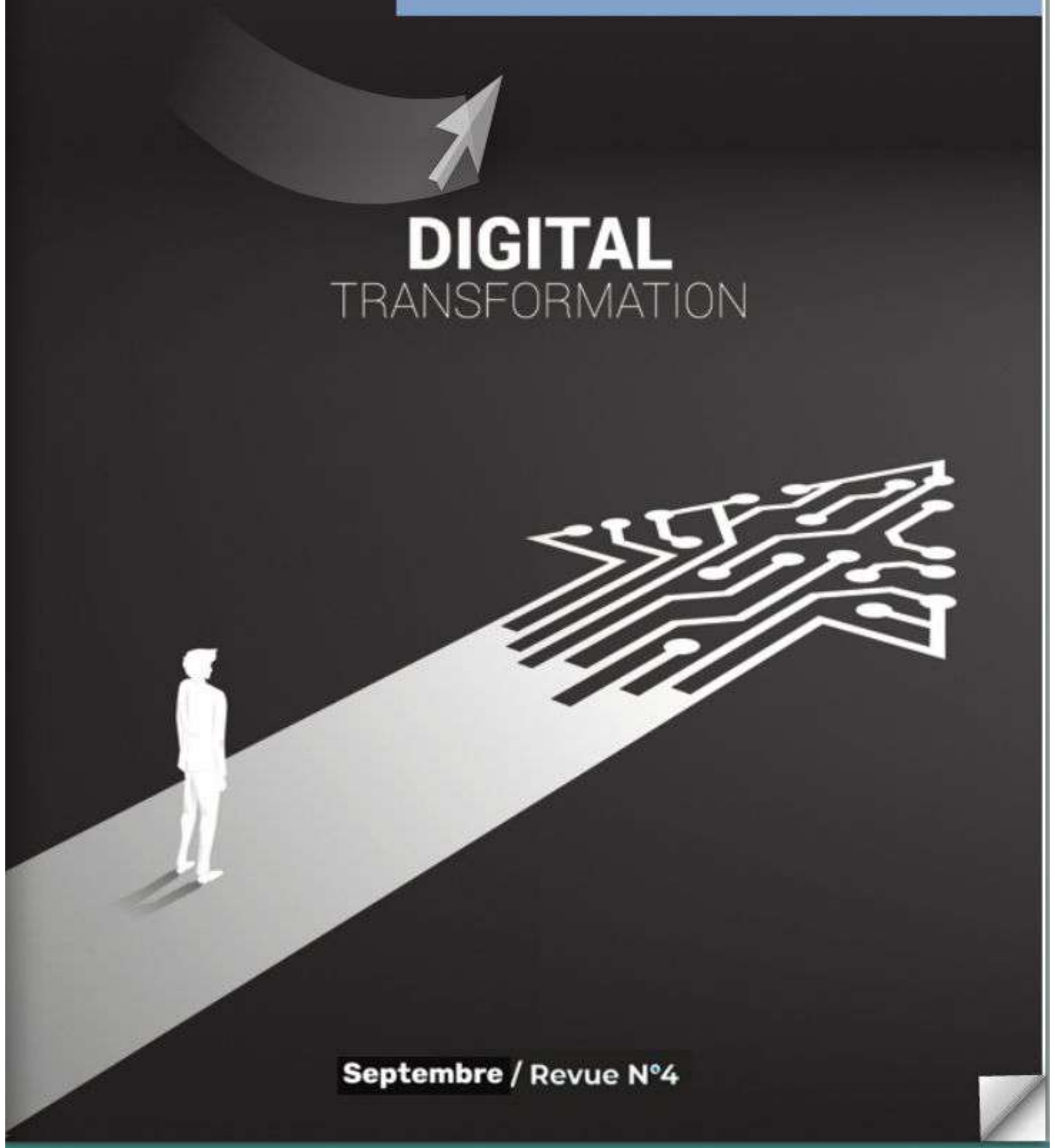
LEXWEB

LE MAGAZINE DU DROIT NUMÉRIQUE



DIGITAL
TRANSFORMATION

Septembre / Revue N°4

ÉDITORIAL

C'est la rentrée ! Une rentrée certes bien particulière dans ce contexte de pandémie. Néanmoins chères lectrices et lecteurs j'espère que vous allez bien. Ce quatrième numéro sera consacré à la transition digitale de la profession d'avocat et sera composé comme à l'habitude d'interviews de nombreux experts qui agissent au cœur même de ces bouleversements. J'en profite également pour vous remercier pour vos commentaires toujours positifs sur le site.

