

VADE-MECUM DÉONTOLOGIE

LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE DE L'AVOCAT

2020

Composition de la commission « Publicité, démarchage et Communication » pour l'année 2020-2021 :

Membres du Conseil de l'Ordre de la commission de déontologie « Publicité, démarchage et communication »

Monsieur Hirbod Dehghani-Azar, Secrétaire
Madame Solène Brugère, secrétaire adjointe
Monsieur Frédéric Naquet
Monsieur Barthélemy Lemiale

Anciens Membres du Conseil de l'Ordre :

Madame Hannelore Schmidt
Madame Nathalie Attias

Avocats missionnés de la commission de déontologie « Publicité, démarchage et communication »

Madame Zakia Baki,
Monsieur Pierre-Xavier Chomiac de Sas

SOMMAIRE

I. Glossaire

II. Le site internet du Cabinet

- Quelles sont les règles en matière de choix du nom de domaine
- Que peut contenir le site internet d'un avocat ?
- Quelles sont les mentions obligatoires ?
- Quelles sont les mentions prohibées ?
- Quelles sont les règles applicables en matière de liens hypertextes ?
- L'avocat peut-il mentionner le nom de ses clients ou des affaires traitées ?
- Quelles informations relatives aux honoraires l'avocat doit mettre en ligne ?
- Dans quelles conditions peut-on mettre son site internet en ligne ?

III. Blog & Réseaux Sociaux

- Quels sont les textes applicables aux publications d'avocats sur des réseaux sociaux ?
- Dois-je soumettre mes pages de réseau social au contrôle de l'Ordre ?
- Quels contacts et personnes peut-on entretenir au sein d'un réseau social ?
- Peut-on se faire recommander par un client sur un réseau social ?
- Peut-on intégrer des hyperliens sur son site internet vers des pages de réseau social ?

IV. Le référencement et annuaires commerciaux

- Un avocat peut-il acheter des mots clés sur internet par le moyen de liens sponsorisés pour accroître la visibilité de son cabinet ?

V. La sollicitation personnalisée

- Peut-on faire un démarchage par téléphone notamment par voie de SMS ou de MMS ?
- Peut-on faire un démarchage par message via les réseaux sociaux ?
- Peut-on déléguer à des tiers l'envoi d'une sollicitation personnalisée ?
- Dans quelles conditions un avocat peut-il adresser une sollicitation personnalisée à des organismes et associations de défense des consommateurs ?

VI. L'intermédiation : l'utilisation de site tiers pour développer sa clientèle

- Quels sont les devoirs des avocats utilisant des services de plateformes en ligne tenues par des sociétés commerciales ?
- À quelles conditions l'avocat peut-il fournir une consultation en ligne ?
- Peut-on répondre à des questions juridiques posées sur un site par des internautes anonymes ?
- À quelles conditions un avocat peut-il percevoir des rémunérations pour ses prestations en ligne ?

I. GLOSSAIRE

L'article 10 du RIN consacré à la communication des avocats proposent plusieurs définitions de différents types de communications relatives

La publicité fonctionnelle. Destinée à faire connaître la profession d'avocat et son organisée, cette dernière relève de la seule compétence des institutions représentatives de la profession.

La communication de l'avocat. Terme générique intégrant toutes forme de publicité de l'avocat et historiquement l'information professionnelle¹.

La publicité personnelle. Elle comprend toute forme de communication destinée à promouvoir les services de l'avocat.

La sollicitation personnalisée. Ce type de publicité s'entend de toute forme de communication directe ou indirecte, dépassant la simple information, destinée à promouvoir les services d'un avocat à l'attention d'une personne physique ou morale déterminée.

L'information professionnelle. Encadrant historiquement les documents destinés à la correspondance des avocats, notamment les dénominations, plaques, cartes de visites, cette notion et les règles spécifiques qui s'y appliquaient ont été supprimé par la réforme de l'article 10 du RIN.

¹ Supprimée par la réforme de l'article 10 du RIN en avril 2020

II. LE SITE INTERNET DU CABINET

QUELLES SONT LES RÈGLES EN MATIÈRE DE CHOIX DU NOM DE DOMAINE

Le nom de domaine permet d'identifier le site internet de l'avocat et participe également au référencement de ce dernier sur les moteurs de recherche. L'article 10.5 du RIN précise que :

« Le nom de domaine doit comporter le nom de l'avocat ou la dénomination du cabinet en totalité ou en abrégé, qui peut être suivi ou précédé du mot "avocat". »

L'utilisation de noms de domaine évoquant de façon générique le titre d'avocat ou un titre pouvant prêter à confusion, un domaine du droit ou une activité relevant de celles de l'avocat, est interdite. »

Le RIN prévoit par ailleurs que le site internet de l'avocat, ou sa modification substantielle, doit être soumis au « Conseil de l'Ordre » pour validation ou observations.

