

Par Ondine Chambaud



# Campagnes pour le bâtonnat : place à la modernité

**Petits-fours, champagne et autres réjouissances ne suffisent plus à remporter l'élection au poste de bâtonnier de Paris. Les techniques de communication de chaque candidat se professionnalisent et se modernisent. Enquête.**

**A**utomne 2008. Jamais une élection au bâtonnat n'aura eu une telle importance. Le futur bâtonnier de Paris sera en charge de dossiers qui promettent de bouleverser le monde des avocats : la grande profession du droit, la dématérialisation des procédures, le déménagement du Palais de Justice, la modernisation des instances représentatives de la profession souhaitée par Nicolas Sarkozy... Jean-François Prat, membre du conseil de l'Ordre, le soutenait récemment lors d'une réunion de campagne : « les avocats ont besoin d'un bâtonnier courageux, capable de surmonter la rude tâche qui l'attend ».

## **PLUSIEURS AGENCES DE COMMUNICATION SOLLICITÉES**

Sept candidats se présentent cette année au poste : Vincent Asselineau, Jean Balan, Jean Castelain, Jean-Marc Delas\*, Jean-Yves Dupeux, Brigitte Longuet et Xavier Normand-Bodard. Une campagne acharnée où la communication est un atout essentiel pour remporter la victoire. Les moyens financiers engagés ne sont plus comparables aux campagnes traditionnelles que l'on avait connues jusqu'à présent. Xavier Normand-Bodard, par

exemple, qui se présente pour la deuxième fois au poste, a changé ses méthodes. « J'ai évolué depuis ma première candidature en novembre 2006 et j'ai souhaité insister sur certains aspects de mon projet pour le barreau de Paris, sans pour autant en bouleverser les grandes orientations », admet-il. Cette année, il a donc fait le choix d'être accompagné par Brigitte Van Dorsselaere, de l'agence Image juridique. Et le premier conseil de cette professionnelle de la communication, qui avait déjà accompagné le bâtonnier Yves Repiquet, a été de mettre en avant l'équipe de campagne pour afficher une unité derrière le candidat. Sur la page d'accueil du site internet, sur les flyers et les affiches, une grande photo de Xavier Normand-Bodard est imprimée, entouré d'une vingtaine de personnes souriantes, avec un slogan « Ensemble, faisons avancer la profession ». Sur le site, chaque nom est accompagné d'une photo, d'une courte présentation de son activité, de son cabinet, de la date de sa prestation de serment et, surtout, de son adresse mail.

Jean-Yves Dupeux a, lui aussi, veillé à mettre en avant son équipe. « Il est normal que les électeurs sachent qui est derrière une campagne et accompagne le candidat. Ils doivent pouvoir entrer en contact facilement avec chaque membre de l'équipe », explique-t-il. Son premier soutien est son assistante Baldine Fichter, habitée des élections puisqu'elle a précédemment aidé Dominique de La Garanderie, Jean-Marie Burguburu, ou le bâtonnier Christian Charrière-Bournazel à être élus. Son ami, Jean-Pierre Audour, ancien vice-président du groupe Havas Advertising, l'a aidé à rédiger ses textes et à préparer ses flyers et ses affiches. Patrick Savoyaud, familier des campagnes électorales politiques, l'a également guidé pour recadrer son site internet et le faire évoluer afin de mettre en avant ses propositions. Une équipe plus diversifiée, moins spécialiste du monde juridique, mais tout aussi efficace.

Jean Castelain, quant à lui, a commencé par travailler son programme avant même de penser à sa communication. « Aujourd'hui, une campagne uniquement basée sur les petits-fours est impensable. Le futur bâtonnier sera élu sur son programme et sa personnalité », explique-t-il. Et Charlotte Vier, de l'agence Avocom en charge de sa campagne, d'ajouter « notre travail s'appuie sur les idées et les personnalités. Il nous appartient de décliner la stratégie qui valorise le candidat et son programme ». Or, organiser une communication autour de la création, par Jean Castelain, d'un poste de vice-bâtonnier confié à Jean-Yves Leborgne s'est révélée assez ludique pour l'agence. Photographies des deux hommes dos à dos, affiches mystères placardées dans le palais de justice, cari-

catures publiées dans la presse spécialisée, double portrait paru dans un quotidien national... le buzz a été total. Coup marketing plutôt que véritable proposition de fond ? Les avis sont partagés et les critiques fusent chez les autres candidats. Mais n'était-ce pas le but recherché ?

