

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES GRANDS CABINETS D'AVOCATS : QUEL RÔLE DANS LES INÉGALITÉS  
ÉCONOMIQUES ET SYMBOLIQUES DANS LE SYSTÈME JURIDIQUE ?

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
MAÎTRISE EN SOCIOLOGIE

PAR  
LAURENT TRÉPANIÉRIE CAPISTRAN

Mars 2023

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

*De la même manière qu'il est possible d'acheter une Honda Civic et un Ferrari, il n'est pas impossible que la Honda Civic mène du point A au point B en autant de temps que la Ferrari mais comme certains conducteurs de Ferrari le diront c'est l'agrément de conduite et l'image qui fait d'une Ferrari ce qu'elle est.*

*Le "grand" cabinet se positionne comme la crème des services juridiques et doit soigner son image pour assurer l'agrément (sic) – un ou une avocate de grand cabinet*

## AVANT-PROPOS

Les origines de ce mémoire remontent à notre arrivée à l'université alors que nous entreprenions un baccalauréat en droit. Sans avocat ou avocate dans notre entourage, nous avons jeté un regard somme toute neuf sur la faculté. Déjà, nous percevions que les grands cabinets, par leur omniprésence dans la vie universitaire, avaient un statut particulier dans le monde que nous nous apprêtions à fréquenter. Alors que nous étions encore au baccalauréat, nous avons commencé à travailler dans le milieu communautaire dans l'objectif d'améliorer l'accès à la justice. Il ne faut pas très longtemps à se faire expliquer les droits pour comprendre que leur manifestation tangible n'est pas pour tous et toutes. Les rites initiatiques qui ont ensuite fait de nous un avocat ont continué de consolider les impressions qui ont émergées à la faculté. Puis, les réactions devant l'annonce de ce titre ont fini de nous convaincre que ces impressions avaient bien une prégnance sociale.

Douze ans plus tard, nous sommes toujours dans ce milieu communautaire à tenter de donner une réalité concrète aux droits des personnes que la société garde en marge. Durant ces années, nous avons eu la chance d'obtenir la confiance de plusieurs personnes que nous avons représentées devant différentes instances. Force nous est d'admettre que nous avons aussi fait partie d'un appareil judiciaire qui en a déçu plusieurs, souvent à raison. À voir les collègues faire des miracles avec des assemblages de riens, à mener d'âpres luttes avec des ressources dérisoires et à aller jusqu'à sacrifier leurs santés pour aider leur communauté, nous avons ressenti ces inégalités dans les ressources, dans la mise en place des règles du jeu.

C'est donc ainsi que l'idée de creuser le fonctionnement et les rapports qui entourent les grands cabinets a germée. Si nous savions dès notre entrée dans cet univers que nous finirions par nous intéresser un jour aux grands cabinets d'une façon ou d'une autre, nos expériences sur le terrain ont affiné le regard que nous avons posé sur ce projet.

Au risque assumé de paraître évident, ce mémoire se veut une constatation, une reconnaissance des efforts déployés et une explication, bien que minime, quant au sentiment envers les luttes menées *en dépit*. Les communautés auprès desquelles nous avons eu le privilège de travailler devraient savoir que leurs efforts ne sont pas moins, mais bien qu'ils s'insèrent dans des rapports sociaux qui les réduisent.

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier les personnes sans qui la réalisation de ce mémoire n'aurait pas été possible. D'abord, un grand merci à Frédérick Guillaume Dufour, notre directeur de maîtrise, d'avoir accepté de diriger ce mémoire quelque peu hors normes, d'un avocat de surcroît ! Il a su nous pister quant aux lectures et au cadre sociologique nécessaire à la réalisation de ce projet en plus de nous aider à naviguer dans les méandres de l'institution académique.

Un immense merci à toutes les personnes qui ont participé à notre collecte de données et que nous ne pouvons pas nommer ici. La richesse de vos partages a directement contribué à l'aboutissement de ce mémoire.

Merci à Léa Pelletier-Marcotte, Stéphanie Frenette-Marier, Sébastien Brodeur-Girard, François-Pierre Laforest, Laurence Lavoie et Coline Bellefleur pour leurs apports respectifs.

Un merci tout spécial à Véronique Pronovost pour les discussions et ses points de vue qui ont permis de faire progresser notre rédaction.

Finalement, merci à la famille et aux amis et amies pour leur support incomparable au fil de ce mémoire. On n'accomplit rien sans son entourage.

## TABLE DES MATIÈRES

<b>AVANT-PROPOS</b> .....	<b>iii</b>
<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>iv</b>
<b>TABLE DES MATIÈRES</b> .....	<b>v</b>
<b>LISTE DES FIGURES</b> .....	<b>vii</b>
<b>RÉSUMÉ</b> .....	<b>viii</b>
<b>INTRODUCTION ET OBJET DE RECHERCHE</b> .....	<b>1</b>
<b>I. PROBLÉMATIQUE ET CADRE THÉORIQUE</b> .....	<b>4</b>
1.1 Problématique .....	4
1.2 Recension des écrits .....	8
1.3 Le cadre théorique .....	10
1.4 Méthodologie.....	18
<b>2 PRÉSENTATION DES DONNÉES RELATIVES AU GRANDS CABINETS</b> .....	<b>25</b>
2.1 Éléments et qualifications du capital économique des grands cabinets .....	25
2.2 Éléments et qualifications du capital symbolique des grands cabinets .....	31
<b>3 PRÉSENTATION DES DONNÉES RELATIVES À L'AIDE JURIDIQUE</b> .....	<b>49</b>
3.1 Éléments et qualifications du capital économique de l'aide juridique .....	49
3.2 Éléments et qualifications du capital symbolique de l'aide juridique .....	53
<b>4 ANALYSE DES DONNÉES ET VÉRIFICATION DES HYPOTHÈSES</b> .....	<b>60</b>
4.1 Le processus d'accumulation du capital économique .....	60
4.2 Positionnement symbolique et culturel au sein du champ .....	66
4.3 La présence d'inégalités symboliques .....	68
4.4 Conclusion partielle .....	71
<b>CONCLUSION</b> .....	<b>73</b>
<b>ANNEXE A</b> .....	<b>78</b>
<b>ANNEXE B</b> .....	<b>79</b>
<b>ANNEXE C</b> .....	<b>80</b>

**ANNEXE D..... 81**

**ANNEXE E..... 84**

**ANNEXE F..... 93**

**ANNEXE G..... 98**

**BIBLIOGRAPHIE..... 113**

## LISTE DES FIGURES

*Figure II.1 Répartition des occurrences en matière de langage* ..... 42

*Figure II.2 Répartition des occurrences en matière de langage parmi le sous-échantillon grands cabinets*..... 43



## RÉSUMÉ

Cette recherche s'intéresse aux grands cabinets d'avocats et d'avocates exerçant au Québec. Elle vise à identifier certaines inégalités d'ordre économique et symbolique au sein du système juridique québécois. Pour ce faire, le chercheur s'interroge à savoir s'il existe bel et bien des différences dans les ressources économiques et symboliques et si ces différences emportent un traitement différencié des justiciables au sein du système juridique québécois. L'hypothèse sur laquelle se fonde la démarche est à l'effet que les grands cabinets ont accès à davantage de ressources économiques et symboliques afin de répondre aux besoins juridiques de leur clientèle.

Afin de se prononcer sur cette hypothèse, le chercheur a adopté une méthodologie consistant à comparer deux groupes, soit les grands cabinets et les avocats et avocates exerçant à l'aide juridique en collectant des données par l'entremise de questionnaires. L'élaboration du questionnaire de recherche comprend une vingtaine de thèmes et a été distribué auprès des deux sous-échantillons choisis par homogénéisation.

L'analyse des résultats de recherches démontre notamment l'existence d'inégalités d'ordre symbolique et économique entre les deux groupes. Il en ressort que les grands cabinets dominent symboliquement et économiquement le champ dans lequel ils exercent, entre autres en accaparant l'opportunité qui consiste à représenter les entreprises les plus nanties et les plus influentes. Ils participent également activement à définir l'habitus et les savoir-être qui sont valorisés au sein du champ et élevés au rang de norme.

Cette recherche conclut donc que les grands cabinets et leur clientèle font une expérience différenciée du système juridique québécois eu égard aux avocats et avocates de l'aide juridique.

Mots-clés : Grands cabinets, sociologie du droit, sociologie des inégalités, capital réputationnel, monopole de la production culturelle légitime.

## INTRODUCTION ET OBJET DE RECHERCHE

L'appareil judiciaire et le système juridique qui le soutient sont aux fondements de notre ordre rationnel-légal. Le fait que l'État régisse ses citoyens et citoyennes par l'entremise de lois et que ceux-ci se voient offrir une protection contre les abus de ce dernier, notamment par l'entremise de chartes et du concept de la primauté du droit, consacre l'importance sociétale accordée au juridique comme l'un des piliers de notre mode de fonctionnement étatique, lequel participe à l'organisation sociale moderne. Incidemment, le système juridique contribue à la mise en place et au maintien de l'État de droit. Au plan individuel, cela s'incarne dans une reconnaissance théorique des droits civiques, une participation politique et des droits sociaux, qui ont mené à l'établissement d'une forme particulière de citoyenneté intégrée aux institutions représentatives libérales. Au Canada, cette citoyenneté trouve écho dans les concepts d'égalité devant la loi et d'impartialité de l'appareil judiciaire. Aujourd'hui, il est toutefois notoire que tous et toutes ne naissent pas égaux et que des inégalités économiques façonnent encore les organisations sociales et les institutions modernes, y compris la justice.

Considérant cet état de fait, l'État québécois, dans le but de maintenir un système juridique égalitaire et impartial, a mis en place l'aide juridique afin que les individus qui n'ont pas les ressources financières requises au défraiement des coûts reliés à la prestation de services juridiques soient en mesure d'avoir accès aux services de professionnels et professionnelles du droit. Cette institution a officiellement pris naissance dans la foulée législative de la mise en place de l'État providence québécois au début des années 1970. C'est au côté de lois comme la *Loi sur la protection du consommateur* et la *Loi sur l'assurance-maladie* que l'aide juridique fût officiellement créée le 7 juillet 1972 (*Loi de l'aide juridique*, L.Q. 1972, c.14 ; Proulx, 2016 ; Jarry, 2005). Pour Jérôme Choquette, député libéral sous le gouvernement Bourassa et ministre de la Justice de l'époque, il ne faisait aucun doute que le « droit à la consultation et à l'assistance [juridique] » était aussi fondamental que le droit de voir un médecin gratuitement, allant jusqu'à qualifier de « vaste supercherie » tout système de justice qui ne permettrait pas son accès aux personnes démunies (Assemblée Nationale, 1972). À son origine, la loi était d'ailleurs plus généreuse que les versions qui suivront, entre autres quant aux actes et services auxquels elle donnait accès (Proulx, 2016).

Or, avant d'être prise en charge par l'État, l'histoire de l'aide juridique nous enseigne qu'elle a d'abord pris la forme d'une initiative du milieu juridique alors qu'en 1951, le Barreau du Québec

créait le « Service d'assistance judiciaire », imité par le Barreau de Montréal en 1956 avec son « Bureau d'assistance judiciaire » (Jarry, 2005). À cette période, l'aide juridique fonctionnait davantage selon une logique charitable. Au fil du temps, l'État s'est progressivement impliqué, d'abord en finançant certains frais relatifs aux services dans les années 1960, puis, en prenant en charge cette responsabilité avec la création de l'aide juridique à proprement parler (Jarry, 2005). En résumé, suite à la reconnaissance que les « besoins juridiques des personnes défavorisées sont [...] des besoins fondamentaux » (Jarry, 2005), on peut dire que cette institution gouvernementale a comme objectif principal de rééquilibrer l'accès à la justice au Québec.

Parallèlement, les services juridiques québécois, comme la plupart des autres secteurs de l'industrie privée, sont traversés et gouvernés par des rapports capitalistes et marchands<sup>1</sup>. En effet, les avocats et avocates offrent leurs conseils juridiques et leur voix à une clientèle qui les paie afin de bénéficier de leurs compétences par l'entremise d'une représentation qu'ils et elles incarnent personnellement (Boucher, 2011, 2013 ; Traoré, 2018). Malgré certaines règles qui restreignent la possibilité de publiciser leur offre de services, les avocats et avocates opèrent sur un marché où ils et elles transigent leurs services, principalement sous forme de capital symbolique, réputationnel et relationnel (Code de déontologie des avocats, 2015, chapitre B-1, r. 3.1). Si l'existence d'un marché des services juridiques implique pour certains et certaines que sa rationalité est régie par la loi de l'offre et la demande, cela ne devrait toutefois pas inciter les citoyens et citoyennes à omettre d'autres phénomènes qui l'influencent.

La nature précédemment évoquée des services transigés par les professionnels et professionnelles du droit a aussi un impact sur le choix que fait la clientèle dans sa recherche de représentant ou représentante. Par exemple, l'importance de la réputation de l'avocat ou de l'avocate, le type et l'ampleur du réseau social du client ou de la cliente, l'obtention d'une recommandation et l'existence d'un lien de confiance préexistant sont autant d'autres éléments d'ordre symbolique qui entrent en jeu dans le choix d'un avocat, en plus de l'aspect économique (Karpik, 1989). Si on remarque la prépondérance d'une dynamique fondée sur une forte rationalité symbolique dans ce choix, elle s'applique *a fortiori* dans le cas des grands cabinets, lesquels caracolent au sommet de leur champ, par opposition aux cas de personnes

---

<sup>1</sup> Voir Annexe A pour une schématisation du marché des services juridiques au Québec.