Plusieurs recommandations peuvent être formulées dans le choix et l'exploitation d'un nom de domaine :

- Si le texte permet l'usage des initiales de(s) l'avocat(s), il peut faire courir le risque de confusion avec d'autres sites internet.
- L'utilisation de noms de domaines pour son cabinet usant de termes génériques en lien avec une activité professionnelle – droitsocial.com, frenchdivorce.com, accidentdutravail.net, contrôle-urssaf.com, etc. – est contraire aux principes essentiels de la profession. En effet, elles sont de nature à créer une confusion en laissant croire que les sites émanent des structures représentatives de la profession voire ils participent directement à l'élaboration et à la mise en œuvre de la norme elle-même.
- Il est interdit d'utiliser un nom de domaine fantaisiste pour le site internet du cabinet sauf à ce qu'elle corresponde à la dénomination exacte ou le nom commercial du cabinet qui doit être préalablement soumis au Conseil de l'Ordre. A ce titre, l'avocat souhaitant utiliser un nom spécifique au sein de sa communication devra soumettre sa demande au Service de l'Exercice Professionnel du Barreau de Paris.
- L'exploitation d'un nom de domaine comportant un « s » au mot avocat impose que le cabinet comporte à minima deux avocats, associés ou collaborateur. Le RIN précise en effet qu'un avocat exerçant seul doit le mentionner et s'abstenir d'utiliser des termes de nature à laisser penser au justiciable qu'il s'adresse à une structure composée de plusieurs avocats.

Il est enfin rappelé que l'avocat ne peut en aucun cas se prévaloir de toute forme d'ancienneté d'utilisation des noms de domaines qui seraient contraire aux règles déontologiques.

QUE PEUT CONTENIR LE SITE INTERNET D'UN AVOCAT ?

Présentation & contenus. Outre l'identification complète du Cabinet, le site peut contenir de nombreuses informations, d'ordre général ou plus ciblées, par matière, par type de contentieux liée à l'activité du cabinet ou du monde juridique, notamment par une veille ou actualité jurisprudentielle.

L'article 10.2 du RIN récemment modifié prévoit les informations que peut contenir la communication d'un avocat, ainsi que les modalités de leur utilisation :

« (...) »

Il peut notamment faire mention :

- De sa ou ses spécialisations, ainsi que de sa ou ses qualifications spécifiques, régulièrement obtenues et non invalidées ;
- De ses domaines d'activités dominantes ;
- Des missions visées à l'article 6 du présent règlement qui peuvent lui être confiées. Lorsqu'il agit dans le strict cadre d'une telle mission, il doit l'indiquer expressément.

Lorsque l'avocat communique sur la nature des prestations de services proposées, il doit procurer une information sincère. »

Spécialités, Activités dominantes, Expertises. Ces termes peuvent être utilisés par l'avocat au sein de sa communication sous réserve qu'elle réponde aux conditions prévues par l'article précité, étant précisé que l'information doit correspondre, quel qu'en soit le support, à l'avocat personne physique membre de la structure.

- « Spécialité » / « spécialiste » / « spécialisé(e) » : Seul l'avocat titulaire d'un ou de plusieurs certificats de spécialisation délivré par le Conseil National des Barreaux, ainsi que de sa ou ses qualifications spécifiques, régulièrement obtenus et non invalidés peut utiliser pour sa communication, quel qu'en soit le support, les mots « spécialiste », « spécialisé », « spécialité » ou « spécialisation » et le signe distinctif instauré par le Conseil National des Barreaux pour symboliser la qualité d'avocat spécialiste.
- Un cabinet ne peut donc valablement se présenter comme étant « spécialiste » ou « spécialisé » ou proposant une « spécialité ».
- De plus, la terminologie utilisée pour présenter une mention universitaire utilisant le terme « spécialité », quand bien même elle serait exacte, crée une confusion manifeste dans la profession d'avocat avec le certificat de spécialisation délivrée par le CNB. Il est recommandé dans ces conditions de supprimer ledit terme et intégrer un lien hypertexte vers le détail de la formation si vous le souhaitez.
- « Activité dominante » : L'information relative aux domaines d'activités dominantes, dont le nombre revendiqué ne peut être supérieur à trois, doit résulter d'une pratique professionnelle effective et habituelle de l'avocat dans le ou les domaines correspondants ;
- « Expertise » L'utilisation du terme « expertise » est tolérée sous réserve que les conditions précitées relatives aux activités dominantes sont respectées. A défaut, les termes « domaines de compétence » sont acceptés, l'avocat devant toutefois bénéficier des compétences et de la formation nécessaire à l'exercice desdits domaines de compétences ;
- « Expert » : si l'utilisation du terme « expertise » est toléré, l'emploi du terme « expert » est de nature à créer une confusion dans l'esprit du public, faute de pouvoir le justifier par des éléments objectifs et standardisés à l'image du certificat de spécialisation contrôlé et délivré par le CNB².

Avis, Commentaires et Notation par les clients : En application de l'article 10.2 du RIN qui rappelle aux principes essentiels et prévoit que l'information donnée par l'avocat dans le cadre de sa communication doit être « loyale », il apparaît que des mentions dont on ne peut garantir ni la provenance, ni la véracité, ni l'objectivité sont contraires aux principes essentiels de la profession, notamment de probité et de modération³.

² L'utilisation de ce terme a pu ainsi faire l'objet de litige devant les instances ordinales. Précisément, un arrêté du Bâtonnier (en date du 28 juin 2017), a considéré que « L'usage du terme expert est de nature à créer une confusion dans l'esprit du public » et « n'apporte pas une information loyale au public ». Un rapport au Conseil de l'Ordre en 2019 a confirmé l'interdiction de l'emploi du terme expert au regard des objectifs de garantir une information sincère et loyale aux justiciables, éviter le risque de concurrence déloyale à l'encontre des avocats spécialisés et minimiser le risque de mise en œuvre de la responsabilité professionnelle en cas d'emploi non précis et non justifié du terme expert.

³ La diffusion de commentaires faisant l'éloge de l'avocat ou de son cabinet, constitue un manquement aux principes de délicatesse, de modération, de dignité et de loyauté, étant observé que l'avocat est automatiquement responsable des commentaires publiés. (CNB Comm. RU, avis n° 2015-019 du 18 mai 2015 ; CA Paris, 18 décembre 2015).

