

Par Anne Portmann


 LinkedIn logo with silhouettes of business people in front of it.

©KOVOS/ADOBESTOCK

Le Top 20 des avocats à suivre sur LinkedIn

LinkedIn reste, envers et contre tout, le réseau privilégié des avocats d'affaires. Le Meetic des conseils juridiques, diront certains. La rédaction de la LJA a enquêté pour chercher à comprendre qui suivre sur ce réseau social, mais aussi comment les meilleurs profils se font remarquer. Elle a ensuite sélectionné 20 profils d'avocats à suivre absolument sur le réseau social.

« Depuis que Twitter est devenu X, on constate un retour des avocats sur le réseau professionnel LinkedIn », remarque Nathalie Rehby, de l'agence Satellitis. Mais l'exercice est parfois délicat, et la nature hybride du réseau complique les choses. Communiquer sur LinkedIn reste néanmoins nécessaire pour se faire connaître et reconnaître par son écosystème : clients, prospects, futurs collaborateurs. Selon les conseils en communication de la place, cabinets et associés de la vieille école en saisissent rarement l'intérêt. « Dans les grands

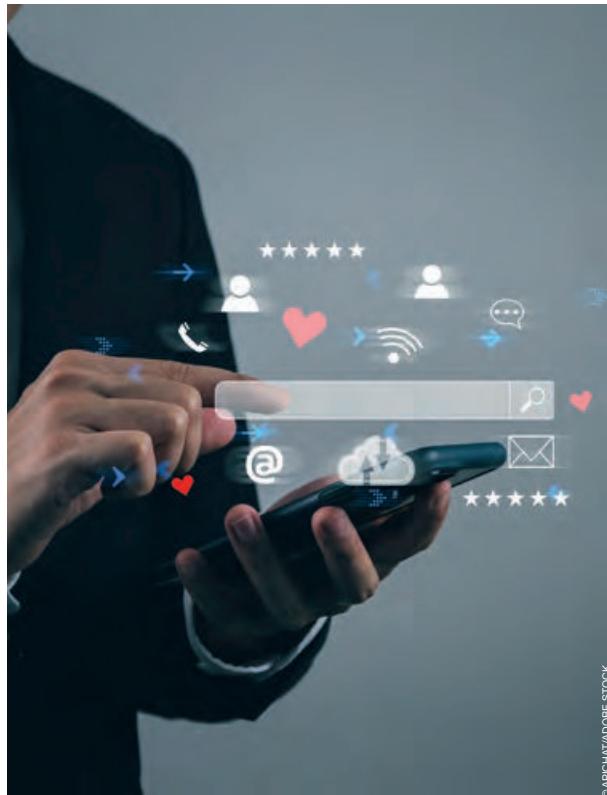
cabinets français historiques, la culture de la confidentialité est très forte et on constate parfois de grandes réticences à communiquer, notamment sur les deals », constate Juliette Rohmer, de l'agence de communication BlueWall. Elle observe cependant que les cabinets qui se modernisent, et ceux qui sont composés de jeunes associés, sont désormais conscients de l'importance de communiquer sur le réseau. « Il y a dix ans, nos interventions étaient concentrées sur les fondamentaux de la présence sur LinkedIn : rédaction des biographies et harmonisation des profils au sein des

cabinets ; mais aujourd’hui nos clients sont globalement organisés et autonomes sur ce point, observe de son côté Charlotte Vier, fondatrice d’Avocom. Désormais, nous travaillons chaque jour sur les contenus et donc la rédaction et la valorisation des posts et publications. Avec cette énorme masse d’informations diffusée chaque jour, on pourrait être tenté d’utiliser LinkedIn comme un média. Je crois cependant qu’il ne faut pas perdre de vue sa vocation première, celle d’un réseau social professionnel. »

Mais attention, il ne suffit pas aux cabinets de distiller savamment sur le réseau une communication de firme prémâchée, où il est d’ailleurs de plus en plus difficile de se distinguer. Aujourd’hui, les associés aussi doivent avoir un profil personnel sur lequel ils communiquent de façon régulière. Selon les communicants, il est également important de bien répartir les rôles entre les posts du cabinet et ceux des associés. « Les comptes cabinets promeuvent l’actualité institutionnelle, arrivées, promotions, événements, classements pro bono et RSE... Tandis que les profils avocats, même s’ils sont encouragés à liker ou reposer ce que fait le cabinet, doivent avoir une stratégie éditoriale différente, plus concentrée sur leur pratique, leur secteur d’activité, leur écosystème clients/partenaires », estime Charlotte Vier, qui constate que LinkedIn présente cet avantage de pouvoir faire cohabiter le branding propre à l’associé avec celui du cabinet, la marque « ombrelle ». Juliette Rohmer ajoute une autre conséquence intéressante, plus inattendue, à cette activité sur le réseau social. « En cette période de difficultés à recruter, un profil d’associé bien construit, avec des bonnes publications, soit sur le fond, soit qui mettent en avant l’équipe et permettent de montrer une facette humaine très positive, peuvent constituer un vrai atout pour attirer les talents ». Nathalie Rehby confirme et pointe que, dans cette perspective, il est important de citer les collaborateurs qui sont intervenus lorsque l’on communique sur un deal ou un dossier.