N'hésitez pas à commenter et à partager et surtout bonne lecture !

LW

SOMMAIRE

L'avocat et les réseaux sociaux ……P3

Interview de My Cercle ……P7

Interview de la plaidoirie.fr …….P9

La Legaltech du mois……P12

L'AVOCAT & LES RESEAUX SOCIAUX

LexWeb a le privilège de recevoir de nouveau Maître Pierre Xavier Chomiac qui a eu la gentillesse de nous parler de la présence des

L'AVOCAT & LES RESEAUX SOCIAUX

Historiquement limité aux publications dans des revues spécialisées, le développement de l'Internet a facilité la diffusion d'informations et de contenus juridiques par les professionnels du droit, notamment les cabinets d'avocats. Parmi les nouveaux outils de communication, les réseaux sociaux ont connu un succès considérable dont la sphère professionnelle a progressivement su tirer profit.

Le partage d'informations, photos, vidéos, podcast avec une communauté de partenaires et prospects économiques est en effet un atout considérable pour le développement des cabinets. Recherche d'emploi, création d'un réseau, veille informationnelle, visibilité professionnelle et opérations promotionnelles sont aujourd'hui autant d'exemples d'usages des réseaux sociaux par les professionnels.

Le faire savoir au profit du savoir-faire

Les cabinets d'avocats se sont lentement appropriés les outils de communication depuis l'utilisation de plaques professionnelles et cartes de visites jusqu'à récemment l'usage de la publicité dans la presse, sur les chaines de télévision ou encore dans des espaces publicitaires dédiés.

La profession s'engage aujourd'hui dans une transition digitale des cabinets, catalysés par le développement de prestations commerciales connexes à l'activité d'avocat, impliquant nécessairement la création de sites internet et une plus grande visibilité sur Internet. De plus en plus de structures développent ainsi une politique éditoriale de créations de contenus publiés

sur leur site internet ou plateformes de contenus, et relayés à travers les différents médias de masse, principalement les réseaux sociaux : LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, etc.

Une liberté responsable

L'innovation zélée des cabinets dans la forme ou le contenu de leurs publications conduit à rappeler les impératifs légaux liés à la spécificité de leur profession. En effet, outre les dispositions légales de droit commun qui s'appliquent à tous, notamment celles relatives à la publicité issue du Code de la consommation, les avocats sont également tenus de respecter les règles déontologiques de leur profession codifiée dans le Règlement Intérieur National principalement énoncées à son article 10.

L'avocat dispose d'une liberté d'entreprendre en matière de communication, ce dernier demeurant responsable de ses publications, contrôlées par des institutions veillant à leur conformité. Le Conseil National des Barreaux a publié en 2016 un premier vade-mecum de la communication des avocats établis pas sa commission des règles et usages, reprenant l'ensemble des règles déontologiques applicables aux avocats notamment au regard des nouveaux outils de communication tels les réseaux sociaux ou les annuaires en ligne. Le Barreau de Paris est actuellement en train de préparer un document à jour de la récente réforme de l'article 10 du RIN supprimant la distinction entre publicité et information professionnelle de l'avocat.

Ainsi la communication des avocats est guidée par l'obligation d'une information loyale et sincère en lien avec sa profession, le respect des différentes législations et Friday applicable et enfin, une bonne foi dans ses publications.

Une liberté encadrée

S'appliquant aussi bien dans sa vie personnelle que professionnelle, l'avocat est tenu en matière de réseaux sociaux d'un devoir de prudence renforcé, tant en raison des informations ou écrits qu'il pourrait y publier, qu'en raison de ceux qui pourraient être publiés par des tiers sur sa propre page. L'article 10.6 du Règlement Intérieur National précise sur ce point que « L'avocat participant à un blog ou à un réseau social en ligne doit respecter les principes essentiels de la profession ainsi que l'ensemble des dispositions du présent article ». Des règles

complémentaires peuvent également s'ajouter selon le barreau d'appartenance de l'avocat qui dispose de son propre règlement intérieur.