L'avis d'un client, qui par définition ne se base que sur une expérience personnelle et subjective de « consommation », s'il répond à l'objectif d'informer le public, ne permet d'en garantir la loyauté dès lors que l'avocat pourrait effectuer une modération des avis publiés, excluant les éventuels avis négatifs ou commandant des avis positifs.

De plus, la diffusion de ces informations, dont le nom du client ou des éléments permettant de l'identifier, ne peut être effectuée sans atteindre le secret professionnel dont l'avocat reste tenu, nonobstant l'accord de son client qui aurait accepté une telle diffusion d'informations (*voir infra*).

Dans ces conditions, il n'est pas recommandé à l'avocat d'intégrer ou de se prévaloir de ce type d'informations au sein de sa communication, notamment son site internet.

Logos. Il est possible d'utiliser des éléments visuels d'identification tel un logo créé pour le cabinet, à condition que celui-ci ne contienne pas de signes ou de significations qui seraient contraires à nos principes essentiels.

Il est également possible d'utiliser les logos avec des organismes avec l'avocat collabore régulièrement⁴ et ayant un lien avec la profession d'avocat, sans toutefois en faire la promotion. L'avocat devra obtenir les droits d'utilisation à ce titre. Il est rappelé qu'un logo est mis à disposition par le CNB en cas d'autorisation de ce dernier notamment en matière de spécialisation.

En revanche, il n'est en aucun cas possible d'utiliser le logo de l'Ordre des Avocats de Paris, qui est sa propriété exclusive et dont l'utilisation à des fins, même promotionnelles, est interdite.

QUELLES SONT LES MENTIONS OBLIGATOIRES ?

Identification du cabinet. Il importe sur la page principale du site internet de l'avocat de présenter tous les éléments permettant d'identifier ce dernier comprenant notamment l'adresse du cabinet, nom et prénom de l'avocat, barreau d'appartenance, numéro de téléphone et de télécopie, dénomination du cabinet et s'il y a lieu, type de structure d'exercice.

Mentions légales. Obligation légales issue de l'article 6.III de la loi 2004-575 du 21 juin 2004, le site doit faire état de plusieurs informations relatives au responsable éditorial du site internet :

- La dénomination et la raison sociale du cabinet, sa forme et le capital social de la société, son n° de SIRET et n° d'inscription au RCS, le barreau d'appartenance ;
- L'adresse du siège social ;
- Les coordonnées postales, téléphoniques et électroniques (adresse mail) ;
- Nom et coordonnées du directeur de publication du site (webmaster) ;
- Nom, raison sociale, adresse et coordonnées de l'hébergeur du site.

Mentions relatives au règlement des litiges. Depuis le 1er janvier 2016, tout professionnel est obligé de mentionner sur son site les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève. Il y mentionne également l'adresse du site internet du ou de ces médiateurs. L'ordonnance n° 2015-103 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et le décret n° 2015-1382 du 30 octobre 2015 relatif à la médiation des litiges de la consommation consacrent le droit pour tout consommateur de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel⁵.

Tout avocat doit ainsi être en mesure d'offrir à ses clients consommateurs la possibilité de recourir gratuitement à un dispositif de médiation de la consommation en cas de litige de nature contractuelle, c'est-à-dire essentiellement en cas de litige en matière d'honoraires.

⁴ Ces derniers ne peuvent en aucun cas être mentionnés s'ils sont clients du cabinet.

⁵ Transposition de la directive 2013/11/UE, relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation

RGPD. La récente réglementation relative à la protection des données personnelles impose de préciser les modalités de mises en œuvre de traitement de données pour respecter le RGPD. Il est notamment demandé d'informer l'internaute sur l'auteur de la protection, le contenu protégé, les motifs de récupération de données, leurs conditions de stockage, durée de conservation.

Il est rappelé que l'avocat doit impérativement insérer ces mentions dans tous les supports de communication destinés à ses clients.

Il est également impératif de :

- S'assurer du consentement de l'intéressé au Traitement de ses Données Personnelles (par exemple, par la mise en place d'un onglet à cliquer, pour valider ledit accord) ;
- Rappeler que l'intéressé dispose d'un droit d'accès, de limitation, de rectification ou d'effacement de ses données personnelles, en s'adressant au responsable dudit traitement (Me X ou Cabinet Y) ;
- Rappeler à l'intéressé qu'il a la faculté de former une réclamation auprès de la CNIL, dans l'hypothèse où il considère que ses données n'ont pas été protégées.

QUELLES SONT LES MENTIONS PROHIBÉES ?

Outre toute publication qui contreviendrait à nos principes essentiels ou obligations professionnelles tel le secret professionnel, la modération, la courtoisie ou l'humilité, sont applicables l'ensemble des dispositions légales en la matière notamment les articles L121-1 et suivant du Code de la consommation interdisant :

- Toute publicité mensongère ou trompeuse ;
- Toute mention comparative ou dénigrante ;
- Toute mention susceptible de créer, dans l'esprit du public, l'apparence d'une structure d'exercice inexistante et/ou d'une qualification professionnelle non reconnue ;
- Toutes références à des fonctions ou des activités sans lien avec la profession d'avocat ainsi que toute référence à des fonctions juridictionnelles ;

Sont également prohibés les encarts ou bannières publicitaires faisant la promotion de produits ou services autres que ceux de la profession.

