

De l'intérêt de publier dans la presse sectorielle

À l'heure où les avocats et leurs cabinets s'interrogent sur les stratégies et moyens à déployer en matière de communication pour développer leur activité et asseoir leur notoriété, une évidence demeure : l'activité d'écriture est un des moyens clés pour l'avocat de rencontrer sa clientèle.

Par
Dominic Jensen

QUELLE MATIÈRE POUR QUEL TYPE DE PUBLICATION ?

Une préconception bien ancrée pousse à croire que les écrits de l'avocat se cantonnent aux ouvrages techniques et aux revues juridiques. Les ouvrages représentent un investissement de temps et de travail considérables et les articles publiés par les revues juridiques

présentent de nombreuses contraintes quant à la valeur scientifique de leur contenu et leur présentation. Il existe cependant d'autres supports qui accueillent régulièrement les contributions des avocats.

Le tableau suivant détaille les différents types de supports et ce que peuvent être les objectifs des avocats qui y publient (Tableau 1).

Tableau 1. OBJECTIFS RECHERCHÉS PAR L'AVOCAT - AUTEUR EN FONCTION DU TYPE DE PUBLICATION

Objectifs poursuivis par l'avocat - auteur	Commentaires
Revue juridique (exemples : Recueil Dalloz, Semaine Juridique, ...)	
<ul style="list-style-type: none"> Reconnaissance technique et intellectuelle auprès des pairs et de la communauté des juristes (universitaires, juristes d'entreprise, autres professions juridiques) 	<ul style="list-style-type: none"> Contrôle et validation des contenus par un comité ou un conseil scientifique
Presse nationale généraliste ou économique (exemples : Le Figaro, Les Échos, ...)	
<ul style="list-style-type: none"> Impact auprès d'un public très large Notoriété personnelle de l'auteur 	<ul style="list-style-type: none"> Les articles signés par les avocats sont rares Les sujets traités doivent concerner une actualité de grande portée (qui dépasse le cadre juridique) tels que les questions de société, les grandes questions économiques ou les grandes affaires médiatisées
Presse sectorielle spécialisée (exemples : l'Usine Nouvelle, Le Moniteur, Stratégies, ...)	
<ul style="list-style-type: none"> Ciblage d'un lectorat précis de décideurs Développement d'une clientèle dans une branche d'activité ou secteur économique 	<ul style="list-style-type: none"> Les formats doivent être adaptés au lectorat : approche pédagogique et synthétique – parfois vulgarisation
Presse professionnelle « avocats »	
<ul style="list-style-type: none"> « Visibilité marché » vis-à-vis des confrères, concurrents et directeurs juridiques 	<ul style="list-style-type: none"> Une démarche souvent plus promotionnelle que rédactionnelle

LES ATOUTS DE LA PRESSE SECTORIELLE

Il ressort du tableau ci-dessus que la presse sectorielle spécialisée présente le double avantage d'être accessible en raison des formats et de la nature des contenus demandés à l'avocat et efficace en termes de communication et de développement. L'analyse mérite d'être détaillée.

Publier dans la presse sectorielle est une démarche qui doit s'accompagner d'une prise de conscience quant à l'importance d'une vision économique du droit. L'avocat ne peut plus se limiter à considérer que ses compétences ou spécialités sont celles qui correspondent aux tables des matières de livres de droit ou aux intitulés des cours dispensés à l'université. La spécialisation est aussi une connaissance d'un marché, d'un en-

vironnement et d'un ensemble de besoins exprimés par une catégorie de clients. Cette approche transversale n'est pas nouvelle¹ et représente une tendance soutenue depuis plus de 25 ans. Les cabinets sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à présenter leurs activités sous la forme de spécialités transversales telles que les nouvelles technologies, l'énergie ou l'aéronautique². Le ciblage d'un lectorat par le biais de la presse sectorielle participe du même raisonnement.

Ce faisant, l'avocat accomplit plusieurs objectifs qui peuvent s'avérer être des clés essentielles du développement de son cabinet :

– Il cible un profil de clients qui vont contribuer à son image de spécialiste, augmenter son expertise des problématiques juridiques liées à un secteur précis.

– Tout en se faisant mieux connaître sur un marché, il pourra aussi mieux identifier sa concurrence et ajuster sa présentation et ses écrits en conséquence.

– Le savoir-faire dans un secteur stimule la relation de confiance avec le client et équilibre le rapport de force avocat / client.

– L'écriture adaptée à un public précis dont les activités sont connues procure à l'avocat un meilleur « retour sur investissement » du temps consacré à cette activité.

– Le bouche-à-oreille est plus efficace et rapide dans un environnement où les principaux acteurs se connaissent.

– Les relais de communication sont plus efficaces : lorsque la presse nationale économique ou généraliste a besoin de spécialistes d'un secteur, elle s'adresse aux avocats clairement identifiés sur celui-ci.

– Les autres cabinets d'avocats deviennent des prescripteurs.

Le nombre et la diversité de ces publications offrent aux avocats un réservoir considérable d'opportunités d'apporter leur connaissance directement au dirigeant d'entreprise, lecteur captif des publications consacrées à son secteur d'activité.



Retrouvez sur Dalloz Revues le tableau « Exemples de titres de la presse sectorielle spécialisée (avec diffusion au numéro) »

LA NÉCESSAIRE ADAPTATION AU PUBLIC ET AU FORMAT

Ces publications professionnelles spécialisées ont toutes vocation à traiter des points de droit ou des questions juridiques qui concernent leur lectorat. Certains de ces titres ont une rubrique juridique dédiée. D'autres accueilleront du contenu juridique de manière plus irrégulière en fonction de l'actualité et des préoccupations ponctuelles du milieu professionnel concerné.

