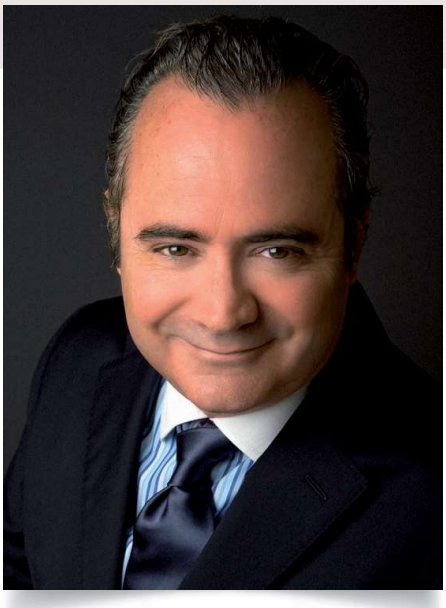

Maître François-Luc SIMON

Associé-gérant du cabinet SIMON ASSOCIÉS, Docteur en droit, Membre du Collège des experts de la Fédération Française de la Franchise

Patrice Matagne

SIMON ASSOCIÉS vient d'être élu "Cabinet d'avocats Français de l'année" par le Palmarès du Droit, organisé par Le Monde du Droit avec l'Association Française des Juristes d'Entreprises et le Cercle Montesquieu.
Simon Associés est ainsi classé n°1 en "droit de la distribution" (pour la 5ème fois en 7 ans), en "droit de la concurrence" (pour la 2ème année consécutive), en "droit des entreprises en difficulté" (pour la 6ème fois en 7 ans) et en "droit des contrats commerciaux". Qu'est-ce que ces distinctions représentent pour vous et vos équipes ?

Le Palmarès du Droit distingue les meilleurs cabinets d'avocats et met en lumière les avocats clés de la profession, en les classant par spécialités. Ce Palmarès est d'autant plus important qu'il regroupe les meilleurs cabinets de la place et qu'il repose sur les votes des décideurs en entreprise, c'est-à-dire des clients, qu'ils soient juristes ou dirigeants d'entreprise.

La satisfaction que les clients ont exprimée à travers cette élection laisse à penser que nous avons répondu à leurs attentes de manière pertinente, mais rien n'est jamais acquis et nous continuerons d'y travailler à l'avenir. C'est donc une grande fierté de voir ainsi SIMON ASSOCIÉS élu n°1 dans toutes ces catégories et d'être même distingué "Cabinet d'avocats Français de l'année". Quand on sait la qualité des cabinets de renom avec lesquels nous étions en compétition, cela veut dire quelque chose.

Vous êtes classé n°1 chaque année depuis 7 ans par le Magazine de référence Décideurs. Comment fait-on pour devenir n°1, et surtout pour le rester ?

Pour le devenir, il convient sans doute de s'appliquer à respecter les qualités (humaines et professionnelles) essentielles suivantes. Humainement : le goût de l'effort, l'humilité, la créativité, le sens de l'empathie, l'anticipation, l'importance de la parole donnée, le respect de l'autre, la volonté exacerbée de toujours trouver « la » solution. Professionnellement : la disponibilité, la réactivité, l'innovation, la connaissance du client, la compréhension des besoins du client, la qualité de la prestation, le mode de rémunération.

Pour le rester, il convient sans doute de se remettre perpétuellement en cause, d'essayer en permanence de tout améliorer, de ne jamais se satisfaire des acquis, de créer et d'innover.
Il faut aussi être une équipe soudée et structurée, prête à répondre aux besoins et attentes des clients. Equipe que je salue et remercie pour son implication et sa compétence.

Et, de manière plus générale, je dirais que le travail avec le client est avant tout un travail d'équipe, qui doit permettre une relation de travail fluide et dynamique, se traduisant par l'équation : 1+1 = 3.

La Fédération Française de la Franchise vient de signer un partenariat avec la société "Case Law Analytics", une start-up qui a mis au point un outil "d'intelligence au service de la qualification du risque judiciaire". Quel regard portez-vous sur cette annonce ?

Toute initiative de ce type est nécessai-

rement une bonne chose. Nous sommes tellement convaincus chez SIMON ASSOCIÉS des bienfaits apportés par ces LegalTech que nous avons investi pour créer, en partenariat avec certaines LegalTech, des outils sur mesure, notamment en matière de RGPD et d'outil de collaboration avocats-clients. D'autres projets sont actuellement à l'étude, l'idée étant de devancer les besoins des clients.

Avec l'émergence du numérique, du digital, de l'intelligence artificielle, comment voyez-vous l'avocat de demain ?

L'avocat de demain – et même celui d'aujourd'hui – est nécessairement un avocat hyperspécialisé, un avocat digitalisé, pour mieux travailler au service de la stratégie. Primo, l'hyperspécialisation implique de recruter des avocats ayant la tête bien faite, que nous formons ensuite à nos propres méthodes de travail ; d'ailleurs, nous démarrons actuellement au cabinet un vaste programme de formation sur mesure pour les plus jeunes. Secundo, l'avocat doit être digitalisé : il doit avoir systématiquement recours aux bases de données juridiques, à l'intelligence artificielle et – pour les plus ambitieux – à des outils sur mesure permettant d'optimiser certains aspects du travail au profit des clients. Tertio, l'avocat doit résolument être orienté vers le business et la stratégie.

En matière juridique, quelles sont les erreurs que les franchiseurs commettent le plus fréquemment ?

Au lancement du réseau, une erreur

Photo : shutterstock.com

(fréquente) peut consister à construire le réseau à partir d'un contrat de franchise insuffisamment réfléchi ou travaillé, trop simple, et ne comportant aucune véritable anticipation, ni aucune réflexion d'ordre stratégique ; dès l'origine, le contrat de franchise doit au contraire être réalisé « sur mesure ». C'est une erreur courante dont le dirigeant prend malheureusement conscience trop tard, et qui lui coûte alors très cher.

En cours de développement du réseau, le franchiseur doit faire la part des choses entre les dossiers dits « stratégiques » ou « de principe », qui peuvent (et même doivent) justifier un contentieux, ne serait-ce que pour l'exemplarité, et les autres dossiers, pour lesquels le franchiseur peut envisager de transiger.

Et quels sont les principaux conseils de base que vous pourriez donner aux franchiseurs ?

Les conseils d'ordre universel que je souhaite donner à tout franchiseur sont les suivants :

1°) Définir une stratégie de développement du réseau en bonne intelligence avec des professionnels de la franchise (avocats spécialisés, CPI, réseau d'expertise-comptable spécialisé, conseil en franchise, société de géomarketing, professionnel du crédit, etc.).

2°) Travailler le concept sous le prisme de la rentabilité du franchiseur et du franchisé.

3°) Accorder une importance majeure à la sélection des franchisés, en privilégiant la qualité à la quantité.

4°) Permettre aux franchisés de se concentrer sur l'aspect de leur travail où leur valeur ajoutée doit être la plus importante.

5°) Recourir à des indicateurs de performance afin d'encourager la méritocratie au sein du réseau.

6°) N'envisager aucune action sérieuse, sans connaître le « coup d'après ».