

## BIG BROTHER IS WATCHING YOU

Une chronique de Frédéric Aznar - Agence AXESSIT  
Conseil en communication des avocats



*A l'aimable sollicitation de la rédaction du magazine Réseaux du Droit, je réponds par une lettre supposée fictive que nous pourrions tous recevoir demain, avocats y compris. Il s'agit pourtant bien d'une chronique sur la communication, mais qui rompt avec les habituels débats sur les logos ou les sites internet de cabinets. Il est ici question de réputation et donc de la gestion collective et individuelle de sa réputation sur Internet.*

**TOUTE RESSEMBLANCE AVEC VOTRE QUOTIDIEN N'EST DONC PAS FORTUITE ...**

Chère Mademoiselle,  
Cher Maître,

Vous ne me connaissez pas. Mais ces dernières heures passées sur Internet n'ont fait que confirmer les sentiments qui m'animent depuis la visite, à caractère professionnel naturellement, du site de votre cabinet d'avocats. Car je le précise, je suis aussi votre client. Je me permets d'ailleurs de vous adresser mes sincères félicitations pour la qualité du site Internet de votre cabinet, votre agence conseil en communication ayant réalisé un excellent travail ... très chic, très parisien, très élégant, très rassurant !!

Mais quelle ne fut pas ma surprise, en cherchant à percer le mystère de cette sage photo repérée aujourd'hui sur votre fiche de présentation. En admirant celle-ci, j'ai deviné dans ce regard la personnalité attirante qui se cachait derrière ce tailleur strict, cette coiffure sage et ces lunettes fines. Quelques clics plus tard, me voici donc plongé dans votre univers ... Bien sûr le parcours classique m'a conduit à découvrir votre très officielle biographie : vos études primaires et secondaires sur copainsdavant.com, puis dans un registre plus mature, vos brillantes études Supérieures découvertes sur Viadeo.com. J'y ai d'ailleurs remarqué que vous aviez parmi vos "amis" virtuels de nombreux chasseurs de têtes.

Votre patron doit-il y voir un signe de votre départ annoncé ? Trois clics plus loin, me voici lancé dans la découverte de vos opi-

nions politiques. Les commentaires que vous laissez sur les blogs visités sont sans équivoque. Nous partageons de toute évidence la même passion pour le marxisme ... pas celui de Groucho, mais bien de Karl. Étonnant toutefois pour une collaboratrice du département fusion-acquisitions du cabinet Brother & Brother.

Vos patrons de Boston ont-ils connaissance de votre nature rebelle ? J'ai aussi découvert, et assez simplement dois-je vous confier, que votre petite entreprise de vente de sacs contrefaits sur eBay.fr ne connaît pas la crise. Je suppose que vos fréquentes visites au bureau Brother & Brother de Beijing vous facilitent l'approvisionnement. Je vous comprends, ça met du beurre dans les épinards et ça paie les charges ...

Mais venons en enfin à la sphère privée. Je ne me suis pas attardé sur les multiples photos de vous adolescente, qui demeurent toujours disponibles sur ce SkyBlog depuis longtemps abandonné, pour me concentrer sur de l'information plus fraîche. Permettez-moi d'ailleurs de vous conseiller une action en diffamation contre ce jeune ami de l'époque, qui a diffusé des photos de vous assez osées, accompagnées en outre de commentaires quelque peu douteux. Il faut bien que jeunesse se fasse, certes ... mais là c'est gênant. A en croire vos dernières photos de vacances au Club Atlantique de Temer en Grèce Orientale, disponibles sur Flickr.com, vous avez un goût affirmé pour les soirées « mousse ». Moi aussi ... et votre appartenance au groupe Facebook.com, "French Kiss World Record", me laisse envisager avec émotion la suite de notre relation. Cet élément est naturellement confirmé par



► les commentaires de vos amis qui dévoilent un peu plus de votre caractère entreprenant sur votre "Wall". Je suis par ailleurs satisfait d'apprendre que votre surnom est "minouche" ... un gain de temps considérable qui m'évitera de multiples hésitations : "mon chat", "ma chose" ... A ce sujet, votre mari, supposé tel à en croire les liens affichés entre vous sur Facebook.com, a-t-il pris connaissance de votre fiche sur Meetic.fr ?

En conclusion, j'aurai donc plaisir à vous rencontrer à la Conférence Internationale des Conseils en FUS-ACQ, à laquelle votre agenda disponible sur Facebook.com fait référence. Je viens de m'inscrire aux mêmes conférences ... nous pourrons donc comme au cinéma de notre adolescence faire plus ample "connaissance". Mais d'ailleurs pourquoi ferions-nous connaissance puisque je vous connais déjà ... Votre admirateur masqué ... mais initié aux joies du Web 2.0

## QUAND LA FICTION DEVIENT RÉALITÉ

Cette courte improvisation épistolaire est finalement très proche de votre réalité, que vous seriez peut-être, à tort, tentés de considérer comme étant purement virtuelle.

