocat.fr)⁴. Le cabinet d'avocat peut toutefois utiliser une dénomination sociale ou une marque de la structure d'exercice régulièrement déposée. De même, l'utilisation de noms de domaine évoquant de façon générique le titre d'avocat ou un titre pouvant prêter à confusion, ou encore un domaine du droit ou une activité relevant de celles de l'avocat, est proscrite. Il s'agit d'interdire les noms tels que « avocat divorce », « retrait de permis » ou autres. Dans un arrêt du 4 mai 2012⁵, la Cour de cassation a ainsi jugé en ce sens qu'exploiter le nom de domaine « avocat-divorce.com », sans faire apparaître l'identité de l'avocat, constitue une infraction aux règles sur la publicité individuelle, ainsi qu'un acte de concurrence déloyale et partant, un manquement aux principes essentiels de loyauté, de modération et de discrétion auxquels sont tenus les avocats⁶. Dans ce cadre, il convient par ailleurs de bien comprendre, à la lumière de la motivation de cet arrêt, que ce n'est pas le nom de domaine en tant que tel qui entraîne condamnation, mais les conditions de son exploitation et le risque de confusion qu'elle crée dans l'exercice propre

de l'activité de l'avocat. Comme le relève un auteur, la question est alors de savoir comment réagiront les autorités ordinales face à l'enregistrement par un membre du barreau de noms de domaine génériques à d'autres fins que l'exercice de la profession d'avocat, tel qu'un journal en ligne consacré aux praticiens du droit dans tel ou tel domaine de spécialité ; à suivre la motivation de l'arrêt, il ne semblerait pas que cette hypothèse soit en elle-même critiquable au regard des règles de la profession⁷.

On notera que l'argument d'une absence de remarque de la commission de déontologie ne peut prospérer en la matière. L'article 10.6, alinéa 1^{er} nouveau du RIN, comme hier l'article 10.11 ancien dispose que l'avocat qui ouvre ou modifie un site Internet doit en informer le Conseil de l'ordre sans délai et lui communiquer les noms de domaine qui permettent d'y accéder, comme il lui appartient de faire une déclaration préalable au Conseil de l'ordre de tout lien hypertexte qu'il envisagerait de créer. Il s'agit de permettre au Conseil de l'ordre, non pas de rendre une décision autorisant ou non la publicité, mais de donner éventuellement son avis avant diffusion ou mise en ligne (Commission des règles et usages, commentaire de la décision à caractère normatif n° 2010-002 du 20 mai 2010, disponible sur le site du CNB). Il n'y a pour lui aucune obligation et il appartiendra en tout état de cause au bâtonnier d'engager des poursuites disciplinaires, s'il le juge utile, en cas de non-respect de cet avis et/ou de manquement aux dispositions du RIN. On relèvera cependant que les lumières de l'Ordre sont des plus utiles pour éclairer la pratique déontologique des avocats face à des situations nouvelles. Dans ce cadre, le Barreau de Paris avait d'ailleurs pu réaliser de telles démarches en vue de « prévenir les avocats qui se sont parfois égarés par inadvertance »⁸, démarches à l'origine sans doute du présent contentieux...

Enfin, rappelons que la publicité doit être véridique. L'arrêt précité du 4 mai 2012 devait en donner une intéressante illustration. L'avocat

Ce n'est pas le nom de domaine en tant que tel qui entraîne condamnation, mais les conditions de son exploitation et le risque de confusion qu'elle crée dans l'exercice propre de l'activité d'avocat.

¹ Lesueur, www.avocat.fr « Avocat et publicité sur Internet : une relation à définir », JCP 2010. 175.

