



Quoi de neuf sur le marché de l'édition juridique ?

Pour répondre notamment aux besoins d'accès au droit et à son analyse, en périodes de travail à distance forcé et de surproduction normative liée à la Covid-19, bon nombre de maisons d'édition juridique ont apporté leur soutien en ouvrant gratuitement tout ou partie leurs contenus en ligne. Plus largement, la diversification des formats éditoriaux, l'intelligence artificielle et bien sûr l'open data des décisions de justice sont autant de nouveaux défis que relèvent les éditeurs juridiques. Mais qu'en est-il précisément ? Plusieurs membres de l'association *Juriconnexion*¹ ont accepté de répondre aux questions de la Rédaction du *Journal du Village de la Justice* et de nous livrer leur point de vue sur les évolutions récentes et à venir.

Comment se porte le marché de l'édition juridique aujourd'hui ?

Le marché de l'édition juridique est en pleine mutation. Les innovations suscitées par l'introduction de techniques liées à l'utilisation d'algorithmes et le développement d'entreprises de la legaltech dans le champ des services juridiques font évoluer les classiques bases de données, qui étaient l'outil habituel des documentalistes juridiques, juristes, magistrats et avocats. Des outils d'analyse de textes et d'analyse de jurisprudence renouvèlent l'approche de la recherche documentaire juridique.

Par ailleurs, l'ouverture des fonds de jurisprudence constitue un défi important face à la quantité de données à traiter. Les éditeurs devront développer leurs outils pour un traitement à valeur ajoutée de ces données. Il ne faudra pas oublier l'importance du travail des auteurs de la doctrine, dont les commentaires et synthèses de jurisprudence sont toujours très utiles et recherchés.

Les éditeurs ont entamé une réflexion sur le maintien de leurs éditions papier. La crise semble accélérer l'accès au numérique tant pour l'édition publique que pour

l'édition privée. Cela est valable également à l'étranger. La *British and Irish Association of Law Librarians* (BIALL), association avec laquelle *Juriconnexion* est en contact, organisait sa conférence annuelle en juin dernier² et se posait également les mêmes questions.

Avez-vous pu constater une mobilisation particulière des éditeurs juridiques pendant la période Covid ?

La mobilisation des éditeurs juridiques lors de la crise sanitaire a été pour certains immédiate, et pour d'autres progressive. Les éditeurs ont été bien sûr conscients, dès le premier confinement, de l'enjeu essentiel que représentait l'accès à la documentation juridique en ligne pour les documentalistes, juristes, magistrats et avocats confinés, alors qu'il était difficile voire impossible d'accéder aux fonds papier. Certains d'entre eux ont ouvert largement leurs fonds en ligne à tous, clients ou non, et parfois dès le 17 mars 2020, d'autres ont choisi d'ouvrir la totalité de leurs fonds à leurs clients quelle que soit l'étendue de leurs abonnements.

Ces propositions ont permis d'assurer une continuité des services documentaires juridiques en cabinet, en entreprise et au sein des bibliothèques universitaires. Toutefois, ces confinements ont « révélé » les immenses

1 - *Juriconnexion* est une association ouverte à toute personne utilisant divers produits électroniques d'information juridique dans le cadre de sa pratique professionnelle quotidienne (www.juriconnexion.fr).

2 - <https://biall.org.uk/annual-conference/conference-2021/>

pans du droit français inaccessibles en ligne, ainsi que l'a souligné le Professeur Molfessis dans une tribune en juin 2020³, et donc « invisibles » dans un monde documentaire qui ne reposerait que sur des sources numériques.

La diversification des formats éditoriaux (vidéos, podcasts, legal design, etc.) est-elle selon vous un simple « effet de mode » ou un véritable tournant ?

La réponse est claire : oui, c'est un effet de mode, mais cette mode devrait être durable. Comme l'intelligence artificielle (IA) en droit, elle repose sur beaucoup d'effets d'annonce. Mais elle finira par s'inscrire dans le paysage de la communication et des pratiques des juristes. Une minorité de convaincus se sont déjà lancés dans cette nouvelle vague d'innovation juridique⁴.

D'ores et déjà, la génération des juristes de moins de 30 ans est friande de **réseaux sociaux et YouTube**, où photos et vidéos sont des formats courants. Les jeunes avocat(e)s *solo* et un petit nombre d'enseignant(e)s (dont le Professeur Bruno Dondero) n'hésitent pas à exposer des points de droit à destination des particuliers – beaucoup moins du milieu des affaires. À l'autre bout de la hiérarchie, la Cour de cassation diffuse ses colloques en vidéo depuis le milieu des années 2010 et les messages importants de la première présidence sont en vidéo.