### FAVORISER LE DIALOGUE SUR INTERNET

D'autres candidats ont choisi des méthodes de communication moins onéreuses, sans se faire assister de professionnels. Jean Balan, notamment, a tout misé sur son programme. « Aucun cocktail pour acheter des voix, ni l'apologie des groupes de travail pour se donner l'impression de réfléchir. L'écrit, concrétisé par mon site internet, est le moyen d'expression que je trouve le plus approprié. Il reflète ma politique dans sa globalité », assure le candidat. Et ses idées y sont largement mises en avant. Il y exprime ses démarches et ses intentions sans euphémisme. « Jusqu'à présent, les programmes des divers candidats n'étaient ni clairs ni innovants. Ils restaient dans un langage trop vague, avec des mesurette que je qualifierais de sparadrap sur une jambe de bois. Je veux rompre avec cela », martèle-t-il. Manifestement, les avocats semblent apprécier. Les réactions et les commentaires sont toujours plus nombreux sur la rubrique *Forum*. Un vrai dialogue s'est instauré entre le candidat et ses électeurs.

Vincent Asselineau cherche lui aussi à prouver que « se présenter au bâtonnat n'est pas réservé à ceux qui sont nés avec une cuillère en argent dans la bouche ». Il publiera d'ailleurs l'ensemble de ses comptes de campagne après l'élection. Un site internet plus simple, construit comme un blog, avec des coups de gueule et des coups de cœur sur l'actualité judiciaire et juridique du moment, et un passage quasi obligé par Facebook, réseau social sur Internet destiné à rencontrer d'autres utilisateurs partageant les mêmes centres d'intérêts. « Mes enfants m'ont conseillé de me créer une adresse. Un peu sceptique au début, je trouve aujourd'hui que c'est un moyen simple et sympathique pour communiquer », reconnaît Vincent Asselineau. Grâce à ce réseau, il a organisé plusieurs rendez-vous, comme celui avec les élèves de l'EFB sur le

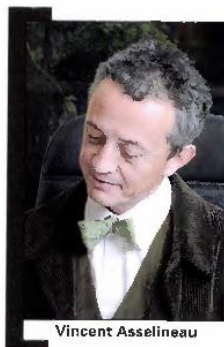
thème de la formation professionnelle, mais a aussi rencontré certaines associations de l'Ordre de Paris : les avocats pour un Barreau pluriel, les juristes pour le Liban, les membres du rugby club, etc.



Jean Castelain



Brigitte Longuet



Vincent Asselineau

**« SE PRÉSENTER AU BÂTONNAT N'EST PAS RÉSERVÉ À CEUX  
QUI SONT NÉS AVEC UNE CUILLÈRE EN ARGENT DANS LA BOUCHE »**

## DES CANDIDATS ONT MÊME ÉTÉ SOUPÇONNÉS PAR LA DIRECTION DE FACEBOOK D'ORGANISER UNE OPÉRATION COMMERCIALE TANT LEURS CONTACTS ÉTAIENT NOMBREUX

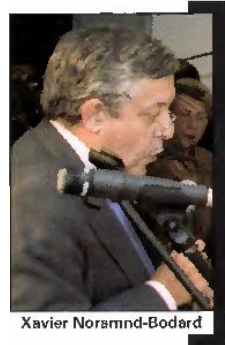
Jean-Yves Dupeux, Brigitte Longuet et Jean Castelain aussi utilisent avec intérêt ce nouveau moyen de communication gratuit et facile d'utilisation. Certains d'entre eux ont même été soupçonnés par la direction de Facebook d'organiser une opération commerciale tant leurs contacts étaient nombreux, et ont vu leur adresse bloquée pendant un certain temps. Xavier Normand-Bodard n'a pas jugé nécessaire de rejoindre ce réseau qui « ne lui correspond pas ». Et celui-ci de douter de l'impact réel de Facebook sur le résultat des votes des électeurs. Tout comme Jean Balan qui trouve ce réseau « d'une tristesse absolue. Se donner l'illusion d'avoir des centaines d'amis, virtuels pour la plupart, est plutôt l'illustration pathétique de sa propre solitude. Les avocats savent que je me présente au bâtonnat. S'ils sont intéressés, ils peuvent aller sur mon site et réagir sur mon forum. Mais je n'irai jamais les démarcher, avec des promesses variant selon l'interlocuteur. Mes convictions, bien sûr, j'aimerais qu'elles soient partagées par le plus grand nombre, mais si je dois les adapter pour avoir des voix supplémentaires, ma candidature ne sert plus à rien ».