² Décr. n° 2005-790 du 12 juill. 2005, art. 1^{er}.
³ CA Toulouse, 15 févr. 2001, D. 2001. 3345, obs. C. Manara ; JCP G 2002, I, 136, n° 17, obs. Martin ; CCC 2002, n° 25, note Grynbaum ; LPA 14 mai 2002, p. 9, note Mac-Bellissent. —
⁴ Civ. 1^{re}, 4 mai 2012, n° 11-11.180 ; Dalloz actualité, 7 juin 2012, obs. Manara [extrait] D. 2012. 1540, obs. C. Manara ; ibid. 2013. 136, obs. T. Wickers/ extrait].
⁵ CNB, Comm. RU, avis n° 2011-042 du 25 oct. 2011, cité in C. avocat Dalloz 2013, p. 519.
⁶ Adde E. Boccarra, A l'abordage ! coachingjudiciaire.com et conciergeriejuridique.com, Gaz. Pal. 8-10 juill. 2012, p. 3.
⁷ C. Manara, Dalloz actualité, 7 juin 2012.
⁸ Bull. du Barreau de Paris 2009, n° 19, p. 234.

faisait valoir qu'il ne pouvait lui être reproché d'utiliser le nom de domaine « avocat-paris.org » qu'il avait acquis au motif que la mention de « Paris » laisserait penser qu'il s'agissait d'un avocat inscrit au barreau de Paris et exerçant dans la capitale quand dès septembre 2005, il s'était inscrit au barreau des Hauts-de-Seine où il avait son cabinet, alors qu'il n'existait aucune incertitude sur ses coordonnées qui étaient affichées et qu'il bénéficiait de la multipostulation lui permettant d'exercer ses fonctions dans le ressort du tribunal de grande instance de Paris. L'argument est rejeté par la haute juridiction

qui juge que le nom de domaine "avocats-paris.org" en dépit de l'admission de l'avocat au barreau des Hauts-de-Seine, faisant ainsi faussement croire au public qu'il était toujours inscrit au barreau de Paris, le juge du fond, abstraction faite des règles sur la multipostulation en région parisienne, a pu en déduire que la publicité litigieuse,

faute d'être véridique, contrevenait à l'article 10.1 du RIN qui prévoyait déjà expressément, dans sa rédaction antérieure à la décision à caractère normatif de 2010, l'exigence d'une publicité véridique et mise en œuvre avec dignité et délicatesse (al. 4). Pour le comprendre, il convient de rappeler que le régime de multipostulation dont jouit la région parisienne depuis le démembrement de l'ancien tribunal de la Seine, permet aux avocats inscrits aux barreaux des tribunaux de Paris, Bobigny, Nanterre et Créteil de librement postuler dans ces quatre ressorts, mais à la triple condition d'être avocat plaçant, de ne pas intervenir au titre de l'aide juridictionnelle et de ne pas mener hors de leur barreau une procédure de saisie immobilière, partage et licitation (L. n° 71-1130 du 31 déc. 1971, art. 1^{er}-III, al. 1^{er} à 3). Conditionnée et donc limitée, cette possibilité ne peut conduire l'avocat d'un barreau de ces quatre ressorts à se présenter comme avocat d'un autre, sauf à déformer la portée de l'institution de la multipostulation. Et la solution n'intéressera pas que les avocats parisiens, dès lors que la loi n° 2011-331 du 28 mars 2011 a récemment créé deux nouvelles zones de multipostulation et étendu son régime (L. 71, art. 1^{er}-VI) d'une part aux avocats inscrits aux barreaux de Bordeaux et Libourne qui peuvent postuler devant chacune de ces juridictions (L. 71, art. 1^{er}-IV) et

d'autre part aux avocats inscrits aux barreaux de Nîmes et Alès qui peuvent faire de même (L. 71, art. 1^{er}-V).

Par ailleurs, comme tous les autres types de publicité, celle faite par Internet doit se conformer aux exigences de l'article 10.4 du RIN relatif au contenu de la publicité comme aux exigences de l'article 15 du décret de 2005. En particulier, il doit se garder de tout démarchage ; ce qu'une récente décision a récemment rappelé à propos du site *classaction.fr* : « l'offre faite à un internaute de s'inscrire à une action collective sur le site *classaction.fr* constitue un acte de démarchage juridique prohibé »⁹.