Complétant les dispositions légales liées à l'information loyale et sincère, l'avocat est tenu de respecter les principes essentiels de la profession notamment la dignité, la probité, la délicatesse, la modération et la courtoisie. Tout manquement à ces règles serait de nature à constituer une publicité agressive, mensongère ou trompeuse voire un acte de concurrence déloyale.

Plusieurs exemples de pratiques liées aux réseaux sociaux sont en conséquence limités par les règles déontologiques de la profession :

- **Réseaux sociaux interdits.** L'usage de certains réseaux sociaux, notamment les plateformes de rencontre telle Tinder ou Grinder par des avocats à titre professionnel sont ainsi par nature incompatibles avec les règles légales et déontologiques. En effet, les conditions générales d'utilisation de tels réseaux sociaux interdisent généralement la création de profils professionnels à des fins de promotion ou de démarchage des utilisateurs. De la même façon, toutes promotions de prestations juridiques ou d'un avocat en particulier sur ces sites internet seraient contraires aux principes essentiels guidant la profession d'avocat notamment la dignité.

- **Noms des clients.** Soumis légalement au secret professionnel, un avocat ne peut donner le nom de ses clients, même avec l'accord de ces derniers. Il appartient ainsi à l'avocat de protéger la liste de contacts clients qu'il peut développer au sein d'un réseau social. Par opposition, rien n'interdit le client, non tenu au secret professionnel, de dévoiler le nom de son avocat et de porter une appréciation sur ce dernier.

- **Propos discourtois ou offres illicites**. À l'image d'autres citoyens, les avocats peuvent voir leur responsabilité professionnelle engagée à l'égard de publications postées sur des réseaux sociaux, qu'il s'agisse de propos dépassant nos principes essentiels – Post Facebook injuriant des magistrats – ou proposant des offres de prestations illicites – Post LinkedIn annonçant le Black Friday d'un cabinet offrant des consultations à moindre coût.

- **Mélange de genre**. S'interdisant de confondre sa vie professionnelle et privée, l'avocat ne peut sur sa page professionnelle publier des textes, photos ou vidéos sans lien avec sa profession. C'est le cas par exemple de photos d'avocats, faisant état de leur titre, pris avec leurs enfants ou membres de leurs familles ou encore vidéos d'eux s'adonnant à une consommation excessive d'alcool.

L'avenir de la communication de la profession passe par la maitrise de nouveaux outils de travail, de traitement et de diffusion de notre valeur ajoutée dont les réseaux sociaux font partie intégrante. Il revient aux avocats d'apprendre et exploiter cet outil pour le développement de leur structure.

Par Maître Pierre Xavier Chomiac de Sas

PCS AVOCAT
Droit des affaires & Nouvelles Technologies

INTERVIEW

LexWeb a le privilège de recevoir Jérôme Cazes, spécialiste des risques financiers et fondateur de MyCercle la solution numérique du partage de données sécurisées qui a eu la gentillesse de répondre à nos

1/ Bonjour, pouvez nous présenter MyCercle ?

Bonjour, nous sommes une entreprise française créée en 2013, détenue par ses fondateurs, et nous développons un outil numérique de partage sécurisé de fichiers et de messages, hébergé en France. Nos clients sont de toutes tailles et présents dans tous les secteurs, mais ce sont notamment des avocats et notamment des cabinets individuels.

2/ Selon vous en quoi la pandémie due au coronavirus a-t-elle transformé la manière de travailler des avocats ?