La mode du **podcast** est plus récente⁵ et on peut, là, ne pas être certain qu'elle remportera un succès final écrasant. En effet, si le téléchargement facilite son adaptation à la mobilité, côté marketing, le podcast ne met pas en valeur le juriste autant que la vidéo et il reste plus long d'écouter en entier un podcast, que de lire en diagonale un document écrit.

Pour le **legal design**, si les documents (ouvrages, contrats...) en portent encore peu la marque, certaines directions juridiques et avocats s'y sont formés et en ont fait un élément de leur pratique. Une meilleure compréhension, une meilleure lisibilité, ce sont des avantages sur le long terme qui devraient finir par s'imposer, surtout si l'on prend en compte l'amélioration de la prestation pour le client qu'apporte ce mode de communication. En effet, le véritable *legal design* va au-delà d'une simple représentation graphique du droit. Car c'est d'abord utiliser un langage juridique clair.

Au-delà des formats, peut-on constater de nouvelles tendances dans les offres des éditeurs juridiques ?

Les mutations du marché juridique ont provoqué des évolutions des **bases de données juridiques**. La plus systématique est sans doute le mode de recherche simple qui a évolué pour être plus proche de celui de *Google*. Dans certains cas, cela va avec un affichage instantané et systématique – quelle que soit la requête... – des résultats et également la proposition de suggestions de mots-clés. Il est toutefois regrettable que cette évolution soit souvent au détriment de la recherche avancée, qui permet d'être plus fin et d'accéder à des fonctionnalités non disponibles en recherche simple.

Très en vogue, certains éditeurs proposent également des **outils d'analyse de documents**, en premier lieu orienté vers les conclusions. Ces outils permettent de reconnaître et créer des liens sur les références citées dans les documents : liens qui renvoient souvent vers les sources internes (et non des sites tels que *Legifrance*) ou un éditeur partenaire du produit, cela suppose donc d'avoir les abonnements correspondants. Il faut cependant être vigilant au stockage des documents analysés et à ce titre, il est fortement recommandé d'en discuter avec les éditeurs.

Un peu plus méconnus, les **podcasts** juridiques se sont développés, donnant un caractère plus nomade à l'actualité ou à un point de droit.

Enfin, la **jurisprudence** étant un enjeu important, des outils pour l'exploiter ont vu le jour. Il est ainsi possible de calculer un montant indemnitaire (sur des matières juridiques restreintes), de voir à quel moment, sur une thématique, il y a eu une forte activité contentieuse ou encore de consulter les contentieux relatifs à une société en particulier. Si aujourd'hui ce type d'outils reste limité aux corpus de décisions disponibles, avec l'ouverture de la jurisprudence à venir, il y a fort à parier que de nouveaux tris et fonctionnalités soient proposés par les éditeurs.

L'arrivée prochaine de l'open data des décisions de justice va-t-elle profondément bouleverser la structuration du marché de l'information juridique ?

Cela n'est pas certain. Le bouleversement, pour les abonnements auprès des éditeurs classiques, proviendra plus de l'*open access* des décisions de justice, avec la création d'un site public dédié à la

3 - Molfessis N., « Qui est Jean Carbonnier ? », JCP G, 15 juin 2020, n° 24, éditorial, p. 1081.

4 - Bouthinon-Dumas H., Masson A. (dir.), « L'innovation juridique et judiciaire : Méthodologie et perspectives », 2019, éd. Larcier, coll. Droit, Management et Stratégie.

5 - Voir not. « Le podcast, nouvel outil de diffusion du droit », www.village-justice.com

jurisprudence, que de leur *open data*. Et les effets de ce bouleversement ne seront pas forcément identiques pour toutes les clientèles. Ils seront plus marqués pour de petites ou moyennes structures, qui aimeraient dépenser moins pour consulter de la jurisprudence et plus pour lire de la doctrine juridique. À voir aussi si l'interface du futur site public *Justice.fr* parviendra à être plus accessible que celle du nouveau *Legifrance*. Les moyennes et grandes structures, qui garderont tous leurs abonnements, sauf restriction budgétaire post-crise, espèrent que l'arrivée des arrêts d'appel en *open data*, puis plus tard des décisions de première instance, fera baisser le prix de réalisation des banques de données et donc le prix des abonnements.