Ainsi, le vocabulaire publicitaire utilisé par l'avocat pour promouvoir ses compétences, son expérience et son cabinet, devra correspondre à la réalité. Il appartiendra à l'avocat de fournir les éléments précis et sérieux à ce titre en cas de contestation sur la réalité d'une mention visée au sein de son site internet. Il en est ainsi des termes proches du caractère laudatif (exemple : le leader en droit du divorce) ou des éléments chiffrés (exemple : « 2500 plaidoiries »).⁶

QUELLES SONT LES RÈGLES APPLICABLES EN MATIÈRE DE LIENS HYPERTEXTES ?

Les dispositions de l'article 10.5 alinéa 5 du RIN précisent que le site de l'avocat « *ne peut comporter de liens hypertextes 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* ».

⁶ Voir les recommandations de l'ARPP sur le sujet www.arpp.org

En tant que responsable de la publication du site internet, l'avocat est responsable conformément aux dispositions des articles 10.2§2 et 10.3 du RIN, des contenus publiés et ne peut limiter sa responsabilité par l'intermédiaire de clauses rédigées au sein des mentions légales.

Concernant les liens hypertextes renvoyant vers des réseaux sociaux, il ne peut qu'être appelé à la plus grande prudence sur la communication de l'avocat notamment au regard du devoir de dignité et le principe d'indépendance de l'avocat.

A cet égard, l'avocat ne peut intégrer des liens hypertextes renvoyant à des sites tiers dont l'objet n'a aucun lien avec la profession, voire pourrait avoir une activité commerciale sans lien avec celle-ci.

L'AVOCAT PEUT-IL MENTIONNER LE NOM DE SES CLIENTS OU DES AFFAIRES TRAITÉES ?

L'article 2.2 du RIN⁷ encadrant le secret professionnel est d'ordre public, général, absolu et illimité dans le temps et recouvre toutes les matières et supports. Sa violation est passible de sanctions pénales et disciplinaires. Le secret professionnel couvrant également l'identité de ses clients, l'avocat ne peut en aucun cas permettre d'identifier directement ou indirectement le nom de ses clients, et ce même avec leur accord. Une seule exception est admise en matière d'appels d'offres, sous réserve de l'accord des clients concernés.

Si un avocat souhaite communiquer sur des affaires ou dossiers traités, il est possible d'insérer à titre d'exemple un onglet ou un paragraphe « presse » permettant un renvoi à un article de presse ou une interview, le cas échéant.

S'agissant des documents publics ou d'accès public, telles que des décisions de justice, que ceux-ci pourraient être consultables sur le site internet de l'avocat, aux conditions cumulatives suivantes :

- Obtenir préalablement l'accord de son client dont les intérêts personnels peuvent être impactés négativement par sa publication. En toute hypothèse, il est conseillé d'anonymiser le nom de son client, celui de la partie adverse et le nom de son conseil ;
- Assortir les publications d'un commentaire indiquant que la décision est définitive ou, si elle ne l'est pas, qu'elle est frappée d'appel. Si elle a été réformée en appel, il n'est pas possible de la publier en application du principe essentiel de loyauté.

QUELLES INFORMATIONS RELATIVES AUX HONORAIRES L'AVOCAT DOIT METTRE EN LIGNE ?

La fixation du montant des honoraires est libre. L'article 11.1 du RIN prévoit : « à défaut de convention entre l'avocat et son client, les honoraires sont fixés selon les usages, en fonction de la situation de fortune du client, de la difficulté de l'affaire, des frais exposés par l'avocat, de la notoriété et des diligences de celui-ci (...) ». Le mode de facturation, le tarif horaire et la possibilité d'établir une convention d'honoraire (obligatoire en cas de client acquis après sollicitation personnalisée, conformément aux dispositions de l'article 10.3 du RIN) peuvent être développés sur le site de l'avocat.

Premier rendez-vous et consultation gratuite. Si l'avocat est libre de fixer ses honoraires comme il l'entend, voire y renoncer purement et simplement, pour autant, publier une telle « proposition » est susceptible de constituer un acte de concurrence déloyale vis-à-vis des confrères.

Mention d'un règlement étalé en plusieurs échéances. Des systèmes de paiement via TPE permettent aujourd'hui la mise en place de règlements différés dont la communication est possible. Il importe cependant de rappeler l'interdiction de proposer des possibilités d'encaissements de chèques successifs selon un calendrier défini, contrevenant aux articles L. 131-31 et L.131-32 du Code monétaire et financier.

⁷ L'article 66-5 de la loi 71-1130 du 31 décembre 1971 modifiée ; Les articles 4 et 5 du décret 2005-790 du 12 juillet 2005.

DANS QUELLES CONDITIONS PEUT-ON METTRE SON SITE INTERNET EN LIGNE ?

L'avocat qui ouvre ou modifie substantiellement 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 (article 10.6 10.5 du RIN). Si le texte dit « sans délai », il est préférable et plus prudent de soumettre à l'Ordre, son site ou sa maquette de site, avant toute mise en ligne, tant pour s'assurer de sa conformité, en amont, que pour éviter des modifications, après la mise en ligne, et le coût y relatif.

L'avocat saisit l'Ordre en communiquant son nom de domaine et sa maquette, en adressant un mail au service de déontologie (delegationgenerale@avocatparis.org) comportant un lien vers le site que l'avocat se propose de mettre en ligne. Le dossier est ouvert et transmis à la Commission Publicité Démarchage et Communication. Sont analysés :

- La validité du nom de domaine exploité ;
- La présence de mentions obligatoires : mentions légales, RGPD, règlement des litiges ;
- La conformité des contenus notamment l'absence de mentions prohibées ;

Une fois le site internet conforme aux règles déontologiques, le cabinet reçoit un courrier de validation, copie en est transmise par la Commission Publicité Démarchage et Communication, directement au SEP (Service de l'Exercice Professionnel), de sorte que le nom de domaine de l'avocat (ou du cabinet) soit enregistré, comme élément supplémentaire d'identification.

