

## La communication externe du bâtonnier

Serge Deygas, membre du bureau de la Conférence des bâtonniers

### I- Les Relations avec la presse

- ***De l'importance des relations avec les correspondants locaux***  
Il est nécessaire de bien les identifier et de les solliciter dès le début du mandat, d'aller au-devant d'eux.
- ***Disposer d'un fichier presse***  
Recenser les différents médias susceptibles d'être intéressants en cas de besoin, ce qui permettra de les solliciter en cas de survenance d'un évènement ou en cas d'une actualité particulièrement pressante pour le barreau ou la profession.
- ***L'idée que l'on s'adresse au public***  
Parler à un journaliste, c'est vouloir toucher le citoyen, le justiciable. Il est important de réfléchir au préalable au message que l'on souhaite délivrer et ensuite de tenter de ne pas en dévier.
- ***Penser aussi à l'effet sur nos interlocuteurs habituels : magistrats, autorités politiques et administratives***  
Ce que dit le bâtonnier sera écouté et analysé par nos interlocuteurs habituels. Il est donc préférable de mesurer en amont les effets du propos qui doit être tenu. Quand le bâtonnier envisage de s'adresser à la presse sur un sujet qui touche les juridictions, il est recommandé par courtoisie et loyauté de prévenir le/les chefs de juridiction au préalable.
- ***Le contenu du message : clarté et simplicité***  
S'adresser à travers un média au grand public requiert un mode d'expression particulier, éloigné de celui que l'on utilise habituellement. Il faut bannir le langage trop technique, trop juridique au profit d'une expression simplifiée. Savoir être un vulgarisateur afin de faire comprendre nos problématiques, celles des droits de la défense et des libertés publiques par exemple.
- ***Rappeler les journalistes et les solliciter parfois***  
Ce qui sera dit dans les médias à propos de l'ordre ou de la personne et du rôle du bâtonnier peut avoir un impact considérable. Autrement dit le journaliste dispose d'un pouvoir qu'il ne faut pas négliger. Nouer de bonnes relations avec lui est utile, ce qui commence simplement par lui manifester une considération suffisante. Dans certaine circonstance, lorsque l'on veut absolument faire passer un message, il ne faut pas hésiter à faire la démarche auprès des journalistes afin de leur expliquer en quoi le sujet est intéressant ou grave.
- ***Organiser une conférence de presse***

Il est souhaitable, dans certaines circonstances, de contacter les médias pour annoncer la tenue d'une conférence de presse sur un thème qui le mérite. Il ne faut évidemment pas abuser du procédé qui est un peu lourd et solennel. Il s'agit donc de convoquer les médias à une date fixée par le bâtonnier, qui prendra soin d'avoir préparé un communiqué de presse et une déclaration à présenter le jour-dit. Il sera opportun d'être entouré de quelques MCO et d'être prêts à répondre à quelques questions.

- ***Rédiger un communiqué de presse***

Sur ce point encore, on prendra soin d'adopter un style concis et dépourvu de trop de technicité. Il est nécessaire de se concentrer sur l'idée force que l'on veut faire passer.

- ***Comment réussir une interview radio ou TV?***

Des séances de média-training peuvent être, dans l'idéal, organisées pour préparer le bâtonnier. Lorsque se profilent des événements importants ou une crise intense, recourir aux services d'un professionnel de la communication peut être à cette fin très utile.

Outre la concentration et la lucidité dont tout bâtonnier saura faire preuve avant une interview, il conviendra de se munir d'une trame simple reprenant les lignes principales du sujet.

Se souvenir que l'objectif n'est pas forcément de répondre à toutes les questions que le journaliste imaginera de poser, mais qu'avant tout il s'agit de faire passer un message clair. Celui-ci, énoncé le plus simplement possible pourra être répété à plusieurs reprises lors de l'entretien. Il ne faut pas oublier en effet que des coupes importantes interviennent au montage lorsque l'on n'est pas « en direct ».

## **II- La communication de crise**

- ***Qu'est-ce qu'une crise ?***

On la reconnaît très bien lorsqu'elle arrive en principe ! Mais peuvent exister dans certaines circonstances des crises qui évoluent à bas bruit. Le bâtonnier doit être vigilant aux signaux faibles qui lui proviendront de son entourage (savoir écouter les MCO) et de propos rapportés du palais ou d'ailleurs. L'important est de ne pas négliger ces signaux, de les analyser sereinement et, s'ils semblent traduire un réel problème, d'agir avant l'aggravation.

- ***Communiquer ou non ?***

De façon générale, il n'est pas conseillé, face à un problème sérieux et avéré survenant au sein de l'ordre, au sein du barreau, de refuser toute communication. Le silence est souvent interprété comme un aveu d'échec ou comme une volonté d'opacité. Ne pas communiquer revient en outre à laisser le champ libre à ceux qui voudraient nuire au bâtonnier ou à l'ordre de façon générale.