Car en effet alors que vous consacrez des heures à rédiger votre fiche de présentation officielle, en moins de deux clics il est possible de trouver des photos de vous en maillet de bains sur une plage paradisiaque.

La frontière entre nos personnages publics et privés est sur le point d'exploser littéralement. Si votre interlocuteur est aujourd'hui capable de vous adresser un mail sans demander 4 fois à son aimable assistante "sur quel bouton j'appuis maintenant Catherine ?" ... il saura bientôt sans hésitation découvrir le côté clair-obscur de votre personnage.

## APPRENDRE À GÉRER SON IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Il n'est pas ici question de rejeter totalement l'évolution actuelle d'internet, en abandonnant au passage les formidables progrès dans la conquête de l'information : flux rss, agrégateur, alertes, réactivité ... Mais alors

que nous consacrons tant d'efforts à construire un personnage public lisse et répondant aux standards d'un marché des personnalités, nous prenons le risque de détruire cette précaution quotidienne en quelques secondes sur Internet.

Nous sommes donc bien dans le registre de la communication. Car l'image d'un cabinet se construit naturellement par le message volontaire et maîtrisé qu'il diffuse, mais surtout par le "bruit" qui entoure la structure : réputation et visibilité du cabinet, mais aussi réputation et visibilité des hommes et des femmes qui le composent ...

Votre réputation, mais aussi celle de vos collaborateurs, doit être étudiée avec précaution au quotidien. Internet est une impressionnante caisse de résonance mais qui nous offre aussi la possibilité de mesurer celle-ci. Soyons donc attentif à notre identité numérique ...

## OPINION PUBLIQUE

Si nous sommes responsables de certaines informations disponibles sur Internet, d'autres avis pourraient bientôt mettre en péril notre ouvrage. En quelques clics, il est aujourd'hui possible de connaître la réputation d'un hôtel ou la qualité d'un film. La profession d'avocat est relativement, mais temporairement, préservée.

Attention toutefois car outre-Atlantique un site internet - AVVO.COM - vient d'autoriser le commentaire individuel des compétences de vos confrères nord-américains. Ils ont donc découvert en quelques semaines le pouvoir dévastateur de l'opinion publique. Ils devront ainsi apprendre à leur tour à conjuguer le mot adverblogging.

En conclusion, arrêter de croire en la possible victoire du village des irréductibles avocats face aux troupes de l'opinion publique. D'ailleurs, la communication est aussi une affaire de professionnels dont le métier ne consiste pas exclusivement à vous conseiller une couleur de logo ...

*Axessit était présent à la soirée Marketing de Legiteam.*

## A LIRE SUR LEXITY.FR\*

CLIFFORD CHANCE  
EN PREMIÈRE LIGNE

Excellente opération de communication pour le cabinet Clifford Chance qui a saisi l'opportunité de la Coupe du Monde de Rugby pour mettre en valeur ses départements "Sport Industry" et PI.

Le cabinet comptait parmi les rares fournisseurs officiels du comité d'organisation de cet événement international. Le dispositif était parfait : relations presse et site internet spécifique au partenariat.

### 1 POUR 30

Les 100 premiers cabinets d'avocats nord-américains emploient 2.500 professionnels de la communication et du marketing, c'est-à-dire 1 pour 30 avocats.

### HALTE AU NEWSLETTER, VIVE LES BLOGS ?

La tendance du moment aux Etats-Unis, exploiter les newsletters sous forme de blog. Même les plus gros s'y mettent. Le système offre la possibilité d'une intégration des informations dans les intranets de vos clients. Certes mais les deux modes de diffusion de vos chroniques demeurent totalement complémentaires. Ajouter donc une pierre à votre communication sans abandonner le principe de la newsletter. La question tabou De quel arbre provient la feuille qui s'est introduite au milieu du logo du cabinet Genesis ?

\* le blog de l'agence AXESSIT qui au quotidien décrypte les actions de communication des professionnels du droit.



**Aratel**  
le téléphone  
en permanence



Aratel est récompensé depuis plusieurs années  
du Label Qualité délivré par le S.I.S.T.  
(Membre professionnellement Agréé des Services de Télécommunication)

# Découvrez et bénéficiez de notre **OFFRE D'ESSAI GRATUIT\***

\* pour tous nouveaux clients, selon conditions sur simple demande.

**Profitez du savoir-faire et d'une expérience reconnue depuis plus de 15 ans !**

- UN SECRÉTARIAT TÉLÉPHONIQUE ADAPTÉ À VOTRE ACTIVITÉ ET PERSONNALISÉ
- DES OPÉRATRICES BILINGUES FRANÇAIS-ANGLAIS
- UNE DISPONIBILITÉ DE 8H00 À 20H00 DU LUNDI AU VENDREDI  
DE 9H00 À 13H00 LE SAMEDI

ACCUEIL  
TÉLÉPHONIQUE



Une gamme de  
services souples

GESTION D'AGENDA  
EN TEMPS RÉEL



Une personnalisation  
adaptée à vos  
exigences...