La validation d'un site internet ne peut cependant faire l'objet d'une publication sur le site internet. En effet, une telle communication instrumentalise le respect des dispositions réglementaires et les diligences de vérification de l'Ordre. Elle est également de nature à créer une confusion dans l'esprit du public et est susceptible de constituer une distorsion de concurrence avec d'autres avocats au sens du Code de la consommation.

De la même manière, un cabinet d'avocat ne pourra opposer la validation historique de son site internet par l'Ordre si des manquements aux règles déontologiques sont constatés dans le cadre des modifications qui lui sont apportées.

III. BLOG ET RÉSEAUX SOCIAUX

Les principes essentiels de la profession d'avocat s'appliquent tant dans la vie personnelle que professionnelle. L'article 183 du Décret de du 27 novembre 1991 rappelle en effet que : « Toute contravention aux lois et règlements, toute infraction aux règles professionnelles, tout manquement à la probité, à l'honneur ou à la délicatesse, même se rapportant à des faits extraprofessionnels, expose l'avocat qui en est l'auteur aux sanctions disciplinaires énumérées à l'article 184 ».

En matière de réseaux sociaux, l'avocat est tenu par nos règles déontologiques et principes essentiels, dont de prudence et de probité, 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. Il est d'ailleurs important que les avocats distinguent le réseau social privé de celui professionnel⁸.

⁸ CNB, Comm. RU, avis 2011-054 du 19 déc. 2011 : « Dès lors qu'un avocat utilise le réseau Facebook en faisant la promotion de ses services, il s'agit nécessairement d'une page Facebook destinée à la publicité. La page doit alors répondre aux exigences de l'article 10 du RIN et notamment aux dispositions de l'article 10.6 (ancien) relatif à la publicité par Internet ; la réglementation applicable à la page Facebook doit ainsi être assimilée à la réglementation applicable aux sites Internet » ; CNB, Comm. RU, avis n°2016/014 du 12 fév. 2016 : « Dès lors qu'un avocat utilise un compte Twitter à des fins de promotion de son activité professionnelle, il s'agit d'une publicité au sens de l'article 10 du RIN. [...] En conséquence, l'avocat concerné doit respecter les principes essentiels de la profession comme cela est expressément rappelé à l'article 10.5 in fine du RIN. »

En cas de doute sur la licéité du contenu d'un profil ou sur la possibilité d'apparaître sur certains réseaux sociaux en qualité d'avocat, il est toujours possible d'interroger l'Ordre par un mail adressé au service de déontologie (delegationgenerale@avocatparis.org) comportant un lien vers le profil ou la page d'accueil du réseau concerné.

QUELS SONT LES TEXTES APPLICABLES AUX PUBLICATIONS D'AVOCATS SUR DES RÉSEAUX SOCIAUX ?

La présence d'un avocat sur un réseau social s'apparente à une forme de publicité personnelle, dès lors qu'il est fait état de sa qualité d'avocat. Elle est donc soumise aux règles en la matière et notamment à l'article 10 du RIN.

Conformément à l'article 10.6 du RIN, « 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. ».

Aux termes des articles 10.1 et 10.2 du RIN, 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, sous réserve que leur présentation, leur emplacement ou leur contenu ne soit pas de nature à induire le public en erreur ou à constituer un acte de concurrence déloyale.

Par ailleurs, la présence de l'avocat sur les réseaux sociaux n'exclut pas l'application des autres règles déontologiques, notamment en matière d'incompatibilités avec une activité commerciale.

L'avocat ne peut, en effet, sur son réseau social professionnel renvoyer à des comptes ou des sites n'ayant pas de lien avec la profession ou faire la promotion de sociétés commerciales n'ayant pas de lien avec son activité.

DOIS-JE SOUMETTRE MES PAGES DE RÉSEAU SOCIAL AU CONTRÔLE DE L'ORDRE ?

Contrairement à un site internet ou une sollicitation personnalisée, les publications professionnelles sur les réseaux sociaux ne sont pas soumises à une procédure préalable de validation par l'Ordre. Cependant, l'avocat doit, en toutes circonstances, respecter ses règles déontologiques, notamment la dignité, la probité, la délicatesse, la confraternité et la modération et la courtoisie.

Ainsi, ses publications et présentations devront refléter la réalité du cabinet, et veiller à la nature strictement professionnelle des publications.

QUELS CONTACTS ET PERSONNES PEUT-ON ENTRETENIR AU SEIN D'UN RÉSEAU SOCIAL ?

Le secret professionnel de l'avocat comporte en principe le nom des clients de l'avocat. Ainsi, dans l'hypothèse où une liste de « contact clients » existerait, il appartient à l'avocat de protéger celle-ci au même titre que le secret professionnel. Il n'est donc pas possible de faire figurer le nom de ses clients comme tel sur un réseau social.

De même, s'il n'est pas interdit de mentionner comme contact le nom d'un professionnel – expert agréé, notaire, magistrat, etc. – cela doit être fait de façon neutre, sans mise en avant par l'avocat des fonctions ou profession de ses contacts.

PEUT-ON SE FAIRE RECOMMANDER PAR UN CLIENT SUR UN RÉSEAU SOCIAL ?

