

Marketing

SAUL AVOCATS : « SORTIR DE NOS ZONES DE CONFORT ! »

Ils ont 35 ans, les cheveux en pagaille et une vision plutôt rafraîchissante de la profession. Benjamin Chouai et Fabrice Epstein, les deux associés fondateurs de Saul Avocats font partie de la relève des jeunes cabinets parisiens.

d'affaires (Simmons & Simmons pour Benjamin Chouai, et Sekri Valentin Zerrouk pour Fabrice Epstein), ils savent que l'exercice du métier peut être brutal dans les plus grosses structures et cherchent un modèle plus soft : « On a voulu créer une "boutique" à notre image qui offre les mêmes services que les cabinets d'affaires classiques, mais avec une équipe resserrée, des prix plus abordables et des facturations au forfait. On est plus flexibles. »

La fibre pénale pour des avocats d'affaires

Leur positionnement sur le marché est assez ambitieux, tournant autour du classique duo conseil/contentieux. Pas d'hyperspécialisation, ni cabinet de niche, mais une fibre pénale à laquelle ces deux anciens secrétaires de la Conférence tiennent (ils sont avocats des Chiennes de garde dans l'affaire porno du CHU de Clermont-Ferrand, défense

de Pascal Simbikangwa, le premier officier rwandais jugé en France pour sa participation au génocide, etc.). Leur vrai petit plus ? Un savant mélange de marketing bien dosé et d'initiatives innovantes qui leur apportent à la fois des dossiers et un marquage citoyen qui fait sens pour eux. Le cabinet propose notamment un nouveau format de conseil axé vers un accompagnement plus global des clients, qui passe par des offres de services pluridisciplinaires, telles que les rencontres Saul Factory organisées en dehors du cabinet. Les jeunes entrepreneurs (surtout des *start-up*) y ont accès, gratuitement, à des conseils juridiques, commerciaux, financiers, émanant d'avocats et de non-avocats (experts-comptables, *Chief Innovation Officers*, etc.) : « On n'est plus au cabinet, il y a moins de décorum. On génère de la confiance dès le départ. Et on leur parle leur langue, celle des entreprises, des écoles de commerce

(son associé F. Epstein a fait l'Essec). On les accompagne dans leur premier objectif qui est la levée de fonds, et on les suit de près ensuite en cas de difficultés. » C'est le combo gagnant : investir un marché jeune dynamique, un écosystème en plein développement tout en satisfaisant les exigences citoyennes du cabinet, sensible à la possibilité de pouvoir exercer en *pro bona*.

Au final, la Saul Factory a permis de récupérer une centaine de dossiers dont Studio Bagel, société de production de vidéos humoristiques qui travaille avec Canal Plus.

Et si l'innovation s'inscrivait aussi dans l'engagement social ? « Peut-être. En tout cas dans la volonté de déborder du cadre classique des cabinets d'avocats et de sortir de sa zone de confort. »

Du concret pour le cabinet qui se déplace tous les mercredis soirs dans le XIX^e arrondissement de Paris, organise des cours de prise

n° 453 - 7 octobre 2016

Saul
- Associés

Anciens secrétaires de la Conférence du stage, élevés à la baguette des cabinets



Saul
- Associés

de parole en public avec les jeunes, dans le cadre d'un partenariat avec l'association Courte échelle. Une démarche cohérente autour de

la rhétorique pour ces deux associés qui se sont rencontrés à l'occasion de la Conférence du stage. « On veut montrer que le goût d'entreprendre

n'est pas réservé qu'aux seuls privilégiés ».

Donner du sens au métier ou comment dépoussiérer les cabinets traditionnels. CT ■