

# COMMUNICATION JURIDIQUE ET JUDICIAIRE

Sous la direction d'Hugues Bouthinon-Dumas,  
Nathalie Pignard-Cheynel, Charlotte Karila-Vaillant  
et Antoine Masson

Préface de Stéphanie Fougou

Droit, Management & Stratégies



larcier



# Introduction

---

Bénédicte BURY

*Avocate au Barreau de Paris, expert associé au C.E.D.E.*

Les Avocats Conseils d'Entreprise (A.C.E.) se sont associés au projet du Centre Européen de Droit et d'Économie (C.E.D.E.) de l'ESSEC, aux côtés de l'A.F.J.E., et ont été heureux d'avoir pu accueillir à la Maison du Barreau le colloque ayant conduit à la rédaction de cet ouvrage. Ce choix de l'A.C.E. s'imposait ainsi, non seulement en raison du partenariat de longue date noué avec le C.E.D.E., notamment dans le cadre du programme de recherche « Droit, Management et Stratégies » (D.M.S.), mais aussi du fait de l'importance de la recherche en matière de communication et ses relations avec le droit dans une approche globale.

Le présent ouvrage aborde les trois thématiques de la communication juridique interne, puis externe à l'entreprise pour enfin traiter de la communication judiciaire. Les contributions sont précises, interprofessionnelles et pluridisciplinaires. Elles permettent ainsi de croiser les regards des juristes et des non juristes sur l'utilisation de la communication comme outil de positionnement du droit dans l'entreprise, du droit à l'extérieur de l'entreprise et comme outil d'information sur la justice, pour ne pas dire, d'exploitation du procès. En ce sens, cet ouvrage nous invite à appréhender le droit comme un objet de communication et comme un guide de communication. Ces réflexions fournissent des outils pour nourrir un dialogue dans l'entreprise, entre juristes et non juristes, afin de comprendre la valeur ajoutée de la prestation juridique. Le droit et les juristes tendent alors à ne plus être perçus comme un centre de coût mais comme un vecteur de profit. Charlotte Karila-Vaillant, qui a organisé les débats sur la communication interne, présente les outils, notamment collaboratifs, qui sont essentiels pour assurer la coordination des expertises. C'est par la mise en œuvre de ces outils que le juriste peut construire sa place dans l'élaboration de la stratégie de développement de l'entreprise.

La poursuite d'un dialogue « interculturel » exige l'acquisition par les juristes d'une approche globale permettant de resituer la prestation à fournir en se positionnant sur leur *golden circle* (*why ?*, *what ?*, *how?*, *and start*

*with why*) et en acquérant les *soft skills* ou compétences non exclusivement juridiques permettant le dialogue et la communication. Il s'agit en effet de prendre conscience de ce que les juristes doivent notamment être des architectes ou des « designers » juridiques. La formation initiale aurait beaucoup à gagner à intégrer davantage le dessin, la visualisation du droit du point de vue de l'utilisateur final, comme modes de transmission. Ainsi le *legal design* pourrait-il devenir un mode naturel de communication pour le juriste, permettant aux non juristes, destinataires des règles, qui ont des structures de pensée différentes, non seulement de comprendre mais d'avoir envie de participer à sa conception (design collaboratif du droit), étant entendu que l'objectif poursuivi est commun.

Il ressort des contributions qui forment le présent ouvrage que les professionnels intervenant dans la communication juridique externe ou dans l'arène judiciaire sont nombreux. Les entreprises, les journalistes, les avocats, les magistrats ont chacun un point de vue et une stratégie tenant compte d'un idéal de justice parfaite poursuivie par tous dans notre État de droit. La communication et les relations entretenues entre les différents acteurs doivent donc être guidées par cette finalité commune. L'exemple de la RSE, « entre éthique et business », montre que l'abus du droit de communication de toute entreprise ou son usage déloyal (par exemple en cas de *greenwashing*, contraction de *green* et de *brainwashing* ou « écoblanchiment ») est sanctionné par le public dont la confiance est trahie.

Il y a déjà quelques années, Jean-Claude Magendie, alors Premier Président de la cour d'appel de Paris, rappelait, en introduction d'une conférence sur la déontologie dans les procédures judiciaires, que le 30 mai 1878, rendant un hommage à l'action de Voltaire pour la justice à l'occasion du centenaire de sa mort, Victor Hugo avait proclamé « il n'y a qu'une puissance, la conscience au service de la justice et il n'y a qu'une gloire, le génie au service de la vérité ». La recherche d'une justice aussi parfaite que possible, finalité sociale commune, oblige chacun à concevoir et appliquer une déontologie professionnelle exigeante, afin de supprimer les moyens de pression et s'interdire tout ce qui a pour objet d'en compromettre le fonctionnement normal.

Les relations entre ces professionnels, animés par l'esprit de service et non commandés par le pouvoir ou l'enrichissement tant « les vertus se perdent dans l'intérêt comme les fleuves dans la mer » (François de La Rochefoucauld), doivent se développer dans cette finalité commune et le respect du rôle contributif de chacun.

L'avocat, guidé par la défense de son client, doit l'accompagner en dehors de son cabinet ou du prétoire, dans sa communication avec les médias, car il ne peut négliger l'opinion publique. Il doit communiquer et pour que sa communication soit efficace, adaptée et mesurée, il doit envisager l'utilité

des conseils d'experts en communication et/ou suivre des formations de type « media-training ».

Pour les journalistes, la reconnaissance des droits du public apparaît dans leur code de déontologie comme un devoir fondamental. La déclaration de principe de l'American Society of News Editors le résume ainsi : « la liberté de la presse appartient au public ». La charte des devoirs du journaliste italien, présentée comme l'une des plus explicites, précise ainsi que « la relation de confiance entre l'organisme d'information et le peuple est le fondement de tout travail journalistique » et relève du contrat social.

Tous ces professionnels sont acteurs d'une information et d'une éducation du public sur le droit et la justice. Le contenu est une question d'équilibre, la communication l'illustration d'un bon fonctionnement. Leurs comportements fondent la confiance du public constitué des citoyens, consommateurs, salariés, actionnaires actuels et futurs.

En fin de compte, les travaux rassemblés dans cet ouvrage militent pour une formation commune sur la communication et le procès, afin de prendre la mesure de la responsabilité de chacun dans le bon déroulement de la justice en impliquant les professionnels concernés et le public. En effet, ce public qui aspire de plus en plus à une démocratie participative est fondé à exprimer une curiosité constructive dans le respect de l'État de droit dont il peut mesurer l'intérêt supérieur.