QUELLE LIGNE ÉDITORIALE?

Comment positionner son profil personnel ? D’abord, il ne faut pas trop faire de « personal branding », qui aura tendance à fatiguer les lecteurs, ni de posts trop personnels – ce n’est pas le lieu. À l’inverse, ne poster que le « corporate » de la firme à laquelle on appartient (arrivées, informations du cabinet) peut aussi assez vite faire sombrer dans l’ennui. La ligne de crête est fragile. « L’idéal, pour un profil personnel, c’est d’identifier un sujet sur lequel on veut être reconnu comme expert, pour se forger une image de spécialiste, parfois au-delà de leur activité au sein de leur cabinet, un peu à la manière d’un influenceur », estime Juliette Rohmer. En pareil cas, les retombées sont presque toujours immédiates : les clients congratulent l’avocat qui peut même accéder à de nouveaux clients grâce à une vidéo bien faite. Juliette Rohmer préconise à ses clients de poster une information une fois par



© APICHAT/ADOBESTOCK

semaine. « Ce n’est pas la quantité qui importe, mieux vaut un post de qualité par semaine », conseille-t-elle.

Si les posts dans lesquels les associés prennent position sont souvent appréciés par les utilisateurs LinkedIn, les cabinets et les avocats restent vigilants et n’approuvent pas toujours qu’ils s’engagent de façon trop tranchée. « Il faut savoir doser et c’est un exercice périlleux », reconnaît Juliette Rohmer. Les cabinets doivent cependant avoir conscience que la notoriété d’un associé rejouillit forcément positivement sur la firme. Il est également évident que les profils les plus réactifs sont ceux qui écrivent eux-mêmes leur texte. « Déléguer complètement l’administration de son profil n’est pas une très bonne idée. Si les agences ou chargés de communication peuvent rédiger et formater les posts, ils ne peuvent pas efficacement remplacer qui que ce soit dans l’interaction avec sa communauté. On en revient à la vocation de LinkedIn, un réseau social qui exige des réactions spontanées, au ton adapté à l’interlocuteur et à la relation qu’on a avec lui ou celle qu’on souhaite développer. Seul l’avocat connaît parfaitement son réseau, ses prospects, ses clients historiques, ses amis personnels, ses ex-collaborateurs... Tout l’enjeu est bien de “se parler” via LinkedIn en adoptant le bon ton et la bonne approche pour chacun de ses interlocuteurs », explique Charlotte Vier. « Il faut en faire un véritable outil de veille et de prospection, pas d’autocongratulation, et surtout prendre le temps du suivi, en analysant les visiteurs, les nouveaux abonnés et les commentaires et en leur répondant ! », conclut Nathalie Rehby.

NOTRE MÉTHODOLOGIE

Au-delà du nombre d'abonnés et de relations, qui est bien sûr entré en ligne de compte, l'équipe de la LJA s'est attachée au contenu des profils, à l'intérêt des posts ainsi qu'à leur ton. LinkedIn est un réseau qui est aussi utilisé comme un répertoire et on y trouve parfois des profils de personnes qui ne postent rien, mais sont quand même suivis par un nombre impressionnant d'internautes. Nous avons ici privilégié les profils qui avaient une réelle valeur, et apportaient de l'information dans un domaine particulier.

Le fruit de nos recherches est classé par ordre alphabétique et sans préférence. Ont été écartés les profils de candidats à des fonctions électives, très actifs en période de renouvellement des membres de telle ou telle instance et silencieux en dehors, ainsi que ceux des personnes qui avaient un nombre d'abonnés trop important pour être honnête - l'achat d'abonnés étant une pratique courante sur ce réseau professionnel également.



Pascal Alix

associé, cabinet Virtualegis

Audience : 6264 abonnés

Sa ligne éditoriale : des posts réguliers sur les nouvelles technologies, l'IA, le métavers.

Actualité juridique, travaux et articles sur le sujet

Le plus : des posts très documentés et fréquents.