<sup>2</sup> Voire que certaines des franges des classes moyennes qui peuvent ne pas avoir d'accès au système

admissibles à l'aide juridique<sup>2</sup> pour lesquelles la « loi » de l'offre et de la demande ne s'applique que dans une mince mesure puisqu'elles n'ont l'opportunité de choisir leur représentant ou représentante que sur la base d'un critère économique, soit la gratuité du service ou son absence totale (Boucher, 2011).

Nous avons vu que le choix de l'avocat ne répond pas aux mêmes déterminants que l'on soit riche ou pauvre (Boucher, 2011). Nous pouvons donc présumer qu'il existe des avantages à s'associer aux cabinets qui offrent les services juridiques aux personnes et entreprises les plus privilégiées. Ces cabinets correspondent aux plus grands cabinets du Québec, parfois même du monde. Ayant reconnu que des inégalités ont pénétré les institutions juridiques, nous cherchons à comprendre le rôle des acteurs les plus puissants au sein de ce milieu et comment les rapports de domination s'exercent afin de protéger le statut privilégié des grands cabinets et de leur clientèle. S'il ne fait aucun doute que le pouvoir judiciaire demeure indépendant, le jeu des inégalités, plus subtil, se déroule davantage dans son utilisation et sa mobilisation. Nos expériences nous poussent à chercher des réponses dans l'état des relations de pouvoir et de domination parmi les acteurs et actrices ayant professionnalisé leurs capacités à utiliser et mobiliser l'appareil judiciaire et son pouvoir au profit de leur clientèle. Comment en tirent-ils eux-mêmes un profit économique et symbolique ? Quelles conséquences ont l'organisation de ces relations de domination sur le travail qu'accomplissent ces acteurs et actrices et les inégalités qu'elles induisent en bout de course sur les personnes qu'ils et elles représentent ? En somme, nous cherchons à découvrir comment les grands cabinets dominent ce champ et quelles sont les conséquences de cette domination.

Nous nous attelons donc à problématiser ces questions de recherches et à y accoler un cadre théorique et méthodologique. Nous exposons ensuite les données que nous avons collectées auprès des grands cabinets et de l'aide juridique. Nous pourrions ainsi analyser ces résultats en regardant par quels procédés les grands cabinets accumulent du capital économique et quel est leur positionnement symbolique au sein de leur champ avant de finalement vérifier nos hypothèses de recherche.

---

<sup>2</sup> Voire que certaines des franges des classes moyennes qui peuvent ne pas avoir d'accès au système juridique : WORLD JUSTICE PROJECT. (2018). *Global Insights on Acces to Justice. Findings from the World Justice Project General Population Poll in 45 countries*, récupéré de <https://worldjusticeproject.org/our-work/publications/rule-law-index-reports/wjp-rule-law-index-2017-2018-report>;

## I. PROBLÉMATIQUE ET CADRE THÉORIQUE

### 1.1 Problématique

Par la mise en place d'un programme comme l'aide juridique, il serait légitime de croire que tous et chacune est en mesure d'avoir un accès égalitaire à la justice. D'autant plus que, suite à la dénonciation de l'absence d'indexation des seuils d'admissibilité à l'aide juridique par certains acteurs et actrices du milieu concerné, le politique a réagi en rehaussant ces seuils et en les arrimant de nouveau au salaire minimum (Proulx, 2016 ; *Règlement modifiant le règlement sur l'aide juridique*, (2015) no 8 G.O. II, 347).

Pareillement, les suites de l'*arrêt Jordan*, de même que l'augmentation des effectifs de la magistrature et du personnel de soutien afin de répondre aux exigences de cette décision de la Cour suprême du Canada sont autant de mesures qui devraient permettre de maintenir l'impartialité de l'appareil judiciaire et l'égalité des protagonistes en son sein (*R. c. Jordan*, 2016 CSC 27). La conséquence juridique de cet arrêt en matière criminelle rendu par la Cour suprême en 2016 donne maintenant la possibilité aux personnes accusées de présenter une requête en arrêt des procédures lorsque les délais engendrés par la poursuite et l'appareil judiciaire excèdent 30 mois pour les affaires devant la Cour supérieure (ou 18 mois devant la Cour du Québec), sauf circonstances jugées exceptionnelles (*R. c. Jordan*, 2016 CSC 27). L'un des impacts de cette décision est d'inciter la magistrature à traiter plus rapidement les cas présentés devant elle et à forcer les procureurs des deux parties à en faire autant. Au niveau politique, l'*affaire Jordan* a révélé certaines lacunes quant aux ressources de l'appareil judiciaire, incitant le gouvernement à augmenter les effectifs de la magistrature (Radio-Canada, 2017). L'ensemble de ces mesures auraient donc dû, en toute logique, participer à désengorger l'appareil judiciaire et favoriser l'accès à la justice (*R. c. Jordan*, 2016 CSC 27).

Or, parallèlement, on constate un accès à la justice déficient pour d'importantes franges de la population, et ce, sur plusieurs plans (World Justice Project, 2018 ; INFRAS inc., 2016). L'aide juridique ne couvre toujours pas l'ensemble des demandes présentables en Cour, niant ainsi à de multiples citoyens et citoyennes la possibilité d'exercer leurs droits, ce qui peut équivaloir dans la plupart des situations à les priver *de facto* de ces droits (*Règlement sur l'aide juridique*, R.R.Q., 1981, chapitre A-14, r. 2). De plus, considérer l'accès à la justice uniquement sur le plan judiciaire est également faire abstraction d'une large portion du phénomène. En effet, pour ne

citer qu'un exemple, l'information, le conseil légal et l'accès à ce savoir permettent aux acteurs et actrices d'orienter leurs choix en fonction de leurs valeurs et de leurs priorités. Pour certains et certaines, cet accès inégal fait en sorte qu'ils ne peuvent prendre en compte l'aspect légal dans leur processus décisionnel et constatent souvent *a posteriori* une conséquence juridique indésirable vis-à-vis laquelle ils et elles sont dorénavant contraints de réagir. On remarque alors que ces observations abordent des réalités qui se situent à l'extérieur du champ judiciaire, mais qui influencent tout de même l'accès à la justice.

Le manque d'accès à la justice dans une multitude de cas de figure différents révèle des lacunes dans la théorie de la citoyenneté de Thomas H. Marshall (1950) qui se trouve ainsi compromise. À titre de rappel, la citoyenneté théorisée dans *Citizenship and Social Class* présente trois fondements, soit les droits civiques, les droits de participation politique et les droits sociaux. Les deux premiers sont garantis respectivement par le judiciaire et le législatif alors que le dernier est incarné dans le rôle de redistribution et d'égalisation des chances de l'État (Mann, 2012 dans Dufour, 2015).

La vision optimiste et « chronologique » de ce dernier consistant à se réjouir des acquis des différentes luttes sociales ayant mené à l'implication sociale et politique de tous et toutes (Dufour, 2015 : 317) est aujourd'hui mise à mal lorsque l'on observe le recul de plusieurs de ces acquis et les luttes actuelles qui prennent place dans le simple but de les conserver. Il en va de même de la conception du rôle de l'État qui a subi des transformations importantes dans les 40 dernières années avec la montée des néolibéralismes et des autoritarismes nourris par les attraits de la post-vérité. Non seulement se doit-on de réfléchir aux conséquences que les barrières à l'accès de l'un des piliers de nos sociétés occidentales contemporaines ont sur les conditions de la participation sociale et politique des plus vulnérables, mais ce même constat remet également en cause les conditions d'existence de cette citoyenneté et met un terme à la vision optimiste du concept de Marshall.

Pour s'en convaincre, il suffit de regarder l'opposition croissante, souvent violente, à l'accès à la citoyenneté pour les personnes issues de l'immigration aux États-Unis et au Canada<sup>3</sup> ou encore la montée de l'autoritarisme et les pertes démocratiques qu'elle engendre (Somers, 2022). Lorsque confronté aux réalités des mouvements de personnes, lesquels seront croissants au fil

---

<sup>3</sup> À titre d'exemple, l'opposition populaire au passage Roxham ou la situation des Autochtones qui, *de facto*, n'ont pas accès à l'inclusion qu'implique le concept de citoyenneté de Marshall.

des conséquences climatiques à venir (IPCC, 2022), il nous semble que le concept de citoyenneté de Marshall ne puisse se passer de celui d'État-nation, rendant son utilisation moins pertinente dans un contexte post-nationaliste grandissant. Turner disait déjà en 1990 que : « the problem with Marshall's theory is that it is no longer relevant to a period of disorganized capitalism since it assumed nation-state autonomy in which governments were relatively immune from pressures within the world-system of capitalist nations » (Turner, 1990 : 195 cité dans, Somers, 2008). Dans le même ordre d'idée, le projet néolibéral a aussi contribué à l'effritement des droits individuels et de la citoyenneté en mettant de l'avant les obligations individuelles aux dépens des droits. Ainsi, « a successful assault has been launched against virtually all the civil rights that Marshall made foundational to the very possibility of democratic citizenship rights » (Somers, 2008 : 15). Cela s'est aussi répercuté dans le rôle de l'État qui s'active à lever les obstacles législatifs à la réalisation du projet néolibéral, ouvrant la porte aux logiques oligarchiques et monopolistiques (Somers, 2022).

D'un point de vue juridique, cet optimisme devient particulièrement difficile à concilier lorsqu'on le met en relation avec certains événements majeurs des dernières années. L'une des trois composantes de la citoyenneté telle que conçue par Marshall se trouve à être « les droits civiques, garantis par les institutions juridiques » (Dufour, 2015 : 317). Le récent arrêt *Dobbs v. Jackson Women's Health Organization* (2022) de la Cour suprême des États-Unis ayant renversé la décision *Roe v. Wade* (1973), qui reconnaissait le droit des États-Uniennes à l'avortement, devrait amplement suffire à démontrer que cet optimisme n'a plus de prise sur nos expériences contemporaines. Le retrait d'un droit étant déjà un recul majeur en termes de droits civiques, on le doit de surcroît à l'institution juridique qui se devait de les garantir, si l'on se fie à Marshall. Bien que la situation du Canada et du Québec soit différente de celle au sud de la frontière, il faut aussi reconnaître les similitudes qu'elle présente, comme l'utilisation croissante de stratégies politiques et médiatiques qui arrivent à faire fi des faits et les luttes qui sont menées pour la simple conservation de nos droits.

Au regard de ces contradictions, les quelques éléments précédemment évoqués s'avèrent insuffisants à la compréhension de la problématique de l'accès à la justice au Québec. Est-ce à dire que les mesures actuellement mises en place seraient insuffisantes afin de préserver l'égalité et l'impartialité du système juridique québécois ? Le système de justice québécois, s'il s'inscrit dans un ensemble de rapports sociaux inégalitaires, peut-il encore être considéré comme rencontrant le principe de l'égalité dans l'accès à la justice ? Un programme à lui seul

peut-il renverser les effets de rapports de pouvoir présents dans un ensemble d'institutions participant à la justice ? Dans ce contexte, quels acteurs et actrices du champ juridique/politique ont des positions influentes sur les structures en place ? Les ressources à leur disposition sont-elles équivalentes entre elles ? Comment réagit l'appareil judiciaire face aux potentielles inégalités des acteurs et actrices qui se présentent devant lui ? Dans nos travaux, nous effleurons certaines de ces questions afin d'apporter des éléments de réponse quant à la distribution des ressources et à la réaction du système juridique et de l'appareil judiciaire vis-à-vis de la distribution actuelle.

Afin d'avoir une idée plus précise de l'inégalité qui peut exister entre les acteurs et actrices du système juridique québécois, nous nous penchons sur le rôle des grands cabinets d'avocats et d'avocates. Pour ce faire, nous effectuons une analyse comparative entre l'aide juridique et les grandes firmes d'avocats et d'avocates en concentrant nos recherches sur les inégalités d'ordre économique et d'ordre symbolique. En considérant que les personnes les plus vulnérables de la société québécoise n'ont pour seul accès, afin d'utiliser le système juridique et judiciaire, que l'aide juridique alors que les plus nantis ont accès aux firmes les plus réputées, nous formulons l'hypothèse selon laquelle les grandes firmes ont accès à davantage de ressources économiques et symboliques que l'aide juridique afin de répondre aux besoins juridiques de leurs mandants et mandantes. Cela nous amène donc à nous poser la question : « Cette différence dans les ressources économiques et symboliques emporte-t-elle un traitement différencié des justiciables au sein du système juridique québécois ? » Cette interrogation devrait à notre avis recevoir une réponse affirmative. Cette réflexion nous forcera à nous interroger sur la manière de qualifier et de quantifier les ressources disponibles pour ces acteurs et actrices afin de pouvoir en faire une comparaison. Ce travail sera d'autant plus important en ce qui a trait aux ressources symboliques puisqu'elles peuvent être plus difficilement observables ou quantifiables. De plus, au-delà de notre hypothèse de travail, nous analyserons le fonctionnement et les rouages de l'utilisation de ses ressources afin de savoir comment le champ juridique réagit devant ce déséquilibre.

Nous relevons par le fait même le peu, voire l'absence totale, d'information sur le capital symbolique, plus particulièrement le capital relationnel et réputationnel dans le champ juridique au Québec. Nous espérons pouvoir ainsi apporter, en plus de la contribution appliquée évidente, une contribution théorique à la sociologie du droit. De plus, bien que certaines hypothèses fondées sur l'observation de phénomènes sociaux connexes puissent suggérer certaines



réponses approximatives quant à la présence ou au fonctionnement d'inégalités économiques au sein du milieu juridique, il demeure qu'elles n'ont pas fait l'objet d'observations scientifiques. Ainsi, l'intuition, même chez un chercheur ou une chercheuse chevronnée, ne saurait revêtir la valeur scientifique que l'on doit accorder à une étude en bonne et due forme.

