

**L'invité du Conseil de l'Ordre** : Monsieur BRAUNSCHWEIG: Avocat Honoraire.  
Secrétaire Général du Conseil National des Barreaux, membre qui interviendra sur la publicité personnelle et la question des pages jaunes.

**Monsieur le Bâtonnier MEDINA** : « J'accueille Monsieur BRAUNSCHWEIG, Président de la CNA en 1992-1993, Secrétaire Général du Conseil National des Barreaux. Il intervient ce soir lors de l'Assemblée Générale des Avocats Honoraires et c'est la raison pour laquelle Monsieur le Bâtonnier CAILLAT l'accompagne.

*Je lui ai demandé d'intervenir ce soir devant les Membres du Conseil de l'Ordre aux fins d'intervenir sur la question de la publicité personnelle et plus particulièrement sur la question des pages jaunes.*

*Un rapport de concertation a été déposé par le Conseil National des Barreaux et nous devons prendre position d'ici le 30 janvier prochain et nous allons évoquer ce soir ce rapport et Monsieur BRAUNSCHWEIG qui a tenu la plume pour l'établissement du RIN lors de la mandature du C.N.B. en 2003-2005, je tiens avant de laisser la parole à Monsieur BRAUNSCHWEIG à le remercier de sa présence parmi nous ce soir, présence qui me fait extrêmement plaisir et lui laisse la parole pour nous exposer la vision du Conseil National des Barreaux et sa vision personnelle concernant la publicité. »*

**Monsieur BRAUNSCHWEIG** : « Mesdames, Messieurs, je tiens à vous remercier de m'accueillir. Cela fait longtemps que je n'ai pas participé à un Conseil de l'Ordre. J'ai été Président de la Commission Déontologie du Barreau de Paris puis au Conseil National des Barreaux Président de la Commission Règles et Usages au moment où nous sommes passés du RIU au RIN et ce après que le Conseil National des Barreaux ait obtenu par la loi du 11 février 2004 le pouvoir normatif qui lui était concédé, pouvoir normatif qui n'a pas été si facile à avoir car le Conseil d'Etat trouvait un peu curieux que le Gouvernement délègue une partie de sa puissance à une profession et nous devons cette spécificité à Monsieur Marc GUILLAUME qui est aujourd'hui Secrétaire Général du Conseil Constitutionnel et qui était à l'époque Directeur des Affaires civiles et des Sceaux.

*Aujourd'hui la haute juridiction administrative est beaucoup plus respectueuse de ce que représente l'avocat dans notre société. A titre d'exemple, la transposition de la troisième directive sur le blanchiment d'argent où des recours ont pu aboutir.*

*Dans la profession il y a eu une période extrêmement puritaine, celle de l'époque qui date de la fin de la guerre de 1914-1918. En 1920 où il y a lieu une période extrêmement dure la publicité a été supprimée en intégralité jusqu'en 1972, pratiquement nous n'avions pas le droit de faire de la publicité.*

*La première évolution était le décret du 4 juin 1972, par ce décret il a été indiqué que l'avocat ne pouvait faire de la publicité que pour stricte nécessité d'information de la clientèle. C'est la loi de 1972.*

*Le décret du 27 novembre 1991 qui nous régit toujours qui a subi pas mal de modifications depuis, ce décret a renversé la formulation et on est allé dans une formulation positive.*

*La publicité était autorisée à condition qu'il y ait une nécessité d'informer...*

*La dernière évolution est celle du décret du 12 juin 2005 dans lequel il y a un article 15 qui est très concis, on y parle de la publicité à condition qu'elle soit véridique et qu'elle soit respectueuse des principes essentiels. On fait disparaître la nécessité d'informer le public.*

*Aujourd'hui nous sommes tout à fait en conformité avec la législation européenne.*

*La directive des services a complètement libéralisé un certain nombre de choses et notamment la publicité, les communications commerciales mais n'empêche que cette directive des services s'applique à tous.*

*Mais il y a eu beaucoup de résistance dans les Barreaux. Le Conseil National des Barreaux ce n'est pas les Barreaux puisque nous ne sommes pas un Conseil National des Ordres. Nous sommes un organisme hybride avec cette particularité : nous sommes un genre de parlement de la profession. »*

Monsieur BRAUNSCHWEIG rappelle les décisions restrictives prises par le Barreau de Grenoble il y a quelques années concernant les modalités de la publicité.

