

Lorsqu'Antoine Bert a rejoint [Pacis Lexis Family Law](#), fondé par l'avocate Héloïse Kawaishi en 2020, en tant que directeur stratégique, tous deux ont souhaité recentrer le cabinet sur le client. L'idée a fini par germer de créer un cabinet dans le metaverse, reproduction virtuelle – plus ou moins fidèle – de leurs bureaux physiques à Paris. **Objectif : une relation simplifiée et des avocats plus abordables. Entretien.**

### **Pouvez-vous revenir sur votre parcours ?**

J'ai d'abord fait une licence de droit, avec, initialement, l'espoir de devenir avocat. Au final, j'ai découvert que c'était un métier très procédurier, qui ne m'aurait pas convenu. Sur ces entrefaites, à l'âge de 22 ans, j'ai découvert du jour au lendemain le monde de l'entrepreneuriat à travers une série de vidéos, et ça m'a fasciné. Pour aller plus loin, j'ai rejoint un master dans ce domaine et j'ai commencé à entreprendre en parallèle. J'avais besoin de créer par moi-même, et ce, sans perdre de temps ! J'ai décidé d'axer mes projets autour du juridique. Ça n'a pas été que des succès, loin de là ! Par exemple, au moment de la loi de modernisation de la justice du XXI<sup>e</sup> siècle, j'ai voulu ubériser la procédure de divorce à l'amiable. Naïvement, j'ai démarché les avocats, et j'ai fini par me rendre compte que je n'avais pas les moyens de mes ambitions. Malgré tout, j'étais allé assez loin dans cette démarche, et cela m'a donné une certaine expertise. Par la suite, j'ai créé [DigitalDroit](#), une plateforme de mise en relation avec des avocats en droit de la famille. Celle-ci a bien marché, bien que, du fait de mon manque d'expérience, j'aie commis quelques erreurs. Aujourd'hui, cette société existe toujours, mais elle tourne toute seule, je l'ai mise en pilote automatique. Et puis, il y a quelques mois, j'ai rejoint le cabinet Pacis Lexis.

### **Comment vous est venue l'idée de créer votre cabinet virtuel ?**

Il y a deux ans, j'ai créé, au moment du premier confinement, un groupe d'entraide en droit de la famille. Dans ce cadre, Maître Héloïse Kawaishi a accepté de donner des lives, c'est de cette façon que je l'ai rencontrée. Je n'avais jamais rencontré une avocate avec une telle compréhension des enjeux actuels : se mettre à la place du client, lui donner de la transparence... C'est donc assez naturellement que j'ai accepté de me mettre à son service en tant que directeur stratégique. Alors que le cabinet en droit de la famille de Maître Kawaishi existait depuis quelques mois déjà, nous avons essayé de le rendre encore plus attractif, plus

véloce. C'est pour cette raison que je m'occupe des différents aspects de sa digitalisation : mise en place des canaux d'acquisition, du CRM (ou « customer relationship management », soit la stratégie de gestion de la relation client, ndlr), des campagnes, de l'acquisition d'outils pouvant nous servir à gagner du temps.

Nous avons également souhaité centrer davantage le cabinet sur l'utilisateur – telle qu'une start-up pourrait le faire. La démarche a été progressive. Pour répondre à la demande de clients qui n'habitent pas toujours à Paris, ou qui manquent de temps, nous avons commencé à mettre en place la visioconférence. Sauf que cette dernière présente plusieurs inconvénients, puisqu'on est, entre autres, obligé d'envoyer un lien et de créer l'événement à une heure précise. Nous avons donc fini par penser au metaverse et à envisager un cabinet virtuel, en plus du cabinet physique (dans le 8e arrondissement de Paris, ndlr).

### **Quels sont les différents objectifs qui ont motivé votre projet ?**

Principalement que nos clients se sentent pleinement intégrés. Car aujourd'hui, il faut bien le dire, les cabinets demeurent des lieux parfois impressionnants pour certains, mais aussi très fermés : on n'y entre pas sans avoir un rendez-vous. Nous voulions donc rendre l'avocat plus

accessible, en faisant tomber les barrières. Dans la même veine, notre cabinet virtuel a pour ambition de rendre les avocats davantage disponibles et tournés vers autrui : nous souhaitons qu'ils soient connectés, qu'ils puissent donner des conférences sur un sujet donné, qu'ils puissent discuter facilement avec leurs clients... Le but étant vraiment que ces derniers aient un accès permanent au cabinet. Il faut savoir que souvent, en droit de la famille, les clients vivent des choses assez difficiles humainement et paniquent facilement : recevoir une lettre d'un huissier, ou d'un(e) ex-compagnon (compagne) informant qu'il (elle) va demander la garde exclusive des enfants, c'est dur. Parfois, l'avocat n'est pas disponible pendant plusieurs jours voire plusieurs semaines : le client s'affole et peut appeler 40 fois. Avec le metaverse, il peut venir n'importe quand, et même si l'avocat est indisponible – ce qui est indiqué par un petit rond au-dessus de l'avatar –, il le constate par lui-même : psychologiquement, c'est un point d'ancrage important. Et puis, il y a toujours quelqu'un de disponible qui va pouvoir le rassurer en précisant que l'avocat est en audience, par exemple.