## 1.2 Recension des écrits

Suite à une recension des écrits, nous avons pu constater que peu, voire aucune étude n'existait sur l'exploration d'un lien entre les grands cabinets d'avocats et d'avocates et les inégalités sociales présentes dans le système juridique québécois. Toutefois, nous décrivons brièvement les éléments qui ont fait l'objet de réflexions et qui peuvent se rapporter aux grandes firmes de services juridiques en exposant notamment l'approche que Duncan Kennedy met de l'avant dans son essai sociologique *L'enseignement et la reproduction du droit*, où il propose une explication du fonctionnement interne de la formation universitaire des avocats et avocates et de son influence sur l'habitus professionnel et le positionnement social de ces derniers et dernières. Dans *Tournament of Lawyers: The Transformation of the Big Law Firm*, Marc Galanter et Thomas Palay se penchent quant à eux sur la dynamique sociale interne des grands bureaux d'avocats et d'avocates. Ces contributions sont, à notre avis, bien que somme toute éloignées de notre objet, ce qui se rapproche le plus de notre projet et qui ressort le plus nettement de la littérature scientifique.

Duncan Kennedy est professeur de droit à l'Université Harvard. S'inscrivant dans la lignée des Critical Legal Studies, il s'intéresse, dans son livre *L'enseignement et la reproduction du droit*, aux mécanismes de reproduction des classes sociales dans le milieu professionnel juridique et aux parcours des étudiants et étudiantes des différentes facultés de droit états-uniennes. Ainsi, il relève un lien entre la provenance sociale des étudiants et étudiantes en fonction de la faculté (plus ou moins prestigieuse et coûteuse) où ils et elles poursuivront leurs études en droit (Kennedy, 2010). Kennedy identifie les forces auxquelles les plus progressistes des étudiants et étudiantes en droit sont confrontées, non pas pour l'avancement de leurs idées politiques, mais pour la simple préservation de leur identité et de leurs idéaux, tous deux présentés comme inconciliables et incompatibles avec la profession d'avocat ou d'avocate (Kennedy, 2010). Finalement, la forte relation existant entre le type de faculté fréquentée et le cabinet qui emploiera le finissant ou la finissante est également mise au jour dans cette publication (Kennedy, 2010). En ce sens, il dénote une correspondance entre le prestige des facultés fréquentées lors des études et celui des cabinets qui emploient les finissants et finissantes.

Il nous faut préciser que son ouvrage ne résulte pas d'une étude de terrain en bonne et due forme, mais plutôt des observations qu'il a pu faire durant sa carrière de professeur à Harvard et ailleurs. Il demeure que la matière que l'on peut dégager de sa réflexion s'avère pertinente afin de fonder un cadre théorique critique sur les structures à l'œuvre dans le champ juridique, principalement en ce qui a trait à leur reproduction par leurs acteurs et actrices internes.

La Tournament theory, développée à l'origine par Marc Galanter et Thomas Palay et utilisée majoritairement en sociologie du travail ou des organisations, est une approche répandue afin d'expliquer le fonctionnement interne des grandes firmes d'avocats et d'avocates (Galanter et Palay, 1991). En résumé, cette théorie, comme son nom l'indique, décrit une dynamique de compétition à l'image d'un grand tournoi au sein des avocats et avocates salariées d'un même bureau dans le but d'accéder, à l'intérieur d'un horizon de plusieurs années, au statut d'associé ou d'associée<sup>4</sup>. De leur côté, les associés et associées entretiennent cette concurrence en nommant toujours une certaine proportion d'associés et d'associées parmi les avocats et avocates salariées (Galanter et Palay, 1991). Ainsi, ces derniers y trouveraient leur compte en ayant l'assurance que de nouveaux associés et associées seront nommés et que les associés et associées actuelles ne se bornent pas à protéger leur chasse gardée (Galanter et Palay, 1991). De l'autre côté de la médaille, les associés et associées s'assureraient d'une force de travail considérable en ce que la masse des avocats et avocates est beaucoup plus grande et qu'elle est motivée par la volonté de démontrer sa compétence afin d'être sélectionnée pour faire partie du groupe restreint des associés et associées. Au fil des années, cette théorie a été reprise par certains afin d'être critiquée, adaptée ou raffinée (Wilkins et Gulati, 1998).

En France, d'autres écrits en lien avec notre objet existent. Il faut toutefois mettre ces derniers en contexte puisque notre appareil judiciaire et le rôle de l'avocat ou de l'avocate au Québec se rapprochent bien davantage de la figure anglo-saxonne que de celle du juriste français, malgré notre tradition civiliste en droit privé. Tout d'abord, Antoine Garapon dans *La dimension cérémonielle de la reconnaissance dans la justice* s'intéresse au rituel judiciaire dans une optique très macrosociologique (Garapon, 2014). Il développe l'idée selon laquelle la symbolique judiciaire serait nécessaire afin de préserver un réel débat. Il soumet aussi qu'elle participerait à créer une distance avec les désirs de vengeance des citoyens et citoyennes.

---

<sup>4</sup> Les associés et associées sont, dans les structures juridiques les plus communes aux cabinets d'avocats et d'avocates, les individus qui ont le plus grand pouvoir décisionnel et qui se partagent les profits générés par l'entreprise.

Toujours chez les auteurs français, *L'économie de la qualité* de Lucien Karpik s'inspire plutôt de la sociologie économique dans une perspective libérale, en revisitant le modèle de l'offre et de la demande et en y intégrant la variable de la qualité, pour lui cruciale dans le contexte de la prestation de services juridiques et de l'établissement de mécanismes de fixation des prix (Karpik, 1989). Un autre point d'intérêt de cet article de Karpik est l'analyse des critères et stratégies utilisés par la clientèle lorsqu'elle cherche et trouve son professionnel ou sa professionnelle et inversement. À ce titre, son point de vue consacre l'importance des réseaux de contacts dans le choix d'un professionnel ou d'une professionnelle du droit. En ce sens, l'un des facteurs de reproduction de ce modèle est entre autres l'opacité de l'offre des services juridiques (Karpik, 1989).

Finalement, il existe des données pertinentes compilées par le Barreau du Québec, le comité permanent d'accès à la justice et par le groupe de recherche ADAJ, notamment au niveau quantitatif et statistique (Barreau du Québec, 2015 ; Comité permanent de l'Accès à la justice, 2013).

### **1.3 Le cadre théorique**

Pour nous soutenir dans l'analyse des données extraites de notre terrain, nous mobilisons principalement la sociologie de deux auteurs, soit Charles Tilly et Pierre Bourdieu.

En ce qui a trait au fonctionnement spécifique des rapports de domination, la sociologie de Charles Tilly permet de saisir les multiples mécanismes à l'œuvre dans la création et le maintien des inégalités sociales. Les stratégies d'exploitation et d'appropriation de niches, comprises comme existant dans un réseau, s'avèrent particulièrement intéressantes lorsque vient le temps de comprendre par quels moyens les classes dominantes reproduisent des rapports sociaux inégalitaires dans le but de favoriser leurs intérêts (Tilly, 1999). De plus, son modèle d'analyse basé sur les réseaux nous semble des plus appropriés lorsque mis en rapport au domaine des services juridiques, qui fonctionne lui-même en majeure partie par contacts et par réseautage professionnel (Karpik, 1989). Le vocabulaire conceptuel bourdieusien est aussi intégré, en partie, relativement aux rapports de domination ainsi que son apport en lien avec le pouvoir et le langage symbolique qui offrent certaines clés de compréhension dans un contexte marqué par la place importante de l'aspect symbolique (Bourdieu, 2001).

Goffman est quant à lui mobilisé dans le but d'expliquer l'importance et l'influence de l'image et de sa perception dans le cadre de notre question de recherche (Goffman, 1973). En effet, les aspects de sa théorie reliés au concept d'équipes et des lieux qu'elles occupent, ainsi que ceux relatifs à la présentation de différentes réalités par ces mêmes équipes nous permettent d'aborder les enjeux symboliques de notre objet avec une grille d'analyse souple et facilement adaptable à notre univers d'analyse. Plus précisément, les notions ayant trait aux équipes de Goffman, ouvrent la porte à une réflexion mettant en relation la vision du capital symbolique par les juges et leurs expériences antérieures.

Au niveau conceptuel, nous mobilisons principalement les concepts développés par Tilly, d'autant plus que ces derniers s'avèrent particulièrement pertinents dans une analyse fondée sur une schématisation en réseaux. Certains concepts bourdieusiens, notamment sa déclinaison de capitaux, nous permettent également de catégoriser efficacement les potentiels écarts de ressources entre les différents acteurs et actrices du système juridique, tout en conservant l'avantage d'indiquer le type de pouvoir ou d'influence auquel les ressources accumulées sont associées. Enfin, faute de définition conceptuelle existante au sein de la littérature scientifique, nous nous astreindrons à définir le concept de grandes firmes d'avocats et d'avocates dans le contexte québécois.

### *L'apport conceptuel de Tilly*

Premièrement, il serait ardu de définir la plupart des concepts qui nous intéressent chez Tilly sans d'abord expliquer brièvement son concept de catégorie. Il existe deux types de catégories : internes et externes (Tilly, 1999). Les catégories externes sont celles qui sont largement répandues et que l'on retrouve dans une multitude de sphères, comme le genre, la classe sociale, l'origine ethnique, etc... Quant à elles, les catégories internes se définissent au sein d'une organisation (Tilly, 1999). Par exemple, dans un contexte d'emploi on pourrait parler d'une catégorie « secrétaire juridique », d'une catégorie « avocat ou avocate » ou encore « associés ou associée ». Dans le voisinage conceptuel du concept de catégorie, nous en retrouvons un autre soit, celui de frontière sociale. La frontière sociale est ce qui nous permet de déterminer si les individus font partie d'une catégorie donnée ou s'ils en sont exclus. La catégorie « avocat ou avocate » nous permet d'exclure tous les non-avocats et non-avocates. Pour Tilly, les frontières sont socialement construites à l'aide de divers procédés (Tilly, 1999).

Or, les catégories ne sont pas statiques, elles doivent être comprises comme étant en interactions relationnelles entre elles, selon les différentes configurations sociales données, ce qui favorise une compréhension de la réalité basée sur un modèle en réseaux (Tilly, 1999). Pour Tilly, très souvent l'étude des configurations relationnelles nous amènera à conclure que certaines catégories externes correspondent d'une certaine manière à certaines catégories internes. La catégorie interne « secrétaire juridique » pourrait donc être massivement constituée de femmes, soit des individus associés à une catégorie externe « femme ».

Maintenant que nous avons planté les bases théoriques à la compréhension de la théorie de Tilly, nous pouvons aborder les concepts plus riches qui seront les plus évocateurs dans notre analyse. Dans cet ordre d'idées, le concept d'exploitation s'avère utile dans l'explication du processus d'accumulation du capital économique, mais surtout dans ce que permet le travail des grands cabinets pour sa clientèle. L'exploitation existe lorsqu'une catégorie profite du travail d'individus appartenant à une autre catégorie en ne redistribuant pas l'ensemble du profit généré à tous ses artisans et artisanes. Elle requiert habituellement une association entre une catégorie externe et une catégorie interne. Ce procédé est généralement utilisé par les élites d'un champ.

La stratégie d'accaparement d'opportunités (« opportunity hoarding ») consiste en ce qu'une catégorie contrôle l'accès à une ressource renouvelable et en restreint le plus possible l'accès aux individus qui ne font pas partie du groupe qui s'accapare l'opportunité. Pour s'accaparer des opportunités, il est aussi nécessaire d'avoir un réseau spécifique qui a accès à une ressource qui supporte les activités du réseau et le développement de pratiques et de croyances qui favorisent le contrôle de la ressource (Tilly, 1999). Ces notions nous seront d'un grand secours dans l'analyse de nos données relatives au capital symbolique des grands cabinets et dans la présence d'inégalités symboliques.

Les concepts d'adaptation, d'émulation, de scripte et de savoirs locaux nous permettent notamment de faire le lien entre le développement de notre concept de grand cabinet et nos observations sur le terrain tout en le rattachant à un ancrage théorique. L'émulation consiste à reprendre un modèle organisationnel et à le reproduire dans le but de réduire les coûts (financiers, humains, éducationnels, etc...) reliés à la mise en place d'un nouveau modèle que peu de personnes connaîtraient. Le procédé peut aussi s'appliquer à l'importation de relations

sociales existant dans d'autres contextes, mais qu'on introduit dans de nouvelles sphères (Tilly, 1999).

L'adaptation est quant à elle le fait de mettre en place des routines quotidiennes, des réseaux d'influences à petite échelle et une organisation du quotidien autour des frontières existantes (Tilly, 1999). En ce sens, l'adaptation peut reproduire ou renforcer un mécanisme d'exploitation et participe à l'internalisation des rôles des différentes catégories.

Le concept de *scripte* de Tilly est relié à celui de l'émulation. Le *scripte* « provide models for participation in particular relations of social classes » (Tilly, 1999 : 53). Il est donc souvent mobilisé lorsqu'une entité utilise une stratégie d'émulation afin d'utiliser des modèles sociaux existants qui lui permettent d'éviter de créer complètement un nouveau modèle. Il participe alors à réduire les « coûts » relatifs à l'action effectuée par les acteurs et actrices concernées (Tilly, 1999). C'est donc dire que le *scripte* réutilise des modèles-types déjà développés dans d'autres contextes afin de favoriser la prégnance sociale d'une nouvelle relation qu'on tente d'implanter. Il nous sert entre autres à observer l'exportation de certaines similitudes parmi les grands cabinets.