*« La Cour d'Appel de Grenoble avait donné raison au Conseil de l'Ordre mais la Cour de Cassation a cassé cet arrêt.*

*Vous avez pu constater que le RIN de ce point de vue là a voulu rentrer un peu plus dans les détails. Auparavant la publicité des avocats, c'était sa plaque, et éventuellement une plaquette. Aujourd'hui il y a les médias, internet et les pages jaunes.*

*Nous avons été en contact avec la société des Pages Jaunes qui avait du mal à comprendre les obligations des avocats ; nous avons finalement pu nous trouver un terrain d'entente mais il y a encore beaucoup de confrères qui ne lisent pas correctement les textes.*

*Aujourd'hui l'objectif de la commission des Règles et Usages est de clarifier les textes notamment concernant plus particulièrement les pages jaunes et internet, la commission a déjà rendu un avis en 2008.*

*L'article 10 du RIN a été très compliqué à rédiger et très long, parce que nous avons essayé d'être le plus précis possible.*

*Le papier en tête pose aussi un certain nombre de problèmes car beaucoup de confrères ne lisent pas les textes. Des confrères ne peuvent pas mettre sur le papier en tête des noms de juristes qui ne sont pas avocat mais qui font partie de leur cabinet.*

*En ce qui concerne la publicité je voudrais vous faire passer un message :*

*Nous sommes dans une profession libérale et nous sommes dans une profession où nous passons notre temps à vouloir réglementer notre exercice professionnel. C'est antinomique et beaucoup de confrères voudraient qu'on la règle encore plus.*

*Je prends l'exemple de Paris, il y a 22.400 avocats inscrits au Barreau de Paris et il n'y en a pas plus de 2.000 qui fréquentent le Palais. Ceux qui viennent tous les jours sont très peu nombreux, certains voudraient que la déontologie soit très ferme, très restrictive pour ceux qui ont une activité juridique. L'activité juridique, il ne faut se faire d'illusion, c'est elle qui*

*va porter le Barreau français dans la mondialisation du droit. C'est cela qui va porter l'avenir de notre profession.*

*Il ne faut pas rester dans le ghetto judiciaire mais nous pouvons constater qu'il y a une déjudiciarisation et on a de plus en plus de problèmes avec la solvabilité de la clientèle judiciaire.*

*La déontologie bouge, elle doit changer, elle doit tenir compte de l'évolution des pratiques professionnelles qui sont aujourd'hui extrêmement diverses. Le seul ciment de l'avocat d'aujourd'hui est la déontologie et l'Ordre, pour garantir les justiciables et les usagers du droit du bon fonctionnement des avocats, du respect de leur déontologie et pour les avocats l'Ordre est là pour garantir l'indépendance de l'avocat. La seule chose importante dans la déontologie pour moi est les principes essentiels, c'est la morale de tout le monde qui s'applique à notre profession, à notre façon de travailler et ça on ne peut pas y déroger c'est également pérenne.*

*C'est une raison pour lesquelles lorsqu'on a discuté du décret de la déontologie avec la Chancellerie, nous y avons travaillé plus d'un an, je peux vous dire que nous avons pu faire passer tout ce que nous voulions, nous étions avec des magistrats qui connaissaient bien la profession et qui n'étaient pas forcément nos ennemies, nous avons pu y faire passer les principes essentiels, c'est l'article 1 du RIN.*

*Lorsque vous avez des difficultés avec vos confrères c'est cela à quoi vous devez penser, lorsque vous avez des questions sur le comportement de vos confrères, cela doit toujours être vu à l'aune des principes essentiels.*

*Autour de ça il y a ce que j'appelle la périphérie de la déontologie qui sont des règles plus techniques mais qui sont des règles tout aussi importantes mais elles ne sont pas forcément fondées sur la morale, notamment la publicité et des problèmes de conflits d'intérêts.*

*La publicité, il faut voir si on abuse ou si on n'abuse pas de cette publicité puisqu'elle est liée aussi à la confraternité. Nous n'avons pas de monopole sauf la représentation devant le Tribunal de Grande Instance et il ne faut pas se faire d'illusion c'est contraire à la jurisprudence de la Cour de Luxembourg et aux principes du Traité de Rome. Et dans un prochain jour tout ce qui sera monopole y compris pour les notaires disparaîtra (à titre d'information le chiffre d'affaires des 9.000 notaires est équivalent à celui de 52.000 avocats).*

*La ligne de conduite de la publicité aujourd'hui est de respecter les principes essentiels, dans les principes essentiels il y a la loyauté, la dignité, la délicatesse, la modération, la publicité comparative est actuellement interdite bien que cela sera certainement possible un jour futur.*

*Il est indispensable d'éviter les excès. Il ne faut pas oublier que nous sommes une profession où nous sommes des concurrents c'est pour cela que nous n'avons pas de monopole chez nous, c'est à la loyauté. Si un confrère qui plaiderait en se présentant comme étant ce qu'il n'est pas, là cela devient grave. Le vrai problème des pages jaunes c'est ça. Est-ce que quand on dit on est spécialiste on a des activités dominantes, est ce qu'on est bien loyal ? et on est bien en correction avec la confraternité ?*