D'autre part, d'un point de vue « interne » cette fois, le cabinet virtuel permet de prolonger la vie au cabinet lorsque nous n'y sommes pas, quelle qu'en soit la raison. L'épidémie de Covid nous donne raison sur ce point ! Par ailleurs, l'accueil des nouvelles recrues dans le cabinet se fait beaucoup plus simplement. La plupart du temps, dans un cabinet, lorsqu'un stagiaire arrive, il débarque – étrangement – toujours au mauvais moment : les avocats sont soit absents, soit au téléphone avec un client... Pas facile de s'intégrer dans ces conditions.

Là, tout comme les clients, ils ont forcément quelqu'un pour les accueillir. Et grâce à l'aspect ludique, ils osent plus facilement aller voir l'un des avocats lorsqu'ils ont une question.

**Techniquement, comment avez-vous créé ce cabinet ? Comment cela fonctionne ; à quoi cela ressemble-t-il ?**

Nous avons travaillé sur le support lemverse, un projet en open source développé par une société française, qui permet de construire des bureaux virtuels personnalisés comme dans un jeu vidéo, mais aussi de fixer les règles (variables), par exemple : prévoir une zone de visio, avoir un outil « mute », cacher les noms des avatars présents, ouvrir un site web lorsqu'une personne passe, etc.

Bien sûr, notre cabinet virtuel n'est pas la réplique de notre cabinet physique, il est bien plus grand – c'est aussi tout l'intérêt ! En plus des bureaux de chacun, qui ont été considérablement agrandis, nous avons créé un espace de coworking, plusieurs salles de conférences, un bureau pour les stagiaires... Ici, la place ne vaut pas cher !

### **« La gamification n'empêche pas le sérieux. »**

Les membres du cabinet et les personnes invitées peuvent aller et venir dans ces espaces, tous pourvus d'une zone de visio. Dans le bureau de chaque avocat, une visio plus grande, plus travaillée se met en place pour un vrai « 1-to-1 ». Actuellement, nous travaillons sur un petit détail visuel : faire en sorte que les avatars puissent avoir une petite robe d'avocat. Tout est dans l'accessoire !

Votre cabinet virtuel vient d'être lancé le 2 février 2022, et c'est un outil inédit dans le milieu. Proposez-vous systématiquement son accès aux clients ?

En effet, nous sommes le premier cabinet d'avocats virtuel en France, et je crois même dans le monde. Je sais que deux cabinets américains ont acheté des parcelles sur les grands metaverses ouverts, mais ils ne poursuivent pas le même objectif : dans leur cas, il s'agit du « grand metaverse » où l'on vient pour se montrer, c'est marketing. De notre côté, il s'agit vraiment d'une dynamique de bureau, avec un metaverse fermé, puisque nous contrôlons les entrées.

Nous ne proposons pas l'accès à tous nos clients, et tous ceux à qui on le propose n'acceptent pas. Mais en tout cas, ceux qui nous rejoignent virtuellement adorent ! Ils ressentent une certaine énergie, et ont vraiment le sentiment que nous sommes centrés sur eux, que nous essayons de donner le maximum.

### **Est-ce qu'une consultation via le metaverse a une incidence sur son coût ? Par ailleurs, une relation 100 % virtuelle est-elle envisageable ?**

Les clients sont facturés de la même manière qu'en physique, dans la mesure où le metaverse est un support, un outil supplémentaire au profit du client et de la communication. Actuellement, nous sommes d'ailleurs en train de mettre en place le paiement par cryptomonnaies.

Nous pouvons envisager une relation 100 % virtuelle mais à plusieurs conditions : il faut que le

client le souhaite, qu'aucune audience soit nécessaire, et qu'aucun document ne nécessite une signature en présentiel.

Quel futur pour le metaverse et les relations de travail, selon vous ?

Le metaverse est le futur du travail, le futur des bureaux, c'est certain ! Aujourd'hui, les top start-up s'y trouvent, ainsi que la plupart des jeunes pousses parisiennes en vogue. Pour moi, cela va de pair avec les NFT et la blockchain... Bref, tout ce qu'on appelle le « Web3 », le web décentralisé, avec des fondements idéologiques puissants, une façon de penser que je trouve passionnante.

Pour faire court, le virtuel est idéal pour les rencontres. On entre en communication plus facilement, tout est plus fluide. On rencontre des gens issus d'autres univers professionnels. De nouveaux clients. De nouveaux partenaires. De nouveaux collaborateurs ou stagiaires. Cela évite de se déplacer dans des salons, et permet de casser les codes : les gens réinventent leur manière de fonctionner.

### **À ceux qui sont circonspects sur le metaverse, ou arguent que ce n'est « qu'un jeu », que répondez-vous ?**

Ce qui bloque la plupart des gens, c'est toujours la même chose. Quand une technologie est moderne, récente, elle passe invariablement par trois phases : au début, c'est ridicule, après, c'est dangereux, et enfin, c'est évident. En ce qui concerne le metaverse, pour le moment, on en est à l'étape « c'est ridicule » ; « ce n'est pas ça la vraie vie, les relations ». C'est exactement le reproche que l'on faisait aux visios au départ : « c'est absurde de voir des gens à distance ! Si on veut rencontrer, il faut se déplacer ». Regardez où on en est aujourd'hui...

On dit du metaverse qu'il est ludique, comme si c'était un inconvénient, seulement, à mon sens, c'est loin d'en être un. Au contraire. On sait que les animaux apprennent en jouant. Eh bien, les humains aussi. Aujourd'hui, tous les secteurs ont recours au jeu. Les sociétés d'investissement, les banques en ligne, notamment, ont une sacrée force de gamification. Cela n'empêche pas l'apprentissage, ni le sérieux. Cela aide simplement le cerveau à se projeter.

Propos recueillis par Bérengère Margaritelli