Exemples d'approches rédactionnelles dans des publications du secteur de la santé :

Perspectives sanitaires de France : Présence d'une rubrique juridique très régulièrement tenue contenant des analyses des derniers textes et de la jurisprudence. Un juriste de la Fédération des établissements hospitaliers et d'aide à la personne participe à la rédaction.

Gazette Santé Social : La publication dispose d'une rubrique juridique intitulée « Analyses juridiques ». Elle contient des articles développés (3 à 4 pages) rédigés par des intervenants extérieurs qui sont essentiellement des professeurs et des avocats.

Revue hospitalière de France : Le droit y est très développé avec des choix techniques intéressants (exemple : Télémedecine et responsabilité juridique). La revue dispose d'un système qui permet aux contributeurs externes de soumettre des articles en ligne.

Il est conseillé à l'avocat-auteur de s'informer sur les pratiques des publications auxquelles il envisage de soumettre des textes. En effet, il lui faudra s'adapter à une charte rédactionnelle, des habitudes de présentation et surtout un mode d'expression adapté au lectorat. Certains domaines économiques ou professionnels se prêtent naturellement à un vocabulaire technique ainsi qu'à des notions complexes (c'est le cas du domaine médical cité en exemple ci-dessus). D'autres environnements ont une approche différente. L'hebdomadaire *Hôtellerie-restauration* aborde de nombreuses questions juridiques (vente de fonds de commerce, droit du travail, autorisations administratives...) avec une approche pratique et didactique, cherchant à fournir à ses lecteurs un « mode d'emploi » pour chaque difficulté rencontrée. Cette adaptation à l'esprit de la publication est indispensable si l'avocat souhaite être publié.

Le nombre et la diversité de ces publications offrent aux avocats un réservoir considérable d'opportunités d'apporter leur connaissance directement au dirigeant d'entreprise.

¹ NOT.: Thèse de Frédérique Dupuis-Toubol, la nature juridique du logiciel, LGD, 1985.
² V. www.plq-avocats.com
³ SC 100, Stratégies et communication des cabinets d'avocats, sept. 2012, www.emma-strategie.com

UNE RESSOURCE SOUS-EXPLOITÉE PAR LES AVOCATS

Selon l'étude SC 100 Stratégies et communication des cabinets d'avocats³ publiée en septembre 2012, 34 % des publications et entretiens accordés par les avocats des 100 premiers cabinets en France étaient dans des titres de la presse sectorielle spécialisée. Un examen plus détaillé de ces données laisse apparaître que la moitié de ces publications et entretiens concernaient des publications du secteur financier ou patrimonial. Il en résulte que seuls 17 % des articles ou des interventions d'avocats dans la presse concernent des titres de la presse sectorielle autre que financière.

Les avocats sont donc encore peu nombreux à essayer de toucher les entreprises industrielles, les sociétés de services, les collectivités par le biais des revues professionnelles de ces différents milieux. Certes, des avocats y sont déjà présents mais les places sont rarement exclusives ou réservées et toute revue cherche à diversifier ses sources.

Toujours selon le SC100, les publications sectorielles (hors presse financière et juridique) qui ont accueilli le plus de contributions d'avocats au cours du 1^{er} semestre 2012 sont (par ordre décroissant du nombre de contributions accueillies): *L'Usine Nouvelle*⁴, *L'actualité de la commande et des contrats publics*, *Les cahiers du DRH*, *Businessimmo*, *Acheter-Louer.fr*, *Études foncières*, *Juristourisme*, *Le Moci*, *Musique info*, *Réussir grandes cultures*, *Achat Public*, *BTP magazine*, *FranceBTP.com*, *Internet Pratique*, *Le*

Journal du Net, *Le Moniteur*, *Revue Exchanges*, *Tourmag.com*

Notons la forte représentation des secteurs de l'immobilier, du BTP, d'Internet et du tourisme.

Il est intéressant de constater que le raisonnement appliqué à la presse professionnelle sectorielle spécialisée peut s'élargir à des supports destinés au grand public couvrant des domaines ou des activités ciblées. *L'Auto Journal*, *L'Automobile Magazine* ou *L'argus* peuvent accueillir des publications d'avocats qui souhaitent mettre en avant leurs connaissances liées aux questions juridiques intéressant ce secteur: responsabilité du vendeur, garanties, dommages corporels, etc. Des titres consacrés à l'art peuvent aborder des questions patrimoniales ou successorales. D'une manière générale, les publications traitant du secteur des loisirs (bateaux, chevaux, tourisme...) sont susceptibles d'accueillir du contenu de nature juridique. Enfin, les publications qui s'adressent aux familles peuvent aussi présenter des opportunités de publication sur des questions telles que la fiscalité de la famille, le divorce, la garde des enfants, les questions juridiques relatives aux familles recomposées. Ces titres touchent un lectorat très large comme le prouve la diffusion payante de plus de 110000 exemplaires au numéro du magazine *Famili*.

Aussi accessible que riche pour la stratégie de développement du cabinet, la presse sectorielle professionnelle mérite une place au cœur de la réflexion du cabinet en matière de communication.

Les avocats sont donc encore peu nombreux à essayer de toucher les entreprises industrielles, les sociétés de services, les collectivités par le biais des revues professionnelles de ces différents milieux.

⁴ *L'Usine Nouvelle* couvre plusieurs grands domaines de l'industrie: l'aéronautique, l'automobile, le bâtiment, l'énergie et les transports.