Le secret professionnel de l'avocat comporte en principe le nom des clients de l'avocat et son agenda professionnel. Pour autant, le client n'est pas tenu au secret professionnel et peut dévoiler le nom de son avocat et de porter une appréciation sur ce dernier.

Il est recommandé à l'avocat de ne pas relayer par simple souci de publicité l'avis ou le commentaire de son client sur les réseaux sociaux afin de préserver le secret professionnel qui ne peut être délié par son client (*cf supra*).

PEUT-ON INTÉGRER DES HYPERLIENS SUR SON SITE INTERNET VERS DES PAGES DE RÉSEAU SOCIAL ?

L'avocat reste tenu de respecter ses règles déontologiques, y compris sur les réseaux sociaux. En effet, l'article 10.5 du RIN rappelle que le site internet « ne peut 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 ne peut qu'être appelé à la plus grande prudence sur la communication de l'avocat sur les réseaux sociaux et par conséquence sur le renvoi sur le site internet de l'avocat ou du cabinet par un lien hypertexte sur une page de réseau social.

De la même manière, il importe à l'avocat de veiller à ne pas mêler à travers les réseaux sociaux sa vie personnelle et sa vie professionnelle.

IV. LE RÉFÉRENCIEMENT ET ANNUAIRES COMMERCIAUX

Le référencement publicitaire intégrant notamment des affichages prioritaires est aujourd'hui largement utilisé par les avocats. S'apparentant à des supports de publicité⁹, ils prennent notamment la forme de liens hypertextes, liens sponsorisés, backlinks ou achat de mots clés, générateur automatique de liens, balises métadonnées, etc. Le référencement des avocats est soumis à l'article 10 du RIN, dont les modalités sont contrôlées par les juridictions ordinaires et civiles¹⁰. L'avocat doit ainsi toujours vérifier que les informations présentées¹¹ ainsi que le type d'annuaire dans lequel sa publicité apparaît¹².

Pour rappel, l'article 10.2 du RIN rappelle les informations obligatoires pour toute publicité d'un avocat notamment faire état de « sa qualité et permettre, quel qu'en soit le support, de l'identifier, de le localiser, de le joindre, de connaître le barreau auquel il est inscrit, la structure d'exercice à laquelle il appartient et, le cas échéant, le réseau dont il est membre ». Respectant implicitement les dispositions du Code de la consommation, sont prohibées « toute publicité mensongère ou trompeuse, toute mention comparative ou dénigrante, toute mention susceptible de créer dans l'esprit du public l'apparence d'une structure d'exercice inexistante et/ou d'une qualification professionnelle non reconnue, toute référence à des fonctions ou activités sans lien avec l'exercice de la profession d'avocat ainsi que toute référence à des fonctions juridictionnelles ».

UN AVOCAT PEUT-IL ACHETER DES MOTS CLÉS SUR INTERNET PAR LE MOYEN DE LIENS SPONSORISÉS POUR ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DE SON CABINET ?

L'utilisation de mots clés, en tant qu'elle induit un rattachement de l'avocat aux mots clés utilisés ou achetés, ne doit pas porter atteinte aux droits des marques, droits d'auteurs ou à la renommée d'autrui. Elle ne peut également permettre la diffamation, l'injure, le dénigrement, tout acte de concurrence déloyale notamment vis-à-vis de confrères¹³.

De même, toute utilisation de mots clés de nature à induire en erreur l'internaute ou le consommateur est prohibée. Tel est le cas par exemple si les mots clés concernés rattachent l'avocat à un département dans le

⁹ CNB, Comm. RU, avis n°2004-053 du 23 déc. 2004

¹⁰ CNB, Comm. RU, avis n°2011-013 du 31 mars 2011 ; Civ, 1^{ère}, 6 déc. 2007, n°06-16.072

¹¹ CNB, Comm. RU, avis n°2010-071 du 17 janv. 2011 sur l'interdiction pour un avocat non titulaire d'un certificat de spécialisation dans le domaine concerné de se présenter comme « spécialiste » dans un annuaire.

¹² CNB, Comm. RU, avis n°2015/023 du 26 juin 2015 relatif à la publicité d'un avocat sur un annuaire pornographique.

¹³ Civ. 2^{ème}, 12 Juillet 2012, n°11-20.687, Bull. n°133

ressort duquel il n'est pas inscrit ou ne possède pas de bureau secondaire, renvoient à une spécialisation dont il n'est pas titulaire (art. 10.4 alinéa 2 du RIN).

Sont ainsi prohibés l'achat de mots clés tels que « ordre des avocats de ... », « membre du conseil de l'ordre de ... », « meilleur avocat en ... », « avocat spécialisé en ... », du nom d'un confrère renommé, ou d'un cabinet concurrent.

V. LA SOLLICITATION PERSONNALISÉE

Depuis 2014¹⁴, les professions réglementées peuvent désormais adresser des sollicitations personnalisées dans leur domaine de compétence. Cette autorisation est cependant limitée à certains professionnels¹⁵, le démarchage juridique en vue de proposer des consultations ou rédaction d'actes en matière juridique restant prohibé¹⁶.

DÉFINITION DE LA SOLLICITATION PERSONNALISÉE

Article 10.1 « *La sollicitation personnalisée, qui est un mode de publicité personnelle, s'entend de toute forme de communication directe ou indirecte, dépassant la simple information, destinée à promouvoir les services d'un avocat à l'attention d'une personne physique ou morale déterminée* ».