- ***Réagir à une publication erronée ou désagréable***

Dans le droit fil de ce qui vient d'être indiqué, il sera nécessaire de réagir à une attaque ou à une publication défavorable. Le but sera en général de rétablir la vérité factuelle et d'expliquer par exemple les raisons d'une décision et ses effets positifs espérés.

- ***Composer une cellule de crise***

Quand la crise est ouverte, l'idéal est de composer une petite cellule avec des personnes de confiance : quelques MCO, le/la secrétaire générale par exemple afin de maîtriser la circulation de l'information.

Les décisions à prendre en matière de communication pour surmonter la crise ne peuvent être prises qu'à quelques-uns, dans la confidentialité (surtout lorsqu'il s'agit de gérer l'émoi éventuellement causé par l'attitude d'un de nos confrères ou bien encore de réagir à l'hostilité causé par une décision ordinaire). Cela ne dispensera pas de rendre compte au CO.

- ***Avoir recours parfois à un conseil extérieur : la Conférence peut vous aider***

Il est des situations dans lesquelles le bâtonnier aura besoin d'être assisté. La communication est un métier et il est fort différent du nôtre.

Une crise grave justifiera l'usage des services d'une agence de communicants avec laquelle la Conférence peut vous mettre en relation, à ses frais (ce fut le cas ainsi lorsqu'un bâtonnier a été confronté en 2022 à la situation résultant du piratage informatique d'un cabinet membre de son barreau). Dans des cas rares, répondre à la pression intense des médias, alors que la responsabilité du bâtonnier ou de l'ordre peut être recherchée, nécessitera de faire appel à un professionnel.

### III- Communiquer avec les magistrats

- ***Les chefs de juridiction, interlocuteurs quasi-uniqes***

Le bâtonnier doit régler toutes les difficultés qui se présentent dans le fonctionnement juridictionnel en parlant directement avec les chefs de juridictions. La hiérarchie est un principe intangible que le président ou le procureur ne vous pardonnera pas de contourner. Les problèmes rencontrés avec des magistrats, même présidents de formation de jugement, seront évoqués (indépendamment de ce qui sera dit le cas échéant à l'audience en cas d'incident) en face à face avec le chef de juridiction.

- ***Parler d'égal à égal***

Si la courtoisie et la politesse sont toujours de mise, le bâtonnier doit faire si besoin comprendre au chef de juridiction qu'il est investi d'un pouvoir fort, issu de la légitimité d'un scrutin. Il doit sentir chez son interlocuteur le respect dû à sa fonction. Si tel n'est pas le cas, ce qui reste rare, il devra tout faire pour s'imposer grâce à une attitude mêlant calme et fermeté, ce qui est une des recettes de l'autorité.

- ***Construire la relation de confiance : clarté, fermeté, écoute et franchise***

Le bâtonnier sera grandement apprécié par les chefs de juridiction s'il réunit toutes ces qualités. La relation peut souvent être simple et naturelle, mais lorsque ce n'est pas le cas, il faut œuvrer pour édifier une relation de confiance, quand bien même il existerait à la base des incompréhensions ou des « vieux dossiers ». En toute circonstance, il importe d'être franc et de dire aux magistrats quelles sont nos problématiques. Expliquer en quoi tel sujet est important pour l'action du bâtonnier vis-à-vis de ses confrères est vertueux : les chefs de juridictions ont également des contraintes, leurs soucis (il faut aussi écouter les leurs) et ils seront sensibles à ce que vous exposerez. Ils auront alors envie de vous comprendre.

Toujours dire ce que l'on devra faire, sans prendre ses interlocuteurs à revers, toujours tenir ses engagements, sont des mantras bien utiles pour ne pas avoir de mauvaises relations et perdre le lien. Ce qui n'exclut pas la fermeté et la capacité à dire non lorsque c'est nécessaire.

- ***Ménager des moments d'échanges plus conviviaux : utilité et limites de l'exercice***

On ne peut faire de copinage avec les chefs de juridiction. En revanche, organiser de temps à autre des moments d'échanges est évidemment opportun. Développer une relation humaine avec ceux que l'on devra rencontrer en permanence dans son travail de bâtonnier est indispensable pour un travail en commun efficace ou pour même pour gérer des moments de désaccords.

#### **IV- Communiquer avec les autorités politiques et administratives**

- ***Le bâtonnier, cet inconnu***

On est parfois surpris de constater à quel point le rôle du bâtonnier est méconnu par certains responsables. A chaque rencontre nouvelle, le bâtonnier ne manquera pas l'occasion de rappeler quelle est la fonction qu'il assume, son importance pour le barreau, la façon dont il est élu et le mécanisme démocratique qui préside à notre organisation professionnelle.

- ***Promouvoir la fonction et le barreau, pédagogie***

Le bâtonnier est le meilleur ambassadeur de la profession par ses échanges sur le terrain avec tous les responsables locaux. Là encore, le souci du bon communicant doit être de simplifier son propos vis-à-vis de personnes peu averties. Par des mots simples, on tentera de valoriser le rôle du bâtonnier dans la garantie de l'indépendance de la profession et pour le respect la déontologie de l'avocat.