Les savoirs locaux sont des savoirs partagés par une certaine communauté et qui permettent aux différents acteurs et actrices de varier le contenu de leurs relations sociales (Tilly, 1999). En ce sens, les savoirs locaux et leur accumulation au sein d'une communauté sont intriqués au concept d'adaptation précédemment évoqué. Le simple concept de *scripte* serait donc insuffisant afin de représenter adéquatement l'état des relations sociales au sein d'un groupe donné. Alors que le *scripte* est rigide, les savoirs locaux présentent une certaine souplesse. Or, il ne faudrait pas croire que ces deux aspects sont mutuellement indépendants. Au contraire, ils interagissent entre eux et s'influencent l'un l'autre de sorte que les relations sociales sont modelées par cette interaction qui participe à leur conférer une unicité. Cette mécanique théorique est représentée dans l'application de notre conceptualisation des grands cabinets à nos observations tirées du terrain.

### *L'apport conceptuel de Bourdieu*

Divers capitaux associés à la sociologie de Bourdieu sont également mobilisés dans le cadre de notre recherche afin d'exprimer l'état des ressources des différents acteurs et actrices présentes au sein du champ juridique. La notion de capital a cela d'intéressant qu'elle englobe à la fois les

capitiaux (peu importe leur type) accumulés par l'acteur lui-même, mais aussi ceux dont il a hérité de ses ancêtres. Il permet donc d'observer une certaine historicité des rapports de force en plus d'offrir une forme de quantification du pouvoir détenu par un acteur ou une actrice ou un groupe d'acteurs et d'actrices.

Ainsi, le capital économique rassemble non seulement les revenus d'un individu ou d'un groupe, mais aussi ses avoirs, y compris ceux qu'il n'a pas personnellement participé à accumuler (ex. : legs, héritage, etc...) (Bourdieu, 1979). Cette caractéristique s'avère par ailleurs importante à la compréhension du concept de champ sur lequel nous reviendrons prochainement. Le capital symbolique est quant à lui quelque peu particulier, car il correspond à :

n'importe quelle espèce de capital (économique, culturel, scolaire ou social) lorsqu'elle est perçue selon des catégories de perception, des principes de vision et de division, des systèmes de classement, des schèmes classificatoires, des schèmes cognitifs, qui sont, au moins pour une part, le produit de l'incorporation des structures objectives du champ considéré, c'est-à-dire de la structure de la distribution du capital dans le champ considéré (Bourdieu, 1994 : 161).

Nous préciserons deux types particuliers de capitaux qui sont inclus dans la dénomination plus large de capital social, soient le capital relationnel et le capital informationnel. Le capital relationnel désigne l'ensemble des ressources liées à l'appartenance d'un individu à un « réseau durable de relations » caractérisé par une « interconnaissance » et une « inter-reconnaissance » (Bourdieu, 1984 : 50). Ce concept que Bourdieu a façonné en étudiant la noblesse d'État et le « champ du pouvoir » se caractérise dans son incarnation la plus extrême par une disparition de la frontière sociale entre les relations plus intimes, comme l'amitié, et les relations professionnelles (Lenoir, 2016). Il propose dès lors une compréhension collective des ressources dont dispose un acteur ou une actrice individuelle (Lenoir, 2016). Quant à lui, le capital informationnel correspond aux ressources disponibles pour un acteur ou une actrice afin de lui fournir des indications, de l'information et des données (Bourdieu, 2000).

C'est donc dire que la perception des autres influe sur les réalités sociales et les institutions en ce que les acteurs et actrices utilisent l'information qu'ils et elles collectent sur le capital symbolique pour faire des choix ou prendre des décisions. Nous croyons que ce phénomène a une prégnance particulière dans le système juridique.

Nous mobilisons également deux autres concepts clés de la sociologie bourdieusienne, soient les notions de champ et d'habitus. Dans cet ordre d'idée, le champ peut être défini comme « un espace structuré de positions » dont les caractéristiques de ces dernières sont en relation avec la place occupée dans cette espace (Bourdieu, 1989 : 113). Ainsi, la « structure du champ est un état de rapport de force entre les agents ou les institutions engagées dans la lutte ou, si l'on préfère, de la distribution du capital spécifique qui, accumulé au cours des luttes antérieures, oriente les stratégies ultérieures » (Bourdieu, 1989 : 14).

D'un point de vue holistique, le concept de champ permet d'aborder une société de manière pluridimensionnelle en concevant cette dernière comme un amalgame de champs relativement autonomes (Corcuff, 1995). Le terme de champ du pouvoir vient quant à lui exprimer l'espace qui met en rapport les autres champs.

Enfin, le concept d'habitus est une notion tampon qui permet de concilier l'agentivité des acteurs et actrices et l'influence du social sur l'individu. On peut le diviser en trois éléments principaux (Ansart, 1999). Premièrement, il comporte les apprentissages faits au cours de la socialisation et les comportements, les perceptions, les jugements, etc... Deuxièmement, le concept englobe l'intériorisation de ces apprentissages qui passent ainsi du social à l'individu qui les ressent comme partie de lui-même. Il permet d'exprimer le partage d'un « inconscient » collectif parmi un groupe en faisant du même coup un élément important dans une culture partagée (Ansart, 1995). Troisièmement, l'habitus permet, sur la base des deux premiers aspects, d'engendrer des comportements, des pensées, des perceptions (Bourdieu, 1970).

#### *La définition de l'objet grand cabinet d'avocats et d'avocates*

Enfin, nous proposons de définir l'objet qu'est le grand cabinet d'avocats et d'avocates sur la base de trois critères principaux et cumulatifs, soit le type de clientèle majoritaire, l'envergure du cabinet et sa structure. Notre démarche consiste ici à théoriser un objet qui existe déjà dans le sens commun, au pis-aller celui partagé dans le champ juridique.

D'abord, une première observation peut être faite en ce qui a trait au type de clientèle des grandes firmes d'avocats et d'avocates : la majorité de leurs revenus sont générés par une clientèle constituée de personnes morales, par opposition à des personnes physiques. En d'autres mots, ce sont bien davantage des entreprises qui sollicitent les services des grandes firmes d'avocats et d'avocates. Bien entendu, il arrive que les grands cabinets aient des



mandats provenant de personnes physiques, comme le dirigeant ou la dirigeante d'une entreprise qui sollicite le cabinet du bureau pour une affaire personnelle, mais cela ne saurait représenter la tendance majoritaire. Il faut toutefois dire qu'à lui seul, ce critère est insuffisant afin de départager les cabinets entre eux et de déterminer lesquels appartiennent au concept de grand cabinet. En effet, un cabinet boutique pourrait très bien avoir une majorité de personnes morales au sein de sa clientèle et ne pas correspondre à l'observation que l'on fait du sens commun. Pour remédier à cela, il est nécessaire de se pencher sur le prochain critère, soit l'envergure du cabinet.

Le critère de l'envergure réfère quant à lui à la taille du cabinet comme telle. Il peut se décliner en deux ramifications, soit l'envergure interne et l'envergure externe. Par envergure interne, nous entendons notamment le nombre d'employés et d'employées de la firme et le nombre d'avocats et d'avocates qu'elle emploie. En ce sens, on rejoint ici une considération très présente dans le champ juridique, voire dans le sens commun, en ce que l'on utilise souvent ce critère afin d'établir des « palmarès » des plus grosses firmes<sup>5</sup>.

Quant à l'envergure externe, elle doit servir à exprimer la présence du grand cabinet sur le territoire québécois, mais également à l'échelle du Canada et du reste du monde. Ainsi, un cabinet qui aurait de multiples bureaux à Montréal, Québec, Trois-Rivières et Gatineau devrait se voir accorder plus de poids dans l'évaluation du critère de l'envergure qu'un cabinet n'ayant qu'un seul bureau à Montréal. Toutefois, nous tenons à relativiser l'importance à accorder à l'envergure externe pour les fins de notre recherche puisque notre problématique est confinée au Québec. Cependant, si le concept devait être utilisé dans d'autres contextes, à l'international par exemple, il faudrait prendre soin de rééquilibrer l'importance à accorder à l'envergure externe dans l'évaluation du critère global d'envergure.

Finalement, le dernier critère que nous avons identifié est celui de la structure. D'une part, nous croyons que les grandes firmes d'avocats et d'avocates présentent plusieurs similitudes au niveau de leurs structures internes respectives, entre autres en ce qu'ils divisent leurs avocats et avocates en plusieurs groupes de travail de taille variable. Par exemple, chez Norton Rose Fulbright (anciennement Carter Church et Chapleau, 1879, devenue Ogilvy Renault et laquelle

---

<sup>5</sup> Voir notamment : LORD, S. (15 juin 2019). Toujours la croissance pour les grands cabinets [classement]. *Les Affaires*. Récupéré le 15 juin 2019 de <https://www.lesaffaires.com/imprimer/dossier/les-grands-du-droit/toujours-la-croissance-pour-les-grands-cabinets/610887>

s'est jointe à la firme britannique Norton Rose Fulbright en 2011 [Lewandowski, 2010 ; Hasselback, 2010]), il existe quatre groupes au sein desquels les avocats et avocates travaillent exclusivement : le groupe de litige, le groupe de droit du travail, le groupe de droit des affaires et le groupe de la propriété intellectuelle (Trépanier Capistran, 2019). Il faut ici noter que cette structure semble à première vue s'arrimer avec le type de demandes que la clientèle des grandes firmes a le plus de probabilité de présenter et les domaines de pratique généralement reconnus. De plus, il nous faut préciser que, dans une optique de se distinguer sur le marché des services juridiques, certains cabinets développent des spécialisations, mais que la base du travail (type de droit exercé) demeure semblable au sein de l'ensemble des grands cabinets. En guise d'exemple, Gowling, en plus des domaines traditionnels des grands cabinets (comme le droit des affaires), est reconnu pour sa pratique du droit autochtone, principalement en faveur des entreprises exploitant des ressources naturelles présentes sur le territoire québécois. Toutefois, une structure par groupes de travail ou département semble se dégager relativement unanimement, avec quelques différences mineures selon les cabinets.

L'organisation des grands cabinets d'avocats et d'avocates reprend également une approche fortement hiérarchisée favorisant l'exploitation interne de plusieurs groupes d'employés et d'employées. Habituellement, il est possible d'identifier, au sein de la structure des grands cabinets, une logique d'exploitation, en ce que la richesse générée par le travail de la firme est redistribuée en fonction de la réalité hiérarchique de l'entreprise<sup>6</sup>.

Enfin, il est essentiel de préciser que le grand cabinet d'avocat utilise la structure organisationnelle précédemment décrite afin d'optimiser ses transactions et son accumulation de capital social, notamment relationnel et informationnel, économique et symbolique. Dans ce cadre, il effectue des transactions qui ont pour objet des services juridiques. Mais, au surplus, ces mêmes transactions comportent le marchandage d'une violence symbolique qui est à la fois mise au profit du client ou de la cliente et, du même coup, du bénéfice propre du grand cabinet. Cette proposition définitionnelle est au cœur des hypothèses que nous tentons de vérifier dans le cadre de ce travail de recherche.

---

<sup>6</sup> Pour un meilleur aperçu de notre compréhension de la hiérarchie des grands cabinets, voir l'annexe A.

## 1.4 Méthodologie

Au vu des changements que nous avons dû apporter à notre méthodologie à l'aube de notre collecte de données en raison de la pandémie de COVID-19, nous présenterons la méthodologie anticipée avant le terrain puis la méthodologie telle que réalisée. Nous traiterons cependant d'abord de l'univers de l'analyse qui est resté somme toute inchangé malgré les bouleversements mondiaux s'étant produits au tournant de 2020.

### *L'univers d'analyse*

L'univers d'analyse dans lequel s'insère notre projet s'inscrit dans le système juridique québécois (Popovici, 2019 ; Rocher, 1996 ; Normand, 2010). Ce choix s'explique par l'objet de notre projet qui s'articule principalement autour des grands cabinets d'avocats et d'avocates qui exercent leurs activités dans ce cadre. Il en va de même pour la population de comparaison.

On doit distinguer le système juridique de l'appareil judiciaire qui réfère au processus qu'emprunte un litige une fois judiciairisé. À l'image du rectangle et du carré, nous concevons l'appareil judiciaire comme faisant partie intégrante du système juridique alors que ce dernier a une ampleur plus large qui débute avant le judiciaire et se termine après. Ainsi, l'acte consistant à poser un choix au regard de préceptes législatifs précède souvent le judiciaire, mais serait inclus dans le juridique.

Conséquemment, l'accès à la justice doit être perçu comme un continuum. Si cet accès se trouve limité au judiciaire, de multiples inégalités pourraient émerger de par des actions ou des omissions en amont, donnant ainsi ouverture à un litige. Par exemple, la personne conseillée sur les conséquences de vivre dans une union maritale ou dans une union libre fera un choix en connaissance de cause sur les réalités économiques qui en découlent, en prévision d'une éventuelle intervention du judiciaire en cas de divorce.

Au regard de ce qui précède, il est évident que l'accès à la justice déborde largement l'enjeu de l'engorgement des tribunaux. Comme plusieurs l'ont par ailleurs montré dans d'autres contextes, les inégalités relèvent généralement de facteurs structurels (Tilly, 1999 ; Bourdieu, 1966).