La sollicitation personnalisée, destinée à faire la promotion de l'activité du cabinet auprès de clients potentiels, doit impérativement remplir les conditions prévues par l'article 10.3 du RIN notamment :

- Procurer une information sincère sur la nature des prestations de services proposées ;
- Être une sollicitation adressée à une personne, physique ou morale, nommément désignée ;
- Prendre la forme d'un message exclusif de toute démarche physique ou téléphonique ;
- Préciser les modalités de détermination du coût de la prestation et que ce dernier fera l'objet d'une convention d'honoraires ;
- Elle doit préciser que le coût proposé fera l'objet d'une convention d'honoraires

En tant que mode de publicité personnelle, elle est obligatoirement soumise à l'Ordre pour validation de son contenu.

PEUT-ON FAIRE UN DÉMARCHAGE PAR TÉLÉPHONE NOTAMMENT PAR VOIE DE SMS OU DE MMS ?

Justifiés par la protection de l'indépendance, de la dignité et de l'intégrité de la profession d'avocat ainsi que la bonne information du client, le démarchage physique et téléphonique de futurs prospects ou client est interdit, recouvrant notamment l'ensemble des dispositifs existants permettant un traitement automatisé des envois de messages.

Confirmé par le Conseil d'État¹⁷, « cette restriction tient compte, d'une part du caractère intrusif de ces « minimessages » qui s'apparentent à du démarchage téléphonique, lui-même prohibé par les obligations déontologiques de la profession d'avocat (RIN, art 10.3), d'autre part, de ce que, par leurs caractéristiques, ces « minimessages » ne permettent pas d'assurer, dans tous les cas, un contenu respectant les obligations d'information posées par le RIN (article 10.2).

¹⁴ Loi n°2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation (art. 130) complétée par un décret n°2014-1251 du 28 octobre 2014 relatif aux modes de communication et successivement les lois n°2015-990 du 6 août 2015 (art. 173), n°2016-1547 du 18 novembre 2016 de modernisation de la justice du XXI^e siècle (art. 3)

¹⁵ Notamment les avocats, conseils en propriété industrielle et certains auxiliaires de justice

¹⁶ Articles L. 242-5 à L. 242-9 C. conso.

¹⁷ CE, 9 nov. 2015, n° 386296

PEUT-ON FAIRE UN DÉMARCHAGE PAR MESSAGE VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Dès lors que l'avocat approche un prospect ou un client afin de proposer ou promouvoir ses services, il lui appartient de respecter les conditions précitées relatives à la sollicitation personnalisée. La particularité des réseaux sociaux, par exemple le caractère temporaire des messages, ne le dédouane pas du respect de ces règles.

PEUT-ON DÉLÉGUER À DES TIERS L'ENVOI D'UNE SOLLICITATION PERSONNALISÉE ?

L'avocat peut recourir à une société spécialisée pour assurer les prestations liées à l'envoi des publicités ou de sollicitations personnalisées de manière dématérialisée¹⁸, à l'exception des messages textuels envoyés sur un terminal téléphonique mobile pour le cas de la sollicitation personnalisée.

L'avocat cependant en toutes circonstances est tenu de garantir le respect par le tiers en cause du respect des obligations déontologiques en la matière, l'avocat ne pouvant s'exonérer ou contourner les règles applicables par l'écran d'une société tierce agissant en son nom ou pour son compte¹⁹.

L'avocat devra notamment assurer le respect du secret professionnel sur les informations que le futur client souhaitera lui communiquer et qui devra être effectué en conséquence sans aucun intermédiaire.

DANS QUELLES CONDITIONS UN AVOCAT PEUT-IL ADRESSER UNE SOLLICITATION PERSONNALISÉE À DES ORGANISMES ET ASSOCIATIONS DE DÉFENSE DES CONSOMMATEURS ?

Cette pratique est admise sous réserve que les règles encadrant la sollicitation personnalisée soient respectées par l'avocat lorsqu'il approche l'organisme et par l'ensemble des personnes susceptibles de diffuser ou rediffuser le nom ou la proposition de services de l'avocat.

Confirmé par la commission des règles et usages du CNB, toute correspondance contenant une offre directe ou indirecte de services par l'avocat doit remplir les conditions prévues pour la sollicitation personnalisée.

Dans le cas où cette sollicitation personnalisée a vocation à être rediffusée au nom et pour le compte de l'avocat, l'organisme ou association jouant le rôle d'intermédiaire a l'obligation de respecter les règles déontologiques en la matière, engageant la responsabilité de l'avocat en cas de manquement.

Il est rappelé que la sollicitation personnalisée n'exclut pas le respect par l'avocat du principe de libre choix de l'avocat par la justiciable, de telle sorte que l'avocat ne peut imposer ou faire imposer ses services à un justiciable, notamment par l'intermédiaire d'une association ou d'un organisme.

¹⁸ CNB, Comm. RU, avis n° 2015-013 du 13 avril 2015

¹⁹ CNB, Comm. RU, avis n°2016-001 du 27 janvier 2016

VI. L'INTERMÉDIATION : L'UTILISATION DE SITE TIERS POUR DÉVELOPPER SA CLIENTÈLE

QUELS SONT LES DEVOIRS DES AVOCATS UTILISANT DES SERVICES DE PLATEFORMES EN LIGNE TENUES PAR DES SOCIÉTÉS COMMERCIALES ?

La relation entre l'avocat et l'éditeur de la plateforme relève exclusivement du droit commun, ce dernier n'étant pas tenu au respect des règles déontologiques, applicables à l'avocat²⁰. L'avocat est tenu à ce titre à une obligation de vérification portant sur le contenu du site et son mode de fonctionnement.