Concernant le télétravail à l'intérieur des cabinets, beaucoup d'avocats avaient déjà pris conscience de la nécessité de pouvoir accéder de partout à leurs documents, les consulter, les modifier, les diffuser, les partager avec des collègues : la crise a permis de tester en vrai grandeur si leur dispositif était solide, sûr et ergonomique, et elle a obligé les autres à mettre en place rapidement « quelque chose ». Concernant les échanges avec les clients, beaucoup moins de cabinets avaient complètement pris conscience du besoin de leurs clients d'accéder tout le temps et de partout à leurs documents. L'envolée du télétravail a rendu les clients plus exigeants quant à la qualité des partages que leur avocat met à leur disposition. Troisième observation, beaucoup de cabinets ont senti le besoin d'outils numériques permettant de garder le contact avec leurs clients, à travers des lettres périodiques fréquentes et très pratiques.

3/ Quelles sont les atteintes numériques que risquent les avocats avec leurs outils actuels ?

Les avocats courent exactement les mêmes risques que les autres professionnels quand ils utilisent des outils numériques : les risques directs de destruction ou le détournement de leurs fichiers et de ceux de leurs clients ; et le risque indirect, lié notamment au RGPD, de ne pas

avoir vérifié la qualité de leurs pratiques numériques. Simplement, ces risques sont aggravés de deux façons : par leurs obligations spécifiques de confidentialité ; et par le fait que leur profession les amène à collecter, stocker ou diffuser des fichiers particulièrement sensibles. Face à cet enjeu, la sensibilité de beaucoup d'avocats aux risques numériques reste modeste. Beaucoup continuent de partager des documents confidentiels par pièces jointes à des mails ou par des portails gratuits.

4/ Quels sont les services proposés par Mycercle ?

Un cabinet d'avocat s'abonne à MyCercle sur internet en quelques clics, sans engagement de durée. Il crée ainsi instantanément son extranet sécurisé, qu'il ajustera ensuite à ses besoins de façon intuitive, sans paramétrage initial compliqué. Nous lui garantissons une utilisation facile, qu'il se contente d'usages très simples (télétravail pour lui et ses collègues, collecte ou diffusion de fichiers et des messages avec ses clients) jusqu'au plus sophisitiqué, avec des data rooms professionnelles avec filigrane dynamique et traçabilité étendue.

5/ Comment fonctionne Mycercle pour les avocats utilisateurs ?

L'avocat va personnaliser en quelques clics l'espace type qui fera que ses clients seront bien « chez lui » (logo, message d'accueil...) puis il crée ou ferme les espaces dont il a besoin, chacun de contenu illimité, et y invite autant d'invités qu'il le souhaite, qui vont gérer chacun leur mot de passe. L'avocat sait qu'il récupère d'un clic le contenu d'un espace, et que son client a toutes les garanties RGPD, comme de récupérer aussi d'un clic le contenu de l'espace. Il sait aussi que l'ergonomie a été pensée pour un avocat : par exemple, un client peut lui déposer des documents, les consulter après les avoir déposés, mais jamais les modifier. Cela pour 0,50€ par mois l'espace, sans engagement de durée. Une assistance illimitée mail et téléphone est disponible, mais les abonnés n'en ont pratiquement jamais besoin. J'ai pu constater que vous offriez aux avocats intéressés trois mois gratuits pendant la période actuelle de crise sanitaire. Est-ce toujours s'actualité. Si oui je me permettrai de si vous le souhaitez de mettre un petit encart publicitaire gratuit en lien avec cette offre. Oui, l'offre est toujours valide, probablement jusqu'en aout, merci beaucoup.

Merci Jérôme Cazes
pour cett

MyCercle
DATA ROOMS
ESPACES DE PARTAGE
DEVELOPPE & HEBERGE EN FRANCE

CLIQUEZ ICI

Prendre un rendez-vous avec un avocat n'a jamais été aussi simple !
www.meetlaw.fr
Meet laW

INTERVIEW

LexWeb a le privilège de recevoir Dimitri Kernel fondateur de "La Plaidoirie" une agence de communication pour les avocats et qui a eu la gentillesse de répondre à

1— Bonjour, pouvez nous présenter La Plaidoirie ?

J'ai créé La Plaidoirie.fr, une agence de communication dédiée aux avocats, il y a deux ans. L'objectif est simple : rendre visibles les cabinets d'avocats afin de développer leur clientèle et améliorer leur notoriété.