Kiril Bougartchev

associé, cabinet Bougartchev Moyne Associés

Audience : 10337 abonnés

Sa ligne éditoriale : peu bavard, Kiril Bougartchev poste et reposte surtout des annonces de colloques, de webinars, d'articles concernant le cabinet. En revanche il commente et répond beaucoup aux posts de ses confrères, utilisant LinkedIn davantage comme réseau.

Le plus : Très attentif et très réactif, ses commentaires permettent de repérer les posts pertinents de la place.



Nicholas Beaulieu

ancien avocat d'affaires et haut fonctionnaire

Audience : 11 552 abonnés

Sa ligne éditoriale : Nicholas Beaulieu est le meilleur des avocats, il connaît et suit tout le monde, parle exclusivement de lui et de ses romans « Lawyers à la dérive »

Le plus : Vous l'aurez compris, le compte de Nicholas Beaulieu est un compte pastiche, derrière lequel se cachent un ou plusieurs connaisseurs du barreau d'affaires. D'aucuns peuvent néanmoins apprécier l'humour de ses posts.



Didier Bruère-Dawson

associé, cabinet BCLP

Audience : 13 493 abonnés

Sa ligne éditoriale : Didier Bruère-Dawson poste très régulièrement sur les activités du cabinet, à Paris et à Londres, dans les deux langues. Il est aussi compliance officer du cabinet et suit l'actualité du restructuring en n'hésitant pas à prendre position sur certains sujets qui lui tiennent à cœur.

Le plus : avocat et sollicitor, il compare régulièrement les règles de droit des deux côtés de la Manche, et au-delà.



Nicola Bonucci

avocat indépendant

Audience : 2 497 abonnés

Sa ligne éditoriale : Nicola Bonucci, ancien de l'OCDE et ancien associé de Paul Hastings, poste régulièrement des informations dans le domaine de la lutte contre la corruption et la compliance dont il est un expert mondial.

Le plus : Nicola Bonucci participe à de nombreux colloques internationaux sur le sujet et a une vision unique de l'anti-corruption au plan mondial. Ses posts, toujours à la pointe de l'actualité, sont indispensables aux praticiens qui exercent dans le secteur.



Emmanuel Daoud

associé, cabinet Vigo

Audience : 7 114 abonnés

Sa ligne éditoriale : Les posts d'Emmanuel Daoud sont toujours illustrés ou documentés, en lien avec le droit pénal des affaires et l'actualité. Il relaie de nombreuses offres d'emploi dans son domaine et n'hésite pas à prendre position sur des sujets d'actualité.

Le plus : son éclectisme et son ouverture d'esprit qui l'amènent à poster sur beaucoup de sujets différents, en les liant toujours à sa pratique.

**Olivier Edwards****associé, cabinet Edwards & Praly****Audience :** 4 130 abonnés

Sa ligne éditoriale : Olivier Edwards se présente dans sa bio, non sans humour, comme « éleveur de licornes » et poste tout ce qui touche de près ou de loin à la vie des entreprises des nouvelles technologies. Il prend position, commente, s'indigne, approuve, etc.

Le plus : ses conseils aux confrères pour leur vie professionnelle.

**Raphaël Gauvain****associé, cabinet Stephenson Harwood****Audience :** 21 510 abonnés

Sa ligne éditoriale : L'ancien député a beaucoup œuvré en faveur de la compétitivité des entreprises françaises et de la confidentialité des juristes. Fin connaisseur de la loi Sapin II, il participe à de nombreuses rencontres et colloques dont il relaye l'information en prenant position.

Le plus : sa fine connaissance des arcanes de la politique.

**Paul Féral-Schuhl****associé, cabinet Arfé avocats****Audience :** 5 670 abonnés

Sa ligne éditoriale : L'avocat fiscaliste passe l'actualité au prisme du droit fiscal. Il n'hésite pas à prendre position et à dresser le constat de dysfonctionnements dans la législation donnant des exemples tirés de ses dossiers anonymisés.

Le plus : il rend le droit fiscal intelligible.

**Sylvie Gallage-Alwis****associée, cabinet Signature Litigation****Audience :** 3 777 abonnés

Sa ligne éditoriale : Sylvie Gallage-Alwis publie régulièrement des posts, principalement en anglais, en rapport avec son expertise sur la responsabilité du fait des produits. Elle fait le lien avec l'actualité de façon simple et sincère.

Le plus : ses posts “from the heart” (posts du cœur) du lundi matin, plus personnels, qui sont souvent appréciés par ses abonnés.