### *La méthodologie anticipée avant le terrain*

À l'amorce de notre recherche, nous avons prévu adopter une méthodologie qualitative en procédant par entrevues semi-dirigées, notamment afin de nous donner plus aisément accès au capital symbolique des grands cabinets d'avocats et d'avocates puisque nous anticipions que ce matériau pourrait être difficilement accessible. En ce sens, les entrevues semi-dirigées nous semblaient alors le moyen le plus approprié afin de saisir les implications de l'aspect symbolique en ce qu'il revêt un caractère diffus et particulièrement abstrait. Nous estimions à ce moment qu'il pourrait être plus ardu à saisir dans le cadre d'un questionnaire qui ne permet pas d'approfondir les réponses données et ne laisse pas ou peu la chance au répondant ou à la répondante de développer sa pensée et de faire état des détails et nuances qui s'imposent. De même, l'intervieweur est empêché de poser des questions de relance ou d'investiguer un aspect prometteur seulement effleuré dans la première réponse de l'interlocuteur ou l'interlocutrice.

Dans le respect de notre démarche comparative entre les deux pôles de représentation choisis au sein du système juridique, soit les grands cabinets d'avocats et d'avocates et l'aide juridique, nous avons planifié de consacrer quatre entretiens pour chaque pôle, pour un total de huit entretiens.

Afin de mener à bien notre collecte de données, nous avons identifié la population ciblée comme étant les grands cabinets d'avocats et d'avocates au Québec. En ce qui a trait à l'échantillon, nous avons l'intention de sélectionner des individus auprès d'avocats et avocates travaillant dans de grandes firmes sur le territoire de Montréal. En effet, nous faisons alors le constat qu'il existe une plus grande concentration de grands cabinets dans les centres urbains d'importance. Considérant cela, notre emplacement personnel de même que la localisation de notre université d'attache, Montréal semblait toute désignée. À l'approche de la collecte, nous avons donc choisi de sélectionner nos répondants et répondantes parmi les grands bureaux montréalais. À ce moment, nous considérons également effectuer une observation des lieux afin de compléter notre terrain si l'occasion nous était donnée. Nous pensions que cet ajout nous permettrait de mieux saisir l'univers matériel et hiérarchique dans lequel évoluent les personnes interviewées, en plus de pouvoir asseoir notre compréhension relationnelle du fonctionnement interne du cabinet. Cela nous aurait également alloué la possibilité de faire des constats d'ordre symbolique quant à l'aménagement des lieux et de mieux situer les propos tenus lors des entretiens.

En ce qui a trait à notre population de comparaison, soit les avocats et avocates de l'aide juridique, nous comptons répliquer le procédé adopté auprès du premier groupe afin de limiter les biais et les erreurs dans la collecte de données. Nous étions cependant soucieux de capturer les deux façons dont les mandats d'aide juridique sont attribués au Québec dans la constitution de notre sous-échantillon. Nous avons donc choisi de le former à la fois de salariés et salariées de l'aide juridique, mais également d'avocats et d'avocates en pratique privée, mais dont la majorité de leurs mandats proviennent de l'aide juridique. En effet, si le programme de l'aide juridique dispose pour fonctionner de bureaux employant des personnes salariées, il permet également de décerner des mandats à des avocats ou avocates en pratique privée afin qu'ils ou elles soient rémunérées par l'aide juridique, selon les barèmes établis.

Relativement à notre échantillon, nous avons fait le choix de fonctionner par homogénéisation pour deux raisons principales. Premièrement, il nous apparaissait important de diversifier les caractéristiques des personnes interviewées à l'intérieur de l'échantillon proposé. Effectivement, cela nous permettrait d'assurer une meilleure représentativité des résultats en ayant des personnes issues de différents groupes de la population générale, notamment en s'assurant d'y inclure des personnes racisées, un équilibre homme-femme, une diversité dans l'âge des participants et participantes, etc... La diversité à l'intérieur des postes et des rôles occupés était aussi une de nos préoccupations afin de bien saisir les différentes ramifications de l'acteur qu'est le grand cabinet d'avocats et d'avocates.

Deuxièmement, comme l'indique Alvaro Pires, cette méthode s'avère particulièrement pertinente dans les contextes « intimistes », comme l'univers des grands cabinets qui constitue un milieu fermé (Pires, 1997 : 72). Nous supposons donc que les personnes rencontrées seraient très conscientisées au secret professionnel et peu friandes d'attention ou de ce qu'elles pourraient percevoir comme de la mauvaise publicité ou une critique de leur travail ou de leur statut (Pires, 1997). Grâce à cette méthode, nous espérons pouvoir sélectionner les personnes à interviewer au fil des entrevues en comptant sur les relations qui s'y développeraient, en procédant jusqu'à saturation de l'information (Pires, 1997). Ajoutons qu'à cause des caractéristiques personnelles du chercheur, comme une formation antérieure en droit, le titre d'avocat et un réseau de contacts préexistant, nous pensions être en mesure d'assurer les entrevues de départ. Nous concluons alors qu'une partie de l'échantillon se construirait au fil de la collecte de données, comme c'est souvent le propre de l'échantillon par homogénéisation ou par effet de boule de neige.

### *Les ajustements requis par le terrain*

Nous avons initialement déposé une demande de certification éthique étayant la démarche que nous venons d'exposer le 3 mars 2020. Dix jours plus tard, le 13 mars 2020, on nous annonçait l'application de mesures sanitaires afin de faire face à la pandémie de COVID-19. Nous commençons à comprendre que le monde fonctionnerait différemment pour une longue période de temps ou, du moins, pour la période où nous serions en train de collecter nos données de recherche. Devant cet état de fait, nous avons décidé de déposer une demande de modification à notre demande de certification éthique. Cette demande de modification nous a menés à adopter la méthodologie qui a finalement été appliquée dans le cadre de notre étude de terrain.

En termes de changements à la méthodologie anticipée, le plus important est sans doute la transition des entrevues semi-dirigées aux questionnaires de recherche. Devant l'isolement physique de la quasi-totalité des milieux de travail auquel le milieu de la justice n'a pas échappé, il nous apparaissait alors plus prudent d'employer une méthode qui ne nécessitait pas d'être en présence des personnes participantes. Au lendemain de l'annonce de l'application des mesures sanitaire, l'utilisation des logiciels de visioconférence était loin d'être aussi répandue qu'au moment de déposer ce mémoire. Le temps qui s'est écoulé entre la réalisation de notre terrain et l'écriture de ces pages nous confère le recul nécessaire pour reconnaître qu'une telle méthodologie serait possible en date de ce jour. Or, la décision de modifier la méthodologie a été prise alors que nous connaissions mal le virus et les manières d'y faire face. D'un point de vue technologique, les compétences relatives à l'utilisation des logiciels de visioconférence n'était certainement pas aussi répandues qu'elles le sont aujourd'hui. Afin d'imager notre propos, rappelons la vidéo devenue virale d'un avocat incapable de retirer le filtre faisant de lui un chat à l'écran alors qu'il est en pleine audition devant le Tribunal<sup>7</sup>. Finalement, les garanties de confidentialité associées aux logiciels de visioconférence étaient moins fiables et plus méconnues qu'elles le sont en ce moment. En bref, l'adaptation sociale qu'a exigé un tel changement dans nos pratiques de travail n'était pas encore réalisée. Pour toutes ces raisons,

---

<sup>7</sup> Pour plus de contexte, voir : <https://www.youtube.com/watch?v=qcnnl6HD6DU>

nous avons plutôt adapté notre grille d'entrevue afin de la transposer en questionnaire par lequel nous avons collecté des réponses sur une vingtaine de thèmes<sup>8</sup>.

Une conséquence afférente à cette modification a été l'accroissement de notre échantillon, lequel est passé de deux groupes de quatre personnes à deux groupes de cinq (aide juridique) et six personnes (grands cabinets). Ce changement a aussi ouvert différentes possibilités au niveau du choix de notre échantillon. Les entrevues semi-dirigées étaient un élément de notre méthode qui faisait en sorte que nous avons choisi de prioriser Montréal pour leur réalisation. La bifurcation vers le questionnaire de recherche a levé cet obstacle géographique et nous a permis d'obtenir une meilleure diversité au sein des personnes interrogées qui, au final, proviennent de plusieurs régions différentes au Québec. Bien que la très grande majorité des grands cabinets soient représentés sur le territoire de Montréal malgré que certains possèdent aussi un bureau en région, les personnes qui y travaillent ne sont pas les mêmes et leurs réalités peuvent différer.

La construction par homogénéisation de l'échantillon est malgré tout demeurée inchangée. En ce sens, nous avons relevé au moins un inconvénient vis-à-vis ce choix. Il a été difficile de pénétrer certains lieux au sein des grands cabinets, notamment le cercle des associés et associées pour lequel nous n'avons aucun répondant ou répondante. On peut faire l'hypothèse que le réseau du chercheur, lequel a servi de base afin de constituer l'échantillon, ne comportait pas ou peu de personnes dans cette position. Nous avons cependant été en mesure d'assurer une représentativité des personnes racisées et un équilibre homme-femme satisfaisant (six femmes, cinq hommes).

Ce retournement dans notre méthodologie a aussi eu pour effet de concrétiser certaines des appréhensions que nous avons par rapport à l'importance de pouvoir relancer les personnes interviewées sur leurs réponses initiales. Nous avons relevé que certaines des réponses qui nous ont été données se révèlent intéressantes tout en requérant plus d'information pour en tirer

---

<sup>8</sup> Les thèmes abordés par le questionnaires sont les suivants : la clientèle, les impacts du travail sur la société, l'image, le langage, le prestige, les relations professionnelles, la distinction des grands cabinets du reste du champ, l'environnement de travail, la réputation, le modèle d'affaires, l'argent, la santé financière de la clientèle, les résultats financiers, les avantages offerts par la réputation, les honoraires, les ressources et les outils de travail le concept de justice, la relation entre l'image et le succès économique, les dépenses liées à l'image et, finalement, la relation entre propriété personnelle et image.

une substance. Par exemple, questionné à savoir ce qui distinguait son cabinet, l'un des répondants du groupe des grandes firmes a répondu « être foncièrement gentil » (GC-5, question 9<sup>9</sup>). Il est difficile de concevoir qu'une personne travaillant dans un grand cabinet et ayant franchi toutes les étapes afin de devenir avocat puisse concevoir que son employeur se distingue sur le marché des services juridiques en étant « foncièrement gentil ». Si plusieurs hypothèses peuvent être formulées sur la signification d'une telle réponse et même s'il est possible de tirer certaines conclusions, comme le fait de vouloir donner une certaine image de soi, force est de constater que ce genre de réponse aurait pu bénéficier d'une relance dans un contexte d'entrevues semi-dirigées, ce qui s'est avéré impossible suite au changement de méthodologie. Ainsi, nous estimons que les données, spécialement sur l'aspect symbolique, auraient pu être plus riches ou plus précises si la méthode originelle avait été respectée.

Dans le même ordre d'idée, certaines des questions qui se sont retrouvées dans notre questionnaire ont été mal comprises ou comprises d'une autre façon que ce que nous avions anticipé. En ce sens, la question portant sur les outils de travail a été comprise dans un sens très concret, les répondants et répondantes indiquant des outils de travail comme « un ordinateur » ou « des crayons » (GC-5, question 25), alors que nous visions plutôt des réponses sur les outils ou les ressources plus globales, comme l'accès à certains moteurs de recherche juridique, des logiciels spécialisés ou des ressources humaines particulières. La méthode par entrevues semi-dirigées aurait, encore une fois, permis d'éviter ou de recadrer cette incompréhension entre les personnes participantes et le chercheur.

Enfin, l'adoption du questionnaire a également nécessité une très grande quantité de travail en ce qui a trait aux suivis effectués pour que les répondants et répondantes transmettent effectivement leur questionnaire. Aux bas mots, un total de 108 suivis de toutes sortes ont été effectués auprès des participants et participantes potentielles, à l'exclusion des approches initiales visant à sonder l'intérêt des personnes à participer à la recherche. Afin d'en arriver à obtenir les réponses de 11 participants et participantes, nous avons dû communiquer avec plus de 35 professionnels et professionnelles du droit. Parmi les personnes contactées, 15 d'entre elles nous ont d'abord fait part de leur volonté de participer pour finalement se désister, souvent

---

<sup>9</sup> Afin de préserver la confidentialité des participants et participantes à notre recherche, nous avons attribué un code alpha numérique à chaque participant et participante. Les lettres GC désignent les participants et participantes issues du groupe des grands cabinets alors que les lettres AJ désignent les participants et participantes issues de l'aide juridique.



des mois plus tard. En moyenne, le délai entre la transmission initiale du questionnaire de recherche et son retour une fois complété est de 69 jours. Lorsqu'on compare les deux sous-échantillons, on constate que le groupe des grands cabinets a pris en moyenne six jours de plus que leurs collègues de l'aide juridique pour répondre. En retirant la donnée la plus éloignée dans chacun des groupes, cet écart se creuse à 11 jours.

Ces constats tendent à confirmer notre hypothèse selon laquelle ce milieu est hermétique et difficile à pénétrer, et ce, malgré que nous en fassions partie. Cela nous laisse aussi sur l'impression que la méthode par entrevues semi-dirigées aurait permis moins de tergiversations entre l'acceptation des répondants et répondantes et leur réelle participation.

## 2 PRÉSENTATION DES DONNÉES RELATIVES AU GRANDS CABINETS

Selon les données collectées dans le cadre de la présente recherche auprès des grands cabinets, nous observons plusieurs similitudes parmi les réponses au questionnaire distribué. Dans un souci de clarté, eu égard aux hypothèses formulées, nous regroupons nos observations par type de capital, soit économique ou symbolique.

### 2.1 Éléments et qualifications du capital économique des grands cabinets

Pour plus de facilité dans la présentation de la composition et des différents éléments constitutifs du capital économique des grands cabinets, nous avons choisi de présenter nos données en les regroupant sous différentes thématiques.