- ***Les élus locaux, indispensables relais***

Connaître ses élus est une force, les solliciter régulièrement est un atout. Les maires, députés, sénateurs sont sensibles aux questions de justice et aiment être associés par les bâtonniers aux discussions qui en relèvent. Ils constituent en outre des soutiens aux combats que nous devons parfois conduire.

Lors de certains événements, il peut être bon d'aller à la rencontre de ces élus pour leur expliquer notre position, les convaincre de son bien fondé et les inciter

à nous soutenir. Il ne faut pas hésiter, si la tâche est trop lourde et chronophage, à déléguer certains MCO pour assurer les rendez-vous qui peuvent parfois être multiples et difficile à organiser en un bref laps de temps.

- **Le protocole**

Une bible existe en la matière : le « *guide du protocole et des usages* » de Jacques Gandouin. Sa lecture pourra éviter de commettre certains impairs, même si tout dans cet ouvrage n'est pas à prendre au pied de la lettre, les évolutions de l'époque nous autorisant certaines attitudes plus décontractées que naguère. On se référera par ailleurs au décret n°89-655 du 13 septembre 1989 relatif aux cérémonies publiques, préséances, honneurs civils et militaires :  
(<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000332354>)

V- **La communication digitale**

- **Les réseaux sociaux, faut-il y recourir ?**

La réponse est oui, quelle que soit la méfiance ou la détestation éventuelle que l'on puisse nourrir à l'encontre de ces méthodes de communication, qui constituent désormais le principal canal utilisé par la population. Ne pas être présent sur les réseaux revient à ne pas exister pour une grande partie de nos concitoyens.

- **Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, X (anciennement Twitter), Tik Tok quelles différences ?**

Être inscrit sur LinkedIn est la priorité aujourd'hui car c'est le réseau « professionnel » le plus développé et le plus « sérieux ». Pour le faire prospérer il faut régulièrement publier des « posts » qui seront des petites vignettes d'information ou de courts comptes rendu d'activités ou d'évènements portés par votre barreau.

Instagram paraît être ensuite un bon outil pour faire de la promotion de l'activité des barreaux auprès d'un public plutôt jeune. Il est plus encore qu'ailleurs bienvenu d'utiliser photographies et vidéos pour mettre en avant l'image du barreau.

X est encore très en vogue mais perd du terrain depuis son rachat par Elon Musk et les questions éthiques qui se posent.

Facebook est plus adapté aux comptes et communications personnels et déjà plutôt « old school ».

TikTok, enfin peut être utilisé pour de très courtes vidéos pédagogiques à destination d'un jeune public.

- **Comment bien les utiliser ?**

La recette miracle n'existe certes pas. Pour un ordre, la mesure en toute chose sera forcément requise.

En revanche la régularité des publications sera seule garante du succès du compte ouvert par l'ordre. Une communication digitale bien menée peut connaître un important retentissement, c'est-à-dire réunir plusieurs milliers de

followers, ce qui conduit bien entendu à mieux faire connaître le rôle du bâtonnier, des ordres et de l'Avocat en général auprès de la population.

- ***Utiliser de nouveaux supports : la vidéo***

Le procédé est plus coûteux, mais il est très efficace. Avoir la possibilité de confectionner quelques capsules vidéo pour les mettre en ligne sur les réseaux ou sur YouTube est très intéressant, en ce sens que le public est aujourd'hui beaucoup plus sensible au visuel, à l'image, qu'à notre vecteur traditionnel qui est le texte, l'écrit.

Ces capsules d'1 ou 2 minutes seulement peuvent être réalisées par des professionnels, ce qui a un prix, mais aussi parfois en interne pour peu que parmi les personnels de l'ordre figure des agents de la jeune génération, familière des outils et supports numériques.

Le bâtonnier n'oubliera pas non plus que vis-à-vis de ses confrères il dispose là d'une méthode de communication pouvant emporter l'adhésion, en complément d'une diffusion d'informations traditionnelle par newsletter.

- ***Investir dans la communication ?***

A chaque bâtonnier de déterminer bien entendu quel type de communication lui convient le mieux ! Mais l'absence de toute communication ou une communication minimaliste ne constitue certainement pas une option à l'ère qui est la nôtre.

Il est possible faire « avec les moyens du bord », sans investissement important grâce à l'utilisation bien conduite des réseaux sociaux et des relais médiatiques locaux. A cet égard, il demeure vrai que la relation de proximité, le rapport humain et chaleureux sont de formidables moyens pour faire connaître ce que nous représentons et ce que nous réalisons.

Mais il est aussi possible d'aller plus loin en dédiant une partie un peu plus importante de son énergie et de son budget à la mise en place d'une véritable politique de communication, non pas dans l'intérêt de la personne du bâtonnier, mais dans celui de la fonction et de l'ordinalité que nous défendons.