Le site de l'avocat ne peut comporter aucun encart ou bannière publicitaire, autres que ceux de la profession, pour quelque produit ou service que ce soit. Il ne peut également comporter de lien hypertexte permettant d'accéder directement ou indirectement à des sites ou à des pages de sites dont le contenu serait contraire aux principes essentiels de la profession d'avocat. Il appartient à l'avocat de s'en assurer en visitant régulièrement les sites et les pages auxquelles permettent d'accéder les liens hypertexte que comporte son site, et de prendre sans délai toutes dispositions pour les supprimer si ce site devait se révéler contraire aux principes essentiels de la profession.

L'avocat participant à un blog ou à un réseau social en ligne (Facebook ou autres), doit, enfin, respecter les principes essentiels de la profession ainsi que l'ensemble des dispositions de l'article 10¹⁰. Dans ce cadre, la Commission règles et usage du Conseil national des barreaux est d'avis que le profil Facebook est réservé aux individus et ne peut être utilisé par un cabinet d'avocat ou une organisation professionnelle. À titre privé, l'avocat peut naturellement créer un tel profil mais doit en toutes hypothèses respecter les termes de son serment notamment quant au contenu des messages. Dès lors qu'un avocat utilise un compte Facebook en faisant référence à sa profession d'avocat, il s'agit nécessairement d'un document destiné à la publicité. Il doit alors répondre aux exigences de l'article 10 du RIN et notamment aux dispositions de l'article 10.6 relatif à la publicité par Internet ; la réglementation de la page Facebook doit ainsi être assimilée à la réglementation des sites Internet¹¹.

Ainsi qu'évoqué plus haut, les lettres d'information communiquées par courrier électronique sont devenues un vecteur de communication pour de nombreux cabinets. Ceux-ci se sont interrogés sur la question de savoir si

l'envoi de telles lettres d'information, ou *newsletters*, à des destinataires qui ne sont pas des clients du cabinet pouvait constituer un acte de démarchage prohibé au sens de l'article 10.2. En effet, outre sa vocation informative, la lettre d'information a aussi pour objectif de susciter des questions et éventuellement des demandes de conseil de la part de ses destinataires. L'article 10.3 du RIN, dans sa version modifiée par la décision à caractère normatif n°2010-002¹², lève l'incertitude car le texte ne

limite pas la qualité des destinataires de tels envois, ouvrant la possibilité à des envois à des fichiers de contacts ou de prospects qui n'entretiennent pas avec le cabinet une relation professionnelle préexistante.

Il reste que les règles applicables à la profession d'avocat en matière d'Internet évoluent bien moins vite que ne se multiplient les possibilités d'utilisation des nouvelles technologies.

¹² DCN n° 2010-002, AG du CNB du 8 mai 2010, publiée par decis. 20 mai 2010, JO 11 juin.

Le site de l'avocat ne peut comporter aucun encart ou bannière publicitaire, autres que ceux de la profession, pour quelque produit ou service que ce soit.

⁹ TGI Paris, 6 déc. 2005, D. 2006, AJ 141, obs. Avena-Robardet ; JCP G 2006, II, 10019, note Martin ; CA Paris, 17 oct. 2006, n° 2005/23835, 23835 ; CCE 2007, n° 27, note Stoffel-Munck - V, également à propos du site de l'Association d'aide aux victimes d'accidents corporels ; Civ. 1^{re}, 21 juin 2005, n° 03-13.633, inédit.

¹⁰ Sur les prestations juridiques en ligne ; RIN, art. 6.6.

¹¹ CNB Comm. RU, avis n° 2011-054 du 19 déc. 2011, cité in C. avocat Dalloz 2013, p. 519.