#### *La clientèle et certaines de ses caractéristiques*

Pour ce faire, nous commençons par décrire nos constats concernant la clientèle des grands cabinets. Dans un premier temps, nous observons qu'elle est principalement constituée de personnes morales, c'est-à-dire des entreprises. Sur l'ensemble des réponses reçues, nos données révèlent 37 occurrences pour les termes « personnes morales » ou leurs synonymes. Sur ces 37 occurrences, 36 se retrouvent dans le groupe des grands cabinets (97%), c'est-à-dire qu'elles se retrouvent quasi exclusivement dans cette partie de notre échantillon (GC-2 ; GC-3 ; GC-4 ; GC-5 ; GC-6 ; GC-7). Cela ne signifie pas nécessairement que ces derniers ne représentent aucun individu, mais plutôt que cela s'avère être une portion négligeable de leur clientèle ou pour laquelle le groupe des grands cabinets ne consacre qu'une mince portion de ses énergies.

Pour extraire le maximum de nos données, il est important de s'attarder à l'aspect qualitatif afin de mieux définir le type de clientèle desservie par les grands cabinets. Ainsi, on constate que le profil type du client correspond à des entreprises de grande envergure, comme des multinationales, des entreprises cotées en bourse, de grands réseaux publics, des banques, des employeurs, des assureurs (GC-2, question 2.2 ; GC-3, question 2.2 ; GC-4, question 2.2 ; GC-5, question 2.2 ; GC-6, question 2.2 ; GC-7, question 2.2). Il arrive que les grands cabinets représentent de plus petites entreprises, mais selon un répondant cela consistera plutôt en un « investissement[s] dans le client », « l'objectif [étant] de les fidéliser » (GC-3, question 2 ; GC-5, question 15). Toutefois, pour reprendre l'expression employée par un répondant s'exprimant en

des termes plus macro, la majorité semble constituée d'entreprises « fortunées » et de grande envergure (GC-7, question 2). Une observation similaire peut être faite par rapport aux réponses données quant à la santé financière de leur clientèle, laquelle est globalement décrite comme étant « excellente » (GC-2, question 15 ; GC-3, question 15 ; GC-5, question 2.2, 15 ; GC-6, question 15 ; GC-7, question 15).

Si certaines des réponses reçues se contentaient de décrire la santé financière de leur clientèle, d'autres fournissaient par la même occasion des éléments contextuels suggérant une approche décisionnelle très étudiée et impliquant une bonne connaissance du fonctionnement des marchés sur lesquels elle évolue, parfois y compris celui des services juridiques (GC-4, question 15 ; GC-6, question 15). Une participante ayant l'une des réponses les plus évocatrices s'exprime en ces termes :

La santé financière des clients moyens de [nom du grand cabinet] est bonne. Le choix de faire affaire avec des avocats est une décision d'affaire, calculée en fonction des budgets, des besoins, des risques, de la possibilité ou non de régler, de la préservation de la réputation, etc. Les clients de [nom du grand cabinet] sont des entreprises qui ont les moyens de faire affaire avec des avocats et qui prennent la décision de le faire de façon éclairée à l'aide de leur ressources (comptables, fiscalistes, etc.). C'est souvent désagréable de dépenser des fortunes pour régler un litige, mais cela n'empêche pas que ce sont des coûts qu'une entreprise inclut dans son budget (sic) (GC-6, question 15).

Nous reconnaissons que notre questionnaire ne visait pas à identifier le capital culturel ou le capital culturel institutionnalisé. Nous jugeons malgré tout que cela mérite d'être souligné, puisque cela nous fournit des informations, d'une part sur la clientèle des grandes firmes et, d'autre part, sur le champ dans lequel elles évoluent et les rapports de domination qui peuvent y prendre racine.

### *La facturation des services juridiques dans les grands cabinets*

Les réponses relatives aux sommes dépensées par la clientèle des grands cabinets pour l'obtention de services juridiques sont également révélatrices du capital économique et de l'environnement socio-économique dans lequel évoluent à la fois les grandes firmes d'avocats et d'avocates et leur clientèle. Globalement, sur l'ensemble de nos répondants et répondantes, nous avons identifié 31 occurrences se rapportant à des passages faisant état d'une aisance financière ou de l'importance de l'aspect économique dans le travail. Parmi ces 31 occurrences,

29 sont issues du groupe provenant des grands cabinets. En comparaison, seulement deux sont issues du groupe de l'aide juridique. On peut dès lors constater que les grandes firmes bénéficient d'un capital économique plus important que le reste de notre échantillon.

Au niveau de l'ampleur de ces sommes, on nous rapporte qu'elles peuvent représenter plusieurs centaines de milliers ou plusieurs millions de dollars (GC-4, question 16, 20 ; GC-5, question 24 ; GC-6, question 20). Sur le plan qualitatif, les réponses obtenues mentionnent des dépenses qui sont caractérisées d'« élevées » (GC-4, question 3 ; GC-7, question 2), d'« exorbitant[es] » (GC-5, question 26) ou encore de « sommes faramineuses » (GC-5, question 20 ; GC-6, question 20). De l'avis même d'un répondant, le coût est si élevé qu'un avocat ou une avocate de grand cabinet ne pourrait se payer les services qu'il ou elle offre (GC-5, question 20).

Toujours par rapport à la facturation des services juridiques, le mode le plus largement répandu est la facturation horaire (GC-4, questions 3, 9, 10, 17, 29 ; GC-5, question 13; GC-6, questions 13, 14 ; GC-7, questions 2, 10, 16). En bref, le modèle des heures facturables consiste à exiger des avocats et avocates qu'ils et elles accomplissent un nombre d'heures donné qui soit directement répercuté sur la facture du client ou de la cliente. Ainsi, parmi les heures travaillées, il faut distinguer les heures dites « facturables » des heures non facturables, c'est-à-dire qui doivent être assumées par le cabinet ou le travailleur ou la travailleuse. Un seul répondant du groupe en provenance des grands cabinets a fait référence à la facturation forfaitaire, bien que son employeur desserve des entreprises qui sont dans une « position économique favorable » (GC-2, questions 15, 20). Cela dit, il nous faut être prudents dans l'analyse du mode de facturation puisque, bien que cette donnée puisse influencer l'ampleur des argents dépensés ou le processus permettant de générer des profits, elle ne représente qu'une modalité de facturation sans représenter ou qualifier la somme en elle-même. Or, cet élément est central pour comprendre le processus d'accumulation du capital économique au sein des grands cabinets et les rapports de domination qui lui sont rattachés. Leur organisation sociale nous permettra aussi d'apporter des précisions éclairantes au point de vue du processus d'accumulation du capital économique.

### *Modèle d'affaire et organisation sociale*

Il nous faut également nous attarder sur le modèle d'affaires et l'organisation sociale et managériale des grands cabinets afin de bien rendre compte de l'état de leur capital

économique et de la manière dont il est accumulé. Pour bien saisir ce que nos résultats rapportent quant au processus d'accumulation du capital économique et du dégagement d'une certaine plus-value de la force de travail des personnes impliquées dans ce processus, il peut s'avérer aidant de schématiser l'organisation du travail des grands cabinets d'avocats et d'avocates selon le concept de hiérarchie, tel qu'entendu par Charles Tilly<sup>10</sup>. Ainsi, on constate que les associés et associées, lesquelles détiennent des parts sociales dans la société en nom collectif à responsabilité limitée (ci-après, s.e.n.c.r.l., soit le véhicule juridique le plus répandu pour constituer les cabinets d'avocats et d'avocates<sup>11</sup>) se trouvent au sommet de la hiérarchie, un groupe peu nombreux. Ils et elles sont suivies par les autres avocats et avocates qui constituent quant à lui un groupe plus important. Les associés et associées détiennent le pouvoir décisionnel dans la s.e.n.c.r.l.<sup>12</sup> et sont « responsable[s] de la rendre profitable, ou plutôt de maximiser les profits » (GC-6, question 13 ; art. 2022 C.c.Q.). Incidemment, ils et elles profitent des bénéfices dégagés dans le cadre du travail effectué par le cabinet, généralement sous la forme de revenus plus élevés, souvent déterminés en fonction de leur rendement ou du rendement de la firme (GC-3, questions 13, 14 ; GC-4, questions 13, 16 ; GC-6, question 13).

Une des composantes du modèle de facturation consiste à établir un objectif, souvent mensuel, d'heures facturables pour chaque avocat ou avocate (GC-4, question 3, 9, 10, 17, 29 ; GC-5, question, 13 ; GC-6, questions 13, 14 ; GC-7, questions, 2,10, 16). En ce sens, une répondante a rapporté avoir accompli plus de 300 heures facturables en un seul mois (GC-4, question 3). La quantité de travail accompli vient donc logiquement influencer les profits dégagés et inciter, dans certaines circonstances, ces entreprises à augmenter leur volume, du moins en ce qui concerne certains cabinets représentés dans notre échantillon (GC-5, question 13 ; GC-6, questions 13, 14 ; GC-7, question 13, 16.1). Or, une participante mentionne à plusieurs reprises qu'il existe une différence importante entre la valeur du travail réellement facturée au client et le salaire des associés et associées et celui des avocats et avocates (non-associées) (GC-5, question 13 ; GC-6, questions 13, 14 ; GC-7, questions 13, 16.1). En ces cas, cette plus-value est donc systématiquement accaparée par le groupe des associés et associées, bien qu'elle soit en majeure partie dégagée par le travail du plus grand nombre.

---

<sup>10</sup> Pour une schématisation sommaire, voir l'Annexe A.

<sup>11</sup> Le modèle d'affaire et l'organisation managériale ci-haut décrite pourrait très bien s'appliquer dans le cadre de certains autres véhicules juridiques utilisés par les cabinets d'avocats et d'avocates, dont la société par actions, laquelle est aussi utilisée par ces derniers.

[R]appelons que même si le cabinet fait de l'argent, nous les avocats junior ne font vraiment pas beaucoup d'argent ! Les associés en font beaucoup grâce à notre travail acharné, mais vu que nous sommes en bas de la pyramide, ce n'est pas nous qui ramassons le profit (sic) (GC-4, question 16).

Elle qualifie cet état de fait de modèle « pyramidal » dans lequel elle réfère aux non-associés et aux non-associées, dont elle-même, comme des « usines à cash », révélant ainsi des rapports de pouvoir internes et des données sur le processus d'accumulation du capital économique (GC-4, questions 3, 13).

Finalement, plusieurs répondants et répondantes nous ont indiqué que leur employeur fonctionnait en divisant le cabinet en différents groupes ou départements de pratique, par exemple le groupe du droit du travail ou encore le groupe du droit des affaires (GC-3, question 20 ; GC-6, question 1 ; GC-7, question 2).

### *Les ressources disponibles*

Nous présentons les ressources dont disposent les grands cabinets dans la section destinée au capital économique puisqu'elles sont directement mises à profit dans le processus d'accumulation du capital économique et que l'accès à ces ressources présuppose l'accès à un capital économique important. Cependant, la composition de ces ressources donne également des informations sur l'étendue du capital informationnel dont disposent les grands cabinets.

D'abord, l'ensemble des répondants et répondantes s'entendent pour admettre que les grandes firmes disposent de beaucoup de ressources afin d'accomplir leur travail (GC-2, question 9.2 ; GC-3, question 9 ; GC-4, question 9.2 ; GC-5, question 9.2 ; GC-6, question 9.2 ; GC-7, question 9.2). À titre comparatif, ils et elles estiment que ces ressources sont beaucoup plus importantes que celles dont disposent le groupe de l'aide juridique ou d'autres types d'acteurs et actrices du champ (GC-2, question 9.2 ; GC-3, question 9 ; GC-4, question 9.2 ; GC-5, question 9.2 ; GC-6, question 9.2 ; GC-7, question 9.2). Une participante exprime clairement cette idée partagée entre les répondants et répondantes :

Le service d'un grand cabinet est différent [des autres types de cabinets] puisque l'avocat qui pratique en grand cabinet a accès à des ressources gigantesques : étudiants et stagiaires pour faire des recherches, secrétaires juridiques, techniciens juridiques, outils technologiques coûteux pour l'organisation des dossiers, salles de conférence avec personnel de cuisine, salle de courrier et de photocopie, service de

bibliothécaires internes, accès à des logiciels de recherche coûteux, banque de documents modèles provenant de plusieurs avocats, plus grande facilité à être connu/respecté des clients en raison de l'historique centenaire du cabinet, des avocats qui y pratiquent et des dossiers qui ont été menés. Les avocats qui pratiquent en solo ou de l'aide juridique n'ont aucunement accès à de telles ressources (GC-6, question 9.2).

Les ressources en elles-mêmes sont d'ordre matériel, mais ne se limitent pas à cet aspect, tel qu'en atteste la précédente citation. C'est pourquoi la moitié des participants et participantes identifient aussi les relations ou le savoir de collègues comme étant des ressources majeures (GC-5, question 9.2 ; GC-6, question 25 ; GC-7, question 25) : « [l']outil numéro 1 est l'assistance d'une adjointe juridique et des parajuristes, qui sont des employés d'expérience qui connaissent plusieurs trucs » (GC-6, question 25). On peut donc voir comment le capital relationnel peut être transformé en capital informationnel.

