



■ Des pros du buzz pour les avocats

La campagne pour le bâtonnat se professionnalise. Les avocats candidats font appel aux agences de communication pour élargir leur audience sur Internet.

Supervises par les agences de communication, les blogs, comptes **Twitter** et autres pages **Facebook** font désormais partie du kit de promotion des candidats au bâtonnat. Le ticket **Christine Féral-Schuhl/Yvon Martinet** se fait ainsi accompagner dans sa campagne par **Image juridique**, qui avait assisté **Xavier Normand Bodard**, candidat favori mais malheureux aux élections 2008. Pour sa part, l'agence **QuetzalX** s'est vue confier la conception technique du site web. De leur côté, **Brigitte Longuet** et **Hervé Chemouli** ont choisi un prestataire commun, le cabinet de conseil en stratégie, lobbying et communication d'influence **TL Conseil**, pour les accompagner dans leur campagne électorale. Dirigé par **Thomas Legrain**, ce cabinet est plus orienté politique que juridique. Habitué du Sénat, Thomas Legrain a rédigé trois rapports pour **Christian Poncelet**.

Pour les agences de communication, l'enjeu de cette bataille est important. **Avocom**, qui avait assuré la campagne de **Jean Castelain** en 2008, avait récupéré la communication du barreau de Paris après la victoire de son champion. Les candidats **Pierre-Olivier Sur** et **Catherine Paley-Vincent** sont, pour l'instant, les seuls à se présenter sans le soutien d'une agence. Ils alimentent eux-mêmes leur blog et ont laissé à leurs directeurs de campagne (**Serge Perez** et **Kami Haeri**) le soin de plancher sur leur stratégie de communication.