**William Feugère****associé, cabinet Feugère Moizan avocats****Audience :** 10 583 abonnés

Sa ligne éditoriale : spécialisé dans la compliance, membre actif de l'ACE et élu du CNB, William Feugère poste régulièrement les actualités dans sa matière : colloques, rencontres, ouvrages etc. Il prend position sur de nombreux sujets.

Le plus : fondateur d'Ethicorp, il anime un podcast sur la compliance dont il diffuse les épisodes sur son profil.

**Joël Grangé****associé, cabinet Flichy Grangé Avocats****Audience :** 10 220 abonnés

Sa ligne éditoriale : Spécialiste du droit social, Joël Grangé publie des posts sur la vie du cabinet, les évènements professionnels auxquels il participe et les ouvrages auxquels il collabore dans la matière.

Les plus : tous les mois, il publie sur son compte « Le JT du social », une courte vidéo dans laquelle il met à l'honneur ses collaborateurs qui présentent l'actualité sociale du mois écoulé.



ÉCLAIRAGE**Kami Haeri****associé, cabinet Quinn Emanuel****Audience :** 12 211 abonnés

Sa ligne éditoriale : Hyperactif sur les réseaux sociaux, même s'il se fait plus rare ces derniers temps, Kami Haeri, qui prend manifestement plaisir à l'exercice, connaît parfaitement les codes du réseau. Il relaie les activités du cabinet, des articles d'actualités, et nous fait partager son quotidien d'avocat d'affaires en s'engageant pour la profession.

Le plus : son humour et sa spontanéité.

**Arthur Sauzé****avocat associé, EY Société d'Avocats****Audience :** 13 351 abonnés

Sa ligne éditoriale : Arthur Sauzé est chargé, au sein de EY Société d'Avocats, des legal operations et accompagne les entreprises clientes dans leurs projets de transformations. Il est aussi formateur sur le sujet et chargé de mission au sein du Lab EFB.

Le plus : le ton qu'il adopte, très pédagogique et très actuel, avec nombre d'émoticônes.

**Boris Martor****associé, cabinet Bird & Bird****Audience :** 7 623 abonnés

Sa ligne éditoriale : Boris Martor se pose en spécialiste des questions juridiques autour de l'énergie et notamment des énergies renouvelables, du corporate et des infrastructures. Il analyse la réglementation et poste en français et en anglais.

Le plus : il poste régulièrement à propos des enjeux économiques sur le continent africain.

**Hubert de Vauplane****associé, cabinet Kramer Levin****Audience :** 14 515 abonnés

Sa ligne éditoriale : Hubert de Vauplane publie de nombreux posts sur des sujets de crypto, fintech et numérique et partage vidéos, articles et analyses de l'actualité juridique.

Le plus : très réactif et à l'écoute du marché.

**Stéphane de Navacelle****associé, cabinet Navacelle****Audience :** 14 261 abonnés

Sa ligne éditoriale : Stéphane de Navacelle, qui est aussi formateur, publie des posts en anglais et en français sur l'arbitrage. Il analyse l'actualité législative et réglementaire dans le domaine du droit des affaires et connaît bien le mécanisme des CJIP.

Le plus : il est très impliqué dans la politique d'influence par le droit initiée par le gouvernement français.

**Sophie Vermeille****associée, cabinet Vermeille & Co****Audience :** 9 295 abonnés

Sa ligne éditoriale : Fondatrice du think tank Droit & Croissance, Sophie Vermeille se positionne comme le poil à gratter des dirigeants d'entreprise, et challenge régulièrement les grands groupes, au nom des actionnaires, pour leur demander davantage de transparence. Elle donne également des conseils à ses jeunes confrères.

Le plus : très engagée, sa parole est libre.

**Shaparak Saleh****associée, cabinet Three Crowns****Audience :** 4 508 abonnés

Sa ligne éditoriale : Elle publie assez régulièrement des posts sur l'arbitrage, son domaine d'expertise, en français et en anglais. Shaparak Saleh, qui a fondé l'association « Femmes Azadi », s'est investie beaucoup pour le droit des femmes en Iran.

Le plus : sa ténacité et son engagement sans faille pour dénoncer la condition des femmes en Iran.

**Anne Wachsmann****associée, cabinet Linklaters****Audience :** 3 135 abonnés

Sa ligne éditoriale : Anne Wachsmann, spécialisée en droit de la concurrence, est aussi présidente de la fondation Linklaters. Elle publie des posts sur sa pratique professionnelle à l'international et ses activités liées à la fondation. Elle partage aussi ses lectures.

Le plus : les photos d'œuvres qui illustrent souvent ses posts.