Notre questionnaire comportait également une question spécifique sur les difficultés liées à l'obtention d'expertises juridiques, lesquelles sont parfois requises devant les tribunaux afin de démontrer des éléments qui exigent des connaissances d'une autre profession ou corps de métier. Pensons par exemple à l'expert que l'on mandate afin de déterminer la présence de moisissure dans un logement ou leur impact sur la santé des occupants et occupantes (AJ-11, question 17). Si on omet les réponses mentionnant que cette question ne s'applique pas à leur pratique, aucune ne mentionne de difficulté particulière à obtenir une expertise lorsque le dossier le requiert (GC-2, question 21.1 ; GC-5, question 21.1). Plusieurs affirment au contraire que ce n'est pas un problème pour leur clientèle que de déboursier pour des frais d'expert (GC-3, question 21 ; GC-4, question 21 ; GC-7, question 21.1). Une répondante qui représente exclusivement des employeurs indique :

Les clients sont généralement prêts à payer pour un expert si les coûts du dossier le justifient. Notamment, en matière de réclamation pour accidents du travail ou maladie professionnelle, les clients n'hésiteront pas à avoir recours à un médecin expert afin de pouvoir gérer les dossiers et avoir du succès dans leur recours (GC-3, question 21).

Cette question contribue à mettre en évidence que les participants et participantes en provenance des grandes firmes n'éprouvent pas de problème particulier à obtenir les ressources dont ils et elles ont besoin dans le cadre de leur travail. Bien que ces coûts soient à terme assumés par la clientèle des grands cabinets, il demeure que les expertises sont des

ressources qui peuvent s'avérer nécessaires, voire essentielles au travail des plaideurs et plaideuses et qu'elles sont accessibles grâce au capital économique. Cette situation permet de voir comment le capital économique peut influencer l'état du capital informationnel.

Au terme de notre présentation des éléments du capital symbolique des grands cabinets que nous avons pu identifier parmi nos données, nous dégageons quelques constats généraux. Ainsi, les grands cabinets jouissent d'un important capital économique et, sur ce plan, se situent parmi l'élite de leur champ. Or, ils profitent également du capital économique de leur clientèle, notamment dans le cadre des services juridiques qu'ils leur rendent. Établir une frontière complètement imperméable entre les grands cabinets et leur clientèle nous empêcherait donc de pleinement comprendre l'étendue du capital économique et des ressources dont ils disposent dans la défense des intérêts des entreprises qu'ils représentent. Ces éléments nous permettront d'analyser l'existence d'inégalités à l'intérieur du champ et contribueront à la validation ou l'infirmité de notre hypothèse de recherche.

## **2.2 Éléments et qualifications du capital symbolique des grands cabinets**

Passons maintenant aux données recueillies sur le capital symbolique des grandes firmes d'avocats et d'avocates afin d'en dresser un portrait et de comprendre l'utilisation qui en est faite et les conséquences que cela peut avoir sur les inégalités au sein du champ.

### *Le prestige*

Comme le souligne Hartmann, Bourdieu « traite du prestige comme d'un "élément largement répandu et important dans les systèmes de stratification modernes" » (Berger, 1990, dans Hartmann, 2006, : 191). Il est donc important d'en faire une description adéquate en prévision de notre analyse. Les questions de notre questionnaire relatives au prestige visaient principalement à évaluer l'existence de bénéfices qui relèvent de la perception des gens envers les grands cabinets et les avocats et avocates y travaillant. Par opposition, nous avons également évalué des aspects relatifs à l'image et au marketing, lesquels nous avons catégorisé comme des actions entreprises par les grands cabinets afin d'entretenir leur image en général et leur image de marque en particulier (« branding »). Ce dernier aspect comporte davantage d'éléments extérieurs au champ. Le regroupement de ces deux aspects forme ce que nous appelons le capital réputationnel.



En débutant par une perspective plus générale, nous avons identifié 61 occurrences faisant référence au prestige et à la réputation parmi l'ensemble des réponses reçues. De ces 61 occurrences, 50 proviennent du groupe des grandes firmes de professionnels et professionnelles du droit, soit environ 82%. Le constat est semblable en ce qui concerne les occurrences ayant trait à l'image et au marketing en ce que 55 des 58 passages identifiés proviennent du groupe des grands cabinets.

Au niveau du prestige, l'aspect qualitatif de nos données corrobore les données quantitatives. La grande majorité des répondants et répondantes indiquent que les avocats et avocates œuvrant dans les grands cabinets jouissent de davantage de prestige (GC-2, question 6 ; GC-3, question 6 ; GC-4, question 6 ; GC-5, question 6 ; GC-6, question 6 ; GC-7, question 6 ; AJ-9, question 6 ; AJ-11, questions 6, 7). Les explications données nous ont permis de cerner plus précisément certains éléments qui influencent favorablement le niveau de prestige, tel que les conditions de travail, la grandeur d'un cabinet, sa réputation, la réputation de sa clientèle, le type de clientèle, l'importance des sommes d'argent impliquées dans les dossiers, la présence internationale du cabinet, le type de pratique (ex. : droit des assurances, droit du logement, etc...), notamment la pratique du droit des affaires, le réseau de contacts, la quantité de ressources disponible dans le travail, les outils technologiques, la notoriété, les dossiers médiatisés ou les apparitions médiatiques et le fait de ne pas avoir une pratique constituée de mandats d'aide juridique (GC-3, question 6 ; GC-4, question 6 ; GC-6, questions 6, 7 ; GC-7, questions 6, 7 ; AJ-9, question 6 ; AJ-11, questions 6, 7 ; AJ-12, question 6, 7). La plupart pour ne pas dire l'ensemble des éléments précédemment décrit sont soit des caractéristiques des grandes firmes ou, du moins, y sont significativement plus présentes que dans l'autre groupe à l'étude. Par exemple, les conditions de travail seront habituellement supérieures dans les grands cabinets, ils auront une clientèle très majoritairement, voire exclusivement, constituée de grandes entreprises et n'auront pas une pratique constituée de mandats d'aide juridique.

D'autres éléments mentionnés parmi les réponses reçues ont aussi été identifiés comme influençant le niveau de prestige individuel, comme le fait d'être une personne blanche, d'être plus âgé, d'être un associé ou une associée et d'être un homme (GC-4, question 6 ; GC-7, question 7).

Eu égard aux éléments issus de nos résultats, les grands cabinets sont parmi les entités qui présentent le plus de caractéristiques associées au prestige dans leur champ. Ce constat aura

certainement un impact sur l'évaluation des inégalités symboliques mentionnées dans notre hypothèse.

### *L'image*

L'image est également une notion qui a fait partie de notre questionnaire de recherche et qui s'est avérée importante dans notre observation du capital symbolique des grandes firmes d'avocats et d'avocates. Tous les répondants et répondantes ont, à un stade ou un autre, identifié que l'image avait une importance ou une influence sur les comportements des acteurs et actrices impliquées dans le champ dans lequel évoluent les grandes firmes d'avocats et avocates (GC-2, question 4.1 ; GC-3, questions 4, 11 ; GC-4, questions 4, 1, 28 ; GC-5, questions 4, 12 ; GC-6, question 4, 11 ; GC-7, questions 4, 11). Nous tenterons ici de faire la description de ce que nos données peuvent démontrer en lien avec les inégalités symboliques et les rapports de domination.

D'abord, attardons-nous à l'espace matériel occupé par le grand cabinet. Nous référons ici aux immeubles, aux espaces occupés par le grand cabinet et les personnes qui le font fonctionner et à l'aménagement de ces lieux. Concrètement, on peut penser aux espaces de travail des avocats et avocates, au design, l'aménagement et la décoration des bureaux ou encore leurs situations géographiques. Plusieurs grandes firmes sont situées au centre-ville de Montréal, souvent dans de grandes tours à bureaux (GC-5, question 4.1). Ainsi, en nous basant sur des informations disponibles publiquement sur les sites web de certains des plus grands bureaux, nous constatons qu'il y a une grande concentration des cabinets au centre-ville, voire que les plus grandes firmes présentes au Québec ont en écrasante majorité une présence à Montréal<sup>13</sup>. À titre d'exemple, les bureaux de Dentons et de Norton Rose Fullbright, respectivement cinquième et dix-septième au classement mondial des plus grandes firmes, sont littéralement

---

<sup>13</sup> Lavery : 1, Place ville-marie, Montréal, Qc  
Gowling : 1, Place ville-marie, Montréal, Qc  
Blake cassels & Graydon : 1, Place ville-marie, Montréal, Qc  
Torys : 1 place ville-marie, Montréal, Qc  
Norton rose : 1, Place ville-marie, Montréal, Qc  
Fasken : 800, Square victoria, Montréal, Qc  
Stikeman eliott : 1155, René-Lévesque ouest, Montréal, Qc  
Dentons : 1, Place ville-marie, Montréal, Qc  
BCF : 1100, René-Lévesque ouest, Montréal, Qc

situés dans le même immeuble du centre-ville<sup>14</sup>. La concentration est telle que trois des sept (43%) plus grandes firmes ayant leur siège social au Canada ont leurs bureaux toujours dans ce même immeuble<sup>15</sup>. Lavery, identifiée comme la deuxième firme au top 10 annuel du magazine *Canadian Lawyer* et parmi les plus grosses firmes présentes au Québec, y a aussi ses bureaux (Raymer, 2020). Nos résultats tendent également à indiquer que la situation géographique d'un cabinet puisse influencer le niveau de prestige qu'on lui attribuera, une de nos répondantes ayant identifié le fait de pratiquer en région comme étant un facteur dépréciant le prestige (GC-7, question 7.1). D'autres encore réfèrent à la situation géographique de leur cabinet ou le type d'immeuble comme favorisant le prestige (GC-5, question 4.1). Ainsi, un cabinet en région aurait tendance à jouir de moins de prestige qu'un cabinet situé dans la métropole.

En ce qui concerne les espaces de travail, plusieurs avocats et avocates ont mentionné disposer de bureaux fermés (GC-4, question 25 ; GC-5, question 4), spacieux (GC-5, question 4) ou avec une vue « incroyable » (GC-3, question 10 ; GC-5, question 4). L'ergonomie et l'équipement de travail fourni font aussi l'objet d'une attention particulière, on peut par exemple trouver des équipements adaptés sur mesure aux besoins de l'avocat ou de l'avocate (GC-3, question 10). Un répondant a été jusqu'à qualifier les bureaux occupés par son employeur d'« œuvre d'art », tant on y retrouve un design soigné, des pièces artistiques et des toiles (GC-5, question 4). Ce commentaire n'est pas surprenant lorsqu'on sait que des grands cabinets détiennent des collections privées d'œuvres d'art pouvant compter plusieurs centaines de pièces, toutes n'étant pas nécessairement utilisées ou exposées simultanément (Neuf architectes, 2020 ; Norton Rose Fulbright, s.d.). Au surplus, le design, la disposition et la décoration des lieux ne sont pas sans évoquer le luxe et la distinction (Neuf architectes, 2020).

Nos données démontrent aussi que l'image du grand cabinet en elle-même fait l'objet d'attention. En ce sens, certains d'entre eux disposent d'un département de marketing interne responsable de l'organisation d'événements ou encore des relations médiatiques (GC-3, question 4). D'autres encore font passer une évaluation exhaustive à leur clientèle afin « d'évaluer tout risque à la réputation de la firme. Pour les clients corporatifs, les antécédents des actionnaires et de leurs filiales étrangères sont pris en considération » (GC-2, question 4.1).

---

<sup>14</sup> Voir Dentons dans : « List of largest law firms by revenue », dans *Wikipédia*, [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_largest\\_law\\_firms\\_by\\_revenue](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_largest_law_firms_by_revenue) (page consultée le 10 janvier 2022)

<sup>15</sup> Voir : « List of largest Canada-based law firms by revenue », dans *Wikipédia*, [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_largest\\_Canada-based\\_law\\_firms\\_by\\_revenue](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_largest_Canada-based_law_firms_by_revenue) (page consultée le 10 janvier 2022)

Mentionnons aussi que les grands cabinets investissent dans des œuvres caritatives ou philanthropiques, comme « Centraide, [la] Fondation du cancer du sein, [la] fondation Charles Bruneau (sic) » (GC-6, question 4.1) afin d'obtenir de la visibilité et de soigner leur image publique (GC-2, question 27.1 ; GC-3, question 27 ; GC-6, questions 4.1, 27.1, 27.2 ; GC-7, questions 27.1, 27.2). Ils peuvent également agir de manière similaire en affichant un appui à des mouvements sociaux tels que « Black Lives Matter » ou des initiatives de la communauté « LGBTQIA+ » (GC-6, question 4.1). Plus près de leurs activités professionnelles, ils participent et commanditent des événements ou colloques corporatifs (GC-2, question 27.1 ; GC-3, question 27 ; GC-4, question 27.1 ; GC-5, question 27.1 ; GC-6, questions 4.1, 27.1, 27.2 ; GC-7, questions 27.1, 27.2). Ces multiples manières de soigner l'image des grands cabinets sont des éléments qui font partie de leur capital symbolique lorsqu'elles ne sont pas directement des façons de s'associer un capital de sympathie. Son analyse et la comparaison avec le capital symbolique de l'autre groupe de notre échantillon contribueront à la validation ou l'infirmité de nos hypothèses.

#### *Les services internes, un symbole en soit*

Les services internes destinés aux avocats et avocates ou leur clientèle nous permettent eux aussi d'avoir un aperçu des caractéristiques propres au capital symbolique des grandes firmes et de son accumulation. On pense évidemment d'instinct aux adjointes et adjoints juridiques mis à la disposition de chaque avocat et avocate, y compris dans certains cas des adjointes ayant un horaire de soir pour assurer que les avocats et avocates puissent bénéficier de leur soutien après les heures habituelles de travail (Trépanier Capistran, 2019). D'autres services semblables sont également mis en place comme le service de recherche juridique, lequel peut se révéler important lorsqu'on considère la quantité d'étudiants et étudiantes, de parajuristes et de stagiaires à l'emploi des grands cabinets. Une avocate a par ailleurs estimé que le regroupement de ces trois catégories peut représenter près de 50 personnes, uniquement dans le bureau de Montréal (Trépanier Capistran, 2019). Quant aux courriers, deux types de services peuvent faire partie de certains grands cabinets : les courriers internes sont responsables de la distribution à l'intérieur du cabinet et les courriers externes (généralement appelés *court runner* dans le jargon) sont responsables du dépôt des documents et procédures à la cour (Trépanier Capistran, 2019). Bien que des entreprises privées offrent ce genre de service, plusieurs grands cabinets disposent de leur propre *court runner*.