LA RETRANSMISSION  
DE VOS APPELS



Choisissez votre mode  
de consultation

Aratel innove et investit chaque jour  
pour que **votre accueil téléphonique**  
et **la gestion de vos contacts**  
bénéficient des technologies  
les plus récentes.

Pour en savoir plus,  
et découvrir nos différentes formules,  
visitez notre site

**www.aratel.fr**

ou appelez **gratuitement**  
depuis un poste fixe le

**N° Vert 0800 805 802**

ou le 01 46 94 66 66



**Avocats, Conseils, Experts  
comptables, Professions libérales...**

Vous souhaitez répondre à tous vos appels  
à moindres coûts... lorsque vous êtes  
en rendez-vous, en déplacement, ou en congés !



- *De nombreux cabinets d'avocats, souvent les plus importants d'ailleurs, écarte la question du référencement par une réponse réaliste mais dangereuse : "ce n'est pas sur Internet que je vais trouver des clients" ... Certes mais c'est aussi là que vous pouvez en perdre.*

Prenons l'exemple réel d'un avocat associé d'un très important cabinet français. Quand la curiosité d'un de ses clients l'amène à taper dans Google les noms et prénoms de son compétent conseil, voici sur quoi il tombe immédiatement : [...] Me XXXX "avocat spécialisé dans les problèmes Internet", est soit incompétent, soit en mission commandée [...] Si c'est XXXX qui s'occupe de ces conseils les sociétés sont mal barrées. Pourtant, il ne manque pas de juristes indépendants maîtrisant un peu mieux le sujet. [...] Ces deux phrases sont extraites du premier site Internet référencé sur Google dans le cadre de cette recherche.

Dois-je vous préciser que la fiche officielle de cet avocat associé n'est d'ailleurs pas référencée sur Google ... absence qui pourrait nuire dans le cadre des procédures classiques de recommandation. Je m'explique.

Monsieur Z conseille à Monsieur Y de consulter Me XXXX pour la gestion de ses dossiers. Quel est son premier réflexe ? Google ... Je vous engage d'ailleurs à tenter aussi l'expérience "bâtonnier de Paris" dans Google. Il est étonnant de constater que le site de l'Ordre des Avocats n'est jamais proposé dans les réponses. Et les exemples similaires se comptent par milliers. Quelle est alors l'origine du problème ?

Je serai tenté de commencer par un proverbe simpliste "A chacun son métier". Ni l'avocat associé en question, ni le Bâtonnier Yves Repiquet ne peuvent être considérés comme étant responsables du problème. Je ne suis d'ailleurs pas certain qu'ils mesurent totalement les conséquences. Celles-ci sont par définition discrètes. Mais du côté des agences conseil en communication, certaines persistent dans une démarche de satisfaction des ego, et non des objectifs. Ce qui vous amène souvent à la création de sites Internet esthétiquement valorisant, mais par ailleurs impossible à référencer, donc invisibles. Ouvrez demain une boutique au milieu du Sahara ... quelle que soit la qualité de son architecture, vous n'aurez jamais de clients. Un site Internet doit donc être conçu pour

être trouvé, principalement d'ailleurs sur Google qui occupe plus de 80 % des recherches sur Internet. Les premières lignes de votre cahier des charges doivent donc être : Dans le cadre d'une recherche sur le nom du cabinet le site doit être en première position sur Google. Mais aussi et surtout dans le cadre d'une recherche sur le nom des associés et collaborateurs du cabinet ... Inutile de souscrire à des offres spécifiques de référencement, un site sera bien référencé si sa conception technique permet une bonne analyse de son contenu par les moteurs de recherches. C'est donc bien à votre concepteur de site Internet de tenir compte de ce paramètre.

Commencez alors par vérifier la capacité de votre future agence à répondre à cet objectif avant de vous attarder sur la qualité de ses prestations graphiques.

A.F. 139 boulevard Haussmann 75008 Paris  
T / 01 46 27 11 07 F / 01 46 27 11 37  
www.axessit.com

Depuis 2001, l'agence AXESSIT accompagne les professionnels du droit dans la conception et la mise en oeuvre de leurs actions de communication.

26, rue Carnot 95410 Grosley - Tél. : [33] 1 39 34 71 11 - Fax : [33] 1 39 34 70 77 - www.art-international.com

**art International**

## Le droit à une traduction juridique par d'authentiques professionnels

### A.R.T. INTERNATIONAL OU L'ART DE TRADUIRE LE SUCCÈS

- Traduction libre ou traduction jurée,
- Brevets d'invention, Propriété Industrielle,
- Documents commerciaux, techniques, scientifiques, communication...

**RÉACTIVITÉ**      **QUALITÉ**  
**FLEXIBILITÉ**      **LOCALISATION**

Pour toute information : [info@art-international.com](mailto:info@art-international.com) ISO 9001 : 2000

Publicité