À la fois juriste de profession et passionné de communication et nouvelles technologies, je mets au service des avocats cette double casquette, qui se veut complémentaire, afin de les accompagner pour développer leur stratégie digitale.

2— Selon vous, pourquoi aujourd'hui plus qu'hier l'exercice de la profession d'avocat nécessite une visibilité en ligne ?

D'une manière générale, la visibilité en ligne est un élément fondamental de la réflexion marketing de toute entreprise. Une présence numérique efficace vaut souvent mieux qu'un simple local commercial.

En matière de service, et de plus en plus, chaque client potentiel va scruter les références de l'entreprise sur les moteurs de recherches, à la fois pour connaître ses spécificités et son offre, mais également les avis.

L'avocat, en tant qu'entrepreneur, ne doit donc pas négliger la communication digitale dans le développement de son activité.

Quant aux avocats plus précisément, deux éléments tendent à renforcer le besoin de présence numérique :

— D'une part, un nombre croissant de nouveaux avocats intègrent les barreaux français ; ce qui provoque *de facto* une concurrence interne plus rude.

-D'autre part, le développement des Legal Startup bouscule depuis quelques années le marché juridique en permettant un accès au droit simplifié, rapide et économique.

Face à ce double constat, les avocats se doivent d'adopter une posture Tech Friendly.

3— Quels services La Plaidoirie propose aux avocats ?

Initialement, La Plaidoirie.fr offrait un panel complet de prestations visant à assurer la présence numérique des avocats : création de sites internet, community mangement, réalisation de logo, de vidéo, mais aussi d'infographie juridique (legal design).

Depuis peu, j'ai souhaité affiner mon offre et cibler le seul accompagnement sur les réseaux sociaux.

Ce choix récent se justifie par la double compétence que je mets en avant, celle d'être juriste d'entreprise et passionné de communication. J'estime en effet que c'est dans la prestation de community management que mes compétences de juriste sont une vraie plus-value. Connaître et comprendre l'actualité juridique me permet d'affiner la communication de mes clients et de la rendre lisible par le grand public. En effet, il est difficile de prétendre vouloir publier de l'actualité juridique sans en comprendre le fond.

Cette compétence juridique instaure une réelle légitimité dans ma relation avec mes clients ; ce qui entretient une véritable relation de confiance.

4— La profession d'avocat a t — elle réussi sa transition numérique ou est-elle encore réticente à utiliser ces nouveaux outils ?

La profession est en train réussir sa transition numérique et, de manière générale, son passage vers les pratiques de demain.

Aujourd'hui, la majorité des avocats disposent en effet d'un site internet vitrine qui expose des éléments de présentation standard descriptifs ainsi qu'un blog de veille juridique. Ils sont aussi de plus en plus présents sur les réseaux sociaux ; ce qui diversifie leurs supports de communication et booste leur référencement naturel.

La création d'incubateurs au sein des barreaux et de nombreux concours autour des Legal Tech, dirigés par des avocats eux-mêmes, nous montre que la profession s'inscrit pleinement dans la transition numérique.

J'ajouterai que cette transformation est permise par une certaine évolution des règles déontologiques en parallèle.

Les avocats, en créant des Legal Startup, montrent ainsi pleinement leur capacité d'adaptation : ils proposent des services nouveaux et ciblés, plus proches du client, où la place laissée à la pédagogie est renforcée.

Enfin, les avocats n'hésitent plus aujourd'hui à utiliser les nouvelles technologies dans leur travail au quotidien. Je pense tout particulièrement au développement des algorithmes et à l'intelligence artificielle qui s'avèrent être d'utiles compagnons de travail et facilitent les tâches quotidiennes sans dénaturer la profession ni la remplacer.

En conclusion, je dirais que le monde juridique est en pleine mutation et cela est passionnant. À mon sens, il serait d'ailleurs pertinent que, dès la formation universitaire, les possibilités de vocation entrepreneuriale soient davantage mises en avant.

5— Selon vous, quel est le modèle type de l'avocat ayant réussi à s'imposer sur les réseaux numériques ?