L'avocat ne peut participer ou souscrire toute prestation auprès d'une société qui serait contraire ou porterait atteinte à des dispositions légales ou réglementaires notamment celles encadrant la profession d'avocat, celles issues du Code de la consommation relative à la publicité ou promotion ou encore le règlement général de la protection des données (RGPD). Cela comporte notamment de :

- Garantir la pleine liberté, l'indépendance, le secret professionnel voire l'éventuel conflit d'intérêt de l'avocat dans sa relation avec ses clients ou justiciables, la réalisation de ses prestations notamment quant à la libre fixation des honoraires, la conclusion obligatoire d'une convention d'honoraires, etc. Sont en cause également l'interdiction du partage d'honoraires avec la plateforme ou un mandat de facturation concédé à la plateforme.
 - Garantir que les plateformes présentant ou exploitant les données d'avocat délivrent une information loyale, claire et transparente notamment sur ses domaines d'activités dominantes et spécialisations, son barreau d'appartenance et sa localisation.
 - S'interdire de travailler avec une plateforme exploitant le terme « avocat » dans leur dénomination ou nom de domaine, titre protégé par la loi et constituant un usage illicite du titre d'avocat²¹.
 - S'interdire de travailler avec une plateforme s'adonnant à une forme de démarchage en vue de donner des consultations ou de rédiger des actes en matière juridique. Seules des sollicitations personnalisées à l'initiative des avocats ou sous leur contrôle sont admis.
 - S'interdire de travailler avec une plateforme collectant des données ou documents de client. L'immixtion du site d'intermédiation dans la relation entre le client et l'avocat constituerait une violation du secret professionnel.

À QUELLES CONDITIONS L'AVOCAT PEUT-IL FOURNIR UNE CONSULTATION EN LIGNE ?

L'avocat doit veiller au respect des principes essentiels, d'indépendance, de secret professionnel et éviter tout conflit d'intérêt. Ainsi en cas de consultation en ligne, l'ensemble des intéressés doivent être identifiés avant toute fourniture de prestation juridique.

L'avocat devra notamment :

- s'assurer de l'identité et des caractéristiques de la personne à laquelle il répond,
- fournir des informations adaptées à la situation de l'interrogateur,
- être toujours en mesure d'entrer personnellement et directement en relation avec l'internaute, notamment pour poser les questions complémentaires nécessaires conduisant à la fourniture d'un service adapté aux besoins de l'internaute.

²⁰ Cass 1^{ère} civ 11 mai 2017, n°16-13.669 ; 1^{ère} civ, 22 mai 2019, n°17-31.320.

²¹ Retrait amiable ou judiciaire de site internet exploités par des sociétés tierces tel www.avocat.net ou mon-avocat.fr

D'une façon plus générale, le fait pour un avocat de proposer ses diligences en ligne par l'intermédiaire d'un site internet implique qu'il s'interroge sur la conformité d'une telle pratique eu égard à l'encadrement de la publicité et du démarchage, à son devoir de conseil et de prudence et au respect du principe de dignité et à l'absence de conflit d'intérêt.

PEUT-ON RÉPONDRE À DES QUESTIONS JURIDIQUES POSÉES SUR UN SITE PAR DES INTERNAUTES ANONYMES ?

L'avocat peut prodiguer toute information publique d'ordre juridique sous réserve que les questions et réponses soient d'ordre générale et ne constituent pas une consultation juridique.

L'avocat doit, en toute circonstance, être clairement identifié permettant ainsi au public de vérifier notamment son identité et sa qualité auprès de son ordre.

Dans le cadre d'une consultation non publique l'avocat doit connaître l'identité de l'internaute car il est toujours tenu d'éviter tout conflit d'intérêt.

À QUELLES CONDITIONS UN AVOCAT PEUT-IL PERCEVOIR DES RÉMUNÉRATIONS POUR SES PRESTATIONS EN LIGNE ?

Un avocat peut créer un site internet de prestations juridiques, de sorte qu'il peut librement percevoir toute rémunération des clients de ce site (art.19 RIN), le cas échéant par l'intermédiaire d'un établissement financier assurant la sécurité des paiements en ligne, pour autant que l'identification du client reste aussi possible à cette occasion.

L'avocat peut également intervenir sur un site tiers dit « d'intermédiation », dans les conditions définies par l'article 19.4.2 du RIN imposant notamment :

- L'exclusion de toute rémunération de la plateforme établie en fonction des honoraires que l'avocat perçoit des clients avec lesquels le site ou la plateforme l'a mis en relation.
- Garantir que les prestations fournies par le site ou la plateforme de référencement ou de mise en relation sont conformes au Titre II de la loi n° 71-1130 du 31 décembre 1971 portant réforme de certaines professions judiciaires et juridiques.
- Le respect du secret professionnel et de la règle du conflit d'intérêts.
- L'interdiction de donner mandat à l'exploitant du site ou de la plateforme de référencement ou de mise en relation de percevoir pour son compte les honoraires qui lui reviennent, sauf à recourir à une entreprise agréée dans les conditions prévues au code monétaire et financier.

L'avocat doit informer l'Ordre de son intervention sur ledit site tiers en joignant à sa déclaration le contrat passé avec ledit site.

L'avocat devra à cette occasion vérifier que la convention ou les conditions générales d'utilisation du site ne portent pas atteinte à la liberté de fixation de ses honoraires en accord avec son client, toute fixation forfaitaire des honoraires par un tiers étant contraire au principe d'indépendance de l'avocat.