*La publicité abusive d'un avocat c'est la pathologie de la concurrence des avocats. Il n'y a pas eu moins de trois rapports du Conseil National des Barreaux sur ce sujet. Ce qu'il ne faut pas faire c'est éviter des confusions. On essaye de nettoyer l'article 10 qui n'a pas moins de 11 sous-articles. On a eu du mal à synthétiser tout cela, or on sait très bien qu'une norme doit être claire.*

*C'est le même problème que l'on a avec les anglais ou sur le conflit d'intérêt ils veulent faire sauter beaucoup de choses et font la technique des cas. Je me suis personnellement opposé à cela, le problème des pages jaunes est de faire en sorte qu'il n'y ait pas de confusion entre les présentations de spécialité, les présentations de spécialisations dans un champ de compétence et surtout dans les domaines d'activités.*

*Dans les pages jaunes il y a deux choses, l'annuaire à proprement parlé, par ordre alphabétique où tous les avocats sont inscrits dans une rubrique « général » et si on a un certificat de spécialité on peut être dans cette liste particulière de spécialité. Si on est certifié dans un champ de compétence on ne peut pas dire que l'on est spécialiste. Les avocats spécialisés sont réservés aux 14-15 spécialités qui sont reconnues par un arrêté ministériel, cela aussi va changer. Il y a un travail actuel qui est effectué par une commission sur la spécialisation.*

*En tout état de cause il est clair qu'aujourd'hui on ne reviendra pas sur les problèmes des domaines d'activité. Se sont les encarts publicitaires qui posent problème. Que pouvons-nous faire dans un encart publicitaire ? En France on ne peut pas être restreint, il y a une hiérarchie des lois, une hiérarchie des sources du droit et notre réglementation c'est maintenant les directives européennes, la loi du 31 décembre 1971 modifiée, la loi du 11 février 2004, c'est le décret du 27 novembre 1991 en matière de statut de l'avocat.*

*Les Règlements Intérieurs des Barreaux ne peuvent pas aller à l'encontre du RIN qui lui-même est subsidiaire du pouvoir réglementaire du Gouvernement et qui se fait dans les limites de la disposition de la loi. Toutes les règles qui sont dans ce décret sont des règles qui ont été établies par des avocats et ces règles sont applicables et opposables urbi et torbi. Opposables aux avocats eux-mêmes, les principes essentiels, c'est très récent. La première fois que l'on a entendu parler des principes essentiels, c'est dans un arrêt de la Cour d'Appel qui date des années 1995 à 1996. Avant les principes essentiels n'étaient pas reconnus par la Jurisprudence, ce qui n'est plus le cas actuellement.*

*Ce décret de déontologie de 2005 a apporté beaucoup de sécurité et est une protection des avocats vis-à-vis de leurs clients puisqu'il est opposable aux tiers.*

*Aujourd'hui à titre d'exemple nous avons une jurisprudence même un texte du décret qui permet à l'avocat de déroger à son secret professionnel quand dans la relation qu'il a avec son client et qui est donc sous l'effet du secret professionnel, on profiterait du secret professionnel pour lui opposer des choses sur lequel il ne pourrait pas se défendre.*

*Pour la publicité il faut faire très attention aux encarts, la seule limite se sont les principes essentiels. Pas de laudatif, pas de comparatif, pas de choses qui manquent de délicatesse, qui manquent de modération, qui manquent de loyauté vis-à-vis des confrères. Une publicité qui est mensongère 'est agressive vis-à-vis des confrères dans le cadre d'une concurrence loyale.*

*On a le droit de tout faire dans la publicité sauf la violation du secret professionnel et être dans le véridique.*

*On peut écrire ce que l'on fait sauf aller au démarchage. Faire du démarchage en allant vers une clientèle qui n'est pas la sienne, on a le droit maintenant, on le droit de faire des mails, on a le droit de faire des mailings par la poste à condition de ne pas faire des propositions d'intervention à des personnes ciblées.»*

\* \* \*

Monsieur le Bâtonnier remercie Monsieur BRAUNSCHWEIG d'être venu nous apporter ces précisions.

*« Il était important pour nous de faire venir en qualité de secrétaire général du Conseil National des Barreaux parce que la déontologie est une sur le territoire français et on ne peut pas se permettre à Grenoble d'interpréter différemment nos normes par rapport aux autres Barreaux. »*

Monsieur le Bâtonnier remercie Monsieur BRAUNSCHWEIG qui sort de séance accompagné de Monsieur le Bâtonnier CAILLAT..