Pour qu'un avocat réussisse à s'imposer sur les réseaux, il faut tout d'abord et sans conteste qu'il dispose des supports de communication de base de l'identité digitale : plus concrètement, avoir un site internet et un blog régulièrement alimenté, un logo et une charte graphique réfléchie, ainsi que des pages sur les réseaux sociaux.

Cela est bien la première étape. Pour se démarquer, les clefs sont la diversification et l'adaptation :

- Sur la diversification : communiquer sur l'actualité juridique est important pour démontrer son expertise dans tel ou tel domaine, mais en rester là ne peut pas être suffisant. J'incite mes clients à sortir de la seule sphère juridique et à communiquer sur des sujets autres, des thématiques plus générales (architecture, environnement, économie, RH, informatique, etc.) ou encore sur la vie et les valeurs du cabinet en lui-même. L'objectif est à la fois de diversifier les contenus rédactionnels et d'« humaniser » le cabinet.
- Sur l'adaptation : le travail de vulgarisation est important. Si l'avocat souhaite toucher un public de non-initiés, il ne peut pas se satisfaire de l'utilisation du seul lexique juridique. Pour les réseaux de mes clients, je m'attache toujours à simplifier le droit, sans bien sûr le dénaturer, en apportant des éléments de pédagogie dans la communication. Le legal design et les vidéos juridiques sont ainsi de bons outils qui rendent le droit accessible et permettent d'attirer des internautes voire des clients.

Merci Dimitri Kernel pour cette

La Plaidoirie.fr

LEGALTECH

Gino LegalTech

Gino LegalTech, société qui participe à la mutation numérique dans le domaine des contrats, propose aux juristes de robotiser leurs actes pour gagner du temps, sécuriser leur rédaction et capitaliser leur expérience contractuelle.

Les juristes doivent faire face à trois tendances de fond :

- l'explosion du nombre, de la taille et de la complexité des contrats ;

- l'exigence croissante de la performance ;

- la nécessité d'enregistrer dans les systèmes d'information les données contenues dans les contrats.

« Le juriste rédacteur d'actes a l'impression d'avoir déjà bien structuré son approche mais en réalité, pour un contrat donné, soit il part du dernier acte qu'il a rédigé et doit apporter toutes les adaptations nécessaires, soit il recherche ses différentes clauses réparties dans ses modèles de contrats, ce qui est fastidieux et ingérable. Une plateforme de robotisation des contrats comme Gino est aujourd'hui indispensable », explique Cyril de Villeneuve, Directeur Général de Gino LegalTech.

Comment robotiser ses contrats ?

Robotiser, c'est reproduire le comportement humain. Le juriste rédacteur d'actes interroge le demandeur d'un contrat et, au vu des réponses, rédige le contrat idoine. C'est exactement ce que fait Gino.

Le robot reproduit les instructions que le juriste lui enseigne.

En pratique, le juriste crée un robot par type d'acte : NDA, pacte d'actionnaires, contrat de prestations de service, contrat de travail, bail. Il rédige son acte comme d'habitude, soit en partant d'une feuille blanche, soit en partant d'un acte existant qu'il importe dans le système. Au fil de sa rédaction, il enrichit son acte d'instructions intuitives : variable, texte conditionnel, texte alternatif et boucle. Le juriste obtient alors son contrat en répondant à un questionnaire interactif.

Grâce aux robots, un juriste peut par exemple rédiger un contrat de bail en 20 minutes au lieu de 2 à 6 heures ou un pacte d'actionnaires en 30 minutes au lieu de 8 à 15 heures.

Une fois le robot créé, le juriste va passer son temps à enrichir en permanence son robot, au cas par cas, des particularités de chaque nouvelle situation, des évolutions du droit et des

améliorations de rédaction. L'idée est de ne jamais refaire deux fois la même chose, d'accumuler et de capitaliser son expertise.

Le juriste peut décupler son impact par la délégation de la production de ses actes robotisés à des opérationnels.

Avec la nouvelle version mise en ligne le 31 janvier dernier, Gino LegalTech compte répondre aux besoins des juristes confrontés à un monde qui change. « Dans 20 ans, aucun des concepts de droit que nous connaissons n'existera plus. Le droit va changer totalement. Les juristes auront besoin de davantage d'espace et de temps pour la créativité et la robotisation des contrats va les leur donner », affirme Philippe Ginestié, avocat et fondateur de Gino LegalTech.