Une attente existe aussi quant au progrès des performances des *Legaltechs* en matière de « *jurimétrie* », afin que cette dernière démontre son utilité dans la gestion des contentieux. À voir également pour les fonctionnalités de « *complétion* » qui ont été évoquées ci-dessus, fonctionnalités qu'on trouve aussi bien chez les éditeurs « *classiques* » que chez les nouveaux venus du marché⁶. *Lexbase*, *Doctrine* et *Prédicite* ont présenté leurs solutions, mais celles de *Wolters Kluwer*, *LexisNexis* et *Dalloz* sont annoncées et attendues. Le volume des investissements augmentera donc pour ce genre de produits et services.

Mais voir ce budget avoir un impact sur celui des dépenses documentaires numériques n'est pas encore d'actualité. Cela pourra venir, car le critère de la quantité de données contenues n'est plus totalement dominant. Les services annexes et le confort d'usage prennent une part grandissante dans les choix d'abonnement, d'autant plus s'il faut trouver ce qu'on cherche dans une banque de données ayant décuplé de taille.

La qualité de l'expérience utilisateur (UX), la rapidité de l'intégration des nouveautés normatives et le caractère « *technico-pratique* » des contenus semblent aujourd'hui primer d'autres critères plus traditionnels (identité des auteurs, prestige de la marque, etc.). Partagez-vous ce constat ?

L'utilisation d'Internet dans la vie quotidienne a bouleversé notre rapport à la recherche d'information. Pourquoi en serait-il autrement pour la recherche d'un arrêt ou d'un modèle de contrat ? Nous constatons que les étudiants ou jeunes professionnels du droit, digital natives, font de même dans leurs pratiques de recherches juridiques. Et certains éditeurs ont profité de cette évolution. Aussi, nous voyons fleurir les moteurs de recherche « à la *Google* », la mise en avant de la rapidité de l'affichage des résultats... Le fonds des éditeurs traditionnels tend donc à devenir

« *invisible* » et si cela ne présume pas de la qualité de la réponse, le fait d'être bien classé sur les moteurs de recherches contribue à donner envie d'utiliser la marque et évidemment de souscrire un abonnement.

Si les plus « *anciens* » des juristes ont une bonne connaissance du papier (des revues, des encyclopédies) et savent reconnaître une signature, un nom d'un professeur qui aura commenté tel arrêt ou rédigé tel fascicule, il faut bien admettre que ce n'est plus le cas des plus jeunes. Et la méconnaissance des fonds papiers des éditeurs traditionnels les rends moins tentants pour faire ces recherches. Ce constat est d'autant plus frappant quand les petites ou moyennes structures n'ont souvent plus envie ni les moyens matériels de garder des mètres linéaires d'ouvrages ou d'encyclopédies, faute de place, ni envie ou les moyens financiers d'acheter des accès à toutes les bases de données électroniques de ces mêmes éditeurs, alors qu'au même moment, de nouveaux venus dans le marché de l'édition juridique se font référencer et arrivent dans les premiers résultats de *Google* !

La qualité (notoriété de la marque productrice, identité de l'auteur, date...) a tendance se faire oublier au profit des fonctionnalités et de la réponse immédiate à toute question. Pour autant peut-on oublier qu'il y a encore peu de temps, on parlait « *du Carbonnier* » ou « *du Cozian* », leurs ouvrages devenant une véritable incarnation de leur matière juridique... ?

Plus largement, le défi des éditeurs est immense : rendre accessible leurs fonds aux plus jeunes et aux plus petites structures par des modes de recherches bien pensés et adaptés et aussi par des tarifs supportables, pour un enjeu tout aussi considérable : continuer à faire vivre un contenu et une tradition éditoriale française riche de la qualité de ses maisons d'édition et de ses auteurs.

Propos recueillis par A. Dorange

Ont répondu à cette interview : **Michèle Bourgeois** (vice-présidente et administratrice *Juriconnexion*), **Isabelle Brenneur-Garel** (présidente et administratrice *Juriconnexion*), **Emmanuel Barthe** (représentant du groupe de travail *Juriformation*), **Elsa Courtois** (administratrice *Juriconnexion*), **Alexandra Deniot** (représentante du Groupe de travail *Juriformation*), **Séverine Faure** (administratrice *Juriconnexion* et représentante du groupe de travail *Juriformation*), **Jean Gasnault** (administrateur *Juriconnexion*), **Laurence Longet** (administratrice *Juriconnexion*).

6 - Sur ce point les catégories se confondent, plusieurs acteurs se revendiquent des deux appellations éditeurs et *Legaltech*.