Rencontrer, échanger, discuter, voilà la principale activité d'un postulant au bâtonnat. Les cabinets d'avocats participent d'ailleurs au jeu en organisant régulièrement des rendez-vous avec les candidats, comme Proskauer Rose, qui les a tous invités à débattre du thème « L'avocat soupçonneux doit-il dénoncer ses clients ? ». Jean-Yves Dupeux a, par ailleurs, entrepris d'organiser des petits déjeuners dans tous les quartiers de la capitale, comme l'avait fait avant lui Yves Repiquet. « J'ai convié par lettre chacun des avocats parisiens installés en dehors des arrondissements centraux à venir me rencontrer au cours d'un petit déjeuner dans une brasserie proche de leur lieu d'installation pour qu'ils puissent m'expliquer leurs soucis quotidiens et leurs revendications concrètes », explique-t-il. Même s'ils ne sont habituellement qu'une dizaine à venir, ils ont tous reçus l'invitation, un moyen pour lui de se faire encore mieux connaître. Brigitte Longuet partage cette vision de la communication. « Il est important que les avocats puissent avoir une image claire et précise de leur candidat. Ils ont envie de le connaître, de l'entendre et de le voir s'exprimer », insiste-t-elle. Pour être plus proche de ses électeurs, elle a donc pris le parti de se présenter par le biais d'une vidéo mise en ligne sur son site. Elle y explique pendant près de deux minutes, ses objectifs, ses attentes, son parcours. Une véritable déclaration de campagne qu'elle a souhaitée vivante et originale. Certainement influencée par les campagnes électorales de son mari, Gérard Longuet, elle a pris soin de construire un site interactif sous

forme de gazette, avec des post-it rappelant les points forts de son programme et une rubrique *question de la semaine* auxquels les internautes peuvent répondre.



Jean-Yves Dupeux



Xavier Normand-Bodard



Jean Balan

### DES CAMPAGNES « PEOPLE »

Mais les débats, plus classiques, se succèdent aussi à la Maison du barreau. Xavier Normand-Bodard a par exemple choisi pour thème « Paris, place de droit : le rôle des avocats et de l'Ordre ». Jean-Yves Dupeux a débattu pendant plus de deux heures sur « Les enjeux pour l'avenir de la profession ? » et enfin, Jean Castelain a proposé de « Parler argent ». Chaque fois, de prestigieuses personnalités du monde judiciaire et juridique sont invitées à la table des débats. Tour à tour, l'on a pu y voir par exemple Jean-François Prat, associé du cabinet Bredin Prat et membre du conseil de l'Ordre, Nicolas Molfessis, professeur à l'université Paris-II, Bernard Vatier, ancien bâtonnier de l'Ordre, ou encore Jean-Pierre Léon, ancien président de l'UJA de Paris et de la FNUJA. L'occasion pour certains d'afficher clairement leur position sur des sujets divisant la profession. Jean-Yves Dupeux s'est notamment officiellement prononcé en faveur du rapprochement avec les conseils en propriété industrielle et avec les juristes d'entreprise. Des propos qui ont fait réagir la salle et entraîné un débat aussi agité que passionnant. L'unique femme candidate a, pour sa part, choisi d'inviter diverses personnalités extérieures au monde des avocats pour réfléchir ensemble sur des thèmes plus larges. Luc Ferry est notamment venu faire une conférence sur les droits de l'Homme. Celle qui souhaite « une campagne sérieuse et sans bling-bling », a réussi un véritable coup médiatique au vu du nombre d'auditeurs présents. Force est de constater qu'elle aura été la seule candidate à remplir l'auditorium de la Maison du barreau. Les autres ne parvenant à rassembler qu'entre 80 et 150 personnes. Selon Vincent Asselineau, ces manifestations sont « de la poudre aux yeux en matière de communication. On ne trouve dans l'auditorium que les amis du candidat, de ses concurrents et des avocats qui ne votent pas. C'est pourquoi je n'ai pas organisé de spectacle et préfère aller à la rencontre des confrères et des futurs confrères ».

En revanche, le verre amical qui se déroule après les débats compte toujours beaucoup plus de monde. A tel point que l'on peut se demander si les électeurs présents ne portent pas plus d'intérêt au champagne distribué qu'au contenu des programmes...

\* Jean-Marc Delas, qui s'est déclaré candidat après la rédaction de cet article, n'a pu être interviewé.