LexWeb
Le Magazine du Droit Numérique

ILS SONT INTERVENUS SUR LEXWEB

JUSTICE EXPRESS

Mon Code Juridique
L'innovation au service de vos droits

Wejustice

LE DROIT POUR moi

citizencase

TribunApp

Captain Contrat

youstice

avostart

SYK

CALL A LAWYER

Doctrine.fr

LeBonBail
Express Your Reaction

Le Pandorie.fr

My MyCercle
DATA ROOMS
ESPACES DE PARTAGE

my Notary
Simplifiez-vous la vente

Predictice

easy Quorum

bailcommercial
INNOVO AVOCATS

yousign

JURI'PREDIS.IP
L'intelligence artificielle pour les professionnels du droit

iptransfer

Meet laW

CONSILIUM

ARSKAN

Pomelaw.fr
Le 1er Cabinet d'avocats en ligne

PCS AVOCAT
Droit des affaires & Nouvelles Technologies

je vérifie
MA TAXE
FONCIÈRE.com

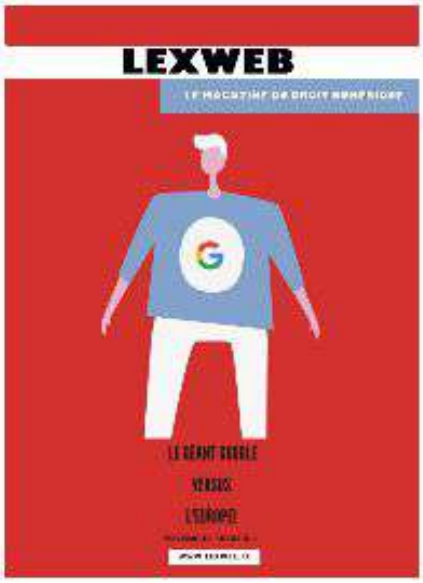
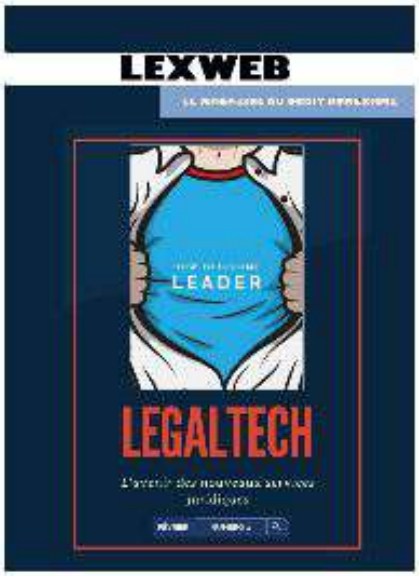
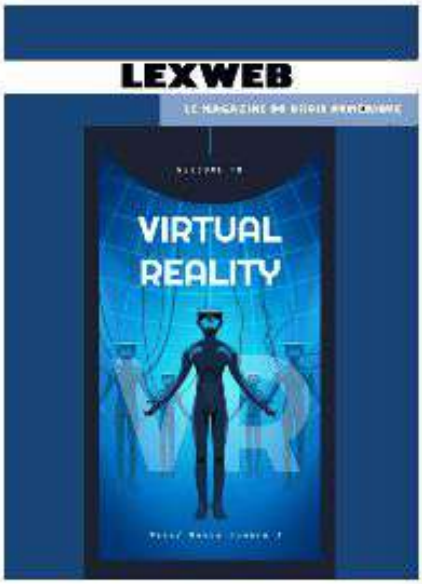
CLIQUEZ ICI

JE-VERIFIE-MA-TAXE-FONCIERE.COM

JE VÉRIFIE MA TAXE FONCIÈRE

Vous ne pourrez plus jamais vous tromper dans le calcul de votre taxe foncière

je vérifie MA TAXE FONCIÈRE .com

SUIVEZ
LEXWEB
PARTOUT

Les anciens numéros de LexWeb