Dans le même ordre d'idées, certaines grandes firmes se dotent d'un préposé au matériel dont la fonction principale consiste à amener dans la salle de cour les dossiers, preuves et autres documents nécessaires à un avocat ou une avocate lorsque celle-ci se rend plaider au tribunal (Trépanier Capistran, 2019). Une bibliothèque et un « service de bibliothécaires internes » sont aussi généralement mis à la disposition des professionnels et professionnelles du droit à leur emploi. Enfin, plusieurs personnes peuvent aussi être employées en tant que préposés et préposées à la photocopie (Trépanier Capistran, 2019).

Des services parallèles, lesquels ne sont pas essentiels ou même liés à la prestation de services juridiques, sont aussi mis en place à l'intérieur des grands cabinets. Plusieurs disposent entre autres de service de traiteur ou de service de nourriture et de breuvage pouvant employer jusqu'à quatre personnes en plus des cuisines et cafétérias mises à leur disposition (GC-3, question 10 ; Trépanier Capistran, 2019). Les grands cabinets peuvent également disposer dans leurs bureaux de bar, de *lounge* ou d'alcool disponible gratuitement pour les employés et employées ou encore lors de réunions ou événements avec la clientèle (GC-4, question 10). La force des symboles et l'étendue du capital symbolique décrit dans nos résultats de recherche démontrent que les grands cabinets peuvent être associés à l'élite de leur champ et nous font voir des similitudes avec un certain passé aristocratique de la profession (Weber, 1986).

### *L'apparence*

L'apparence physique est prégnante dans l'univers des grands cabinets d'avocats et d'avocates. Ils considèrent que les avocats et avocates à leur emploi constituent une part importante de leur image. L'une des répondantes illustre bien cette idée : « [c]haque avocat et avocate qui participaient à des événements publics représentaient le cabinet et était des porte étendards (sic) » (GC-4, question 26). Il nous faut donc nous attarder sur cet aspect afin, non seulement, de comprendre l'univers symbolique des grands cabinets dans une perspective individuelle, mais aussi, en comprenant qu'ils conçoivent l'apparence de leurs avocats et avocates comme une part importante de leur image, afin de continuer à décrire le capital symbolique qu'ils détiennent eux-mêmes.

De ce point de vue, une facette cruciale de l'image de l'avocat ou de l'avocate est son apparence personnelle. Parmi notre échantillonnage issu des grandes firmes d'avocats et d'avocates, l'apparence physique est un aspect que plusieurs identifient comme étant influencé

par les valeurs conservatrices et traditionnelles qu'on y retrouve (GC-3, question 4 ; GC-6, question 6 ; GC-7, question 4). Le style vestimentaire attendu est habituellement ce que plusieurs expriment comme un style professionnel ou « corporate », un terme répandu dans le jargon entourant les grands cabinets (GC-3, question 4 ; GC-4, questions 4, 28 ; GC-6, question 4). En quelques mots, ce terme fait de toute évidence référence à la corporation ou au corporatisme. On ne pourra s'empêcher de relever au passage la proximité, ou du moins la référence à des considérations d'ordre économique. Il est ici employé dans le cadre de l'apparence physique, exemplifiant ainsi le degré d'interrelation qui existe entre ces deux pôles de pouvoir, y compris dans la manière de concevoir l'habillement.

En ce sens, les données que nous avons recueillies sont révélatrices lorsqu'il est concrètement question de la façon de se vêtir dans l'univers des grands cabinets. Les choix relatifs à l'apparence physique sont faits dans le but de dégager une apparence professionnelle, « soignée », voire conservatrice, notamment lorsque vient le temps de choisir les vêtements portés, les chaussures, les couleurs arborées, les accessoires, la coiffure ou le maquillage avant de se rendre au bureau (GC-3, question 4 ; GC-4, question 4 ; GC-6, question 4.2). Comme tous et toutes s'en doutent, les vêtements les plus largement présents sont le complet pour les hommes et le tailleur pour les femmes (GC-4, question 5, GC-5, question 4 ; GC-6, question 4.2). Le choix des vêtements peut aussi être lié à une notion économique en ce que, d'une part, les types de vêtements comme les complets ou les tailleurs sont communément plus dispendieux. D'autre part, il nous faut relever le phénomène selon lequel les avocats et avocates peuvent sciemment choisir des vêtements coûteux, ce qui s'inscrit aussi dans la composition du capital symbolique des grands cabinets (GC-3, question 28 ; GC-4, question 28 ; GC-6, question 28 ; GC-7, question 28).

Ces résultats deviennent un peu plus parlants lorsqu'on s'attarde à la distinction entre l'attention que les avocats et avocates portent à leur apparence physique au bureau par rapport à celle accordée à l'extérieur du contexte professionnel. À une exception près, tous les répondants et répondantes ont indiqué avoir une apparence plus « soignée » ou « élégante » (GC-6, question 4.2) en contexte professionnel (GC-3, question 4 ; GC-4, questions 4.2, 4.3 ; GC-5, question 4.2 ; GC-6, question 4.2 ; GC-7, question 4).

Le choix des termes des participants et participantes est aussi un indice qualitatif du degré d'attention porté à l'apparence physique dans le cadre du travail et de la notion symbolique qui y

est attachée. Pour reprendre certains termes dégagés des réponses que nous avons reçus, « élégante » et « soignée » réfèrent au raffinement et la distinction dans la définition qu'on semble trouver dans le sens commun ou dans un dictionnaire général (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, s.d.). L'apparence personnelle figure donc parmi les caractéristiques du capital symbolique des grands cabinets. Elle semble toutefois être dans un état de co-construction avec les structures normatives mises en place par ces derniers.

### *Une structure normative complexe et omniprésente*

Comme le dit l'une des participantes à la recherche, « il y a toutes sortes de règles sur comment s'habiller à la Cour, devant les clients, en interrogatoire ou dans des événements » (GC-7, question 4). Ainsi, il existe un imposant ensemble normatif au sein des grands cabinets. Dans le portrait fourni par nos résultats et nos observations, la partie la plus visible de cet ensemble est sans conteste les normes relatives à l'habillement qui sont élevées au rang de règles ou de normes formelles. Certaines de ses normes sont externes et s'inscrivent dans le champ plus large du litige devant les tribunaux alors que d'autres, internes, sont propres au sous-champ des grands cabinets. Enfin, des normes informelles font aussi partie de cet ensemble.

En ce qui a trait aux normes que nous qualifierons d'externes puisque relatives au champ plus large du litige, elles peuvent être énoncées par le pouvoir judiciaire, à qui l'on confère en général le pouvoir d'édicter un règlement de pratique pour les affaires qui sont présentées devant chaque Cour. Ainsi, l'avocat se présentant devant la Cour supérieure se doit de porter la « toge noire avec veston noir, pantalon foncé et chemise, col et rabat blancs, soit une toge noire fermée devant, à encolure relevée, manches longues et rabat blanc » (*Règlement de la Cour supérieure en matière civile*, c. C-25.01, r. 0.2.1, art. 35). Or, si l'audience a lieu durant le mois de juillet ou d'août, il devra porter « pantalon, veston, chemise et cravate sobres » (*Règlement de la Cour supérieure en matière civile*, c. C-25.01, r. 0.2.1, art. 35). Sauf permission, la conséquence directe du non-respect de ce règlement est que la Cour n'entendra pas l'avocat. On peut également faire l'hypothèse que cela aurait des conséquences d'ordre symbolique sur la réputation ou l'image de l'individu.

Quant à elles, les normes internes sont édictées par les grands cabinets et peuvent, dans une certaine mesure, fluctuer d'une entité à l'autre. Il demeure toutefois que des similitudes et des tendances sont observables parmi nos données. Alors que notre recherche ne comprenait pas de question directe sur les normes entourant l'habillement, quatre répondants et répondantes,

soit les deux tiers (4/6) de notre échantillonnage en provenance des grandes firmes, nous ont fait état d'une ou plusieurs règles plus ou moins clairement mises en place par leur employeur (GC-2, question 4.3 ; GC-4, question 10.1 ; GC-6, question 4 ; GC-7, question 4). En ce sens, nos résultats tendent à montrer que les grands cabinets cultivent des attentes élevées quant à l'apparence de leurs employés et employées : « [i]l est évident que la présentation physique doit être impeccable dans un cabinet tel que [nom du cabinet], il s'agit d'une attente de l'employeur » (GC-6, question 4.2). D'autres exemples plus précis encore font état d'un code vestimentaire spécifique lorsque les avocats et avocates doivent rencontrer un client ou encore de « casual Friday ». Cette expression désigne la pratique qui veut que les vendredis, les avocats et avocates puissent troquer pantalon ou jupe pour un jeans.

Dans une perspective plus contre-intuitive, cet exemple indique cependant qu'il existe une règle appliquée strictement : du lundi au jeudi, le port du complet ou du tailleur est obligatoire et le vendredi, le port du pantalon, de la jupe ou du jeans est permis lorsqu'il est porté avec une chemise et un veston ou un haut plus « chic » (GC-4, question 4). En ce sens, une répondante rapporte l'existence de règles strictes à l'intérieur de ce qui est édicté comme une permission : « [n]ous avons le droit à une tenue plus décontractée le vendredi, mais avec certaines règles (pas le droit de trous dans les jeans par exemple). L'associé directeur a ajouté certaines règles sur le vendredi, car il avait trouvé que certaines personnes avaient exagérées sur le côté décontracté » (GC-4, question 4). L'importance que le grand cabinet attache à l'image est telle qu'une répondante rapporte que les individus qui ne s'y conforment pas risquent de recevoir des avertissements directs de leurs supérieurs (GC-4, question 4.1).

Si certaines normes appartiennent à un système clair et défini, d'autres relèvent davantage de l'informel. En ce qui concerne l'apparence physique, au moins le tiers des répondants et répondantes (2/6) ont rapporté qu'ils et elles n'étaient pas assujetties à des attentes clairement définies, mais ont par le fait même identifié des limites à leur liberté de choix. En ce sens, une participante mentionne qu'au quotidien, « [i]l n'y avait pas de code vestimentaire en tant que tel, mais tout le monde était toujours sur son 31 » (GC-4, question 4.1). Un autre participant s'exprimait sur la question en spécifiant que lui-même et ses collègues peuvent « déterminer la meilleure façon de s'habiller, pour autant que nous exerçons notre choix avec discernement » (nos soulignements) (GC-2, question 4.3), le passage souligné indiquant que toute tenue ne sera donc pas jugée à propos. On peut donc y voir, du moins en cette matière, un système normatif complexe, lequel comprend un pouvoir de sanction qui facilite son application. Nous



avons ici abordé les normes informelles qui ont trait à l'apparence physique, mais d'autres existent, notamment en lien avec les attitudes attendues.

### *Habitus et attitudes*

Les attitudes sont aussi des éléments faisant partie du capital symbolique des grands cabinets. Les attitudes sont par nature plus souples et difficiles à catégoriser que d'autres éléments symboliques plus facilement observables. Toutefois, nous ne pouvons ignorer les réponses que nous avons reçues sur le sujet. Elles participent elles aussi à définir l'habitus de l'avocat ou de l'avocate de grande firme et à montrer quels sont les savoir-être qui y sont valorisés, encouragés et mis en place. Notons au passage que nous avons placé l'apparence physique dans une sous-section distincte pour des raisons relatives à l'organisation du texte, mais qu'elle fait certainement partie de l'habitus.

L'une des attitudes qui ressort le plus de nos résultats consiste à ne pas montrer de faiblesse ou, dans une perspective plus affirmative, montrer une très grande confiance (GC-2, question 5.3 ; GC-3, question 4 ; GC-6, questions 4.2, 4.3 ; GC-7, question 4.3). En ce sens, au moins les trois quarts (75%) du groupe des grands cabinets rapportent faire preuve d'une confiance affichée ou tente de ne laisser transparaître aucun signe de faiblesse. Il est évident que la majorité des environnements de travail influence le comportement des travailleurs et travailleuses. Il peut cependant devenir difficile de saisir en quoi certaines caractéristiques qui sont décrites comme faisant partie du capital symbolique des grands cabinets, par exemple ne pas démontrer de faiblesses, présentent de particulier par rapport à d'autres milieux. L'une des participantes explique bien la réalité spécifique des grands cabinets et en quoi elle peut s'avérer différente :

Je crois que c'est un peu pareil dans tous les milieux de travail, mais particulièrement vrai dans les « grands cabinets », où il faut vraiment montrer à tout moment qu'on est travaillant, disponible et compétent, sans montrer ses faiblesses. C'est quelque chose que je garde en tête en tout temps, je ne baisse pas ma garde (nos soulignements) (GC-6, questions 4.2, 4.3).

Une autre répondante s'exprime en ces termes sur le même sujet : « je tente d'avoir l'air plus en confiance et de ne pas laisser poindre mes incertitudes, tant avec mes collègues, adversaires qu'avec les clients » (nos soulignements) (GC-7, question 4.3). Les passages soulignés démontrent l'ubiquité de cet aspect dans le sous-champ à l'étude, notamment en ce que cette

attitude est même applicable auprès des personnes évoluant dans le même bureau et travaillant à l'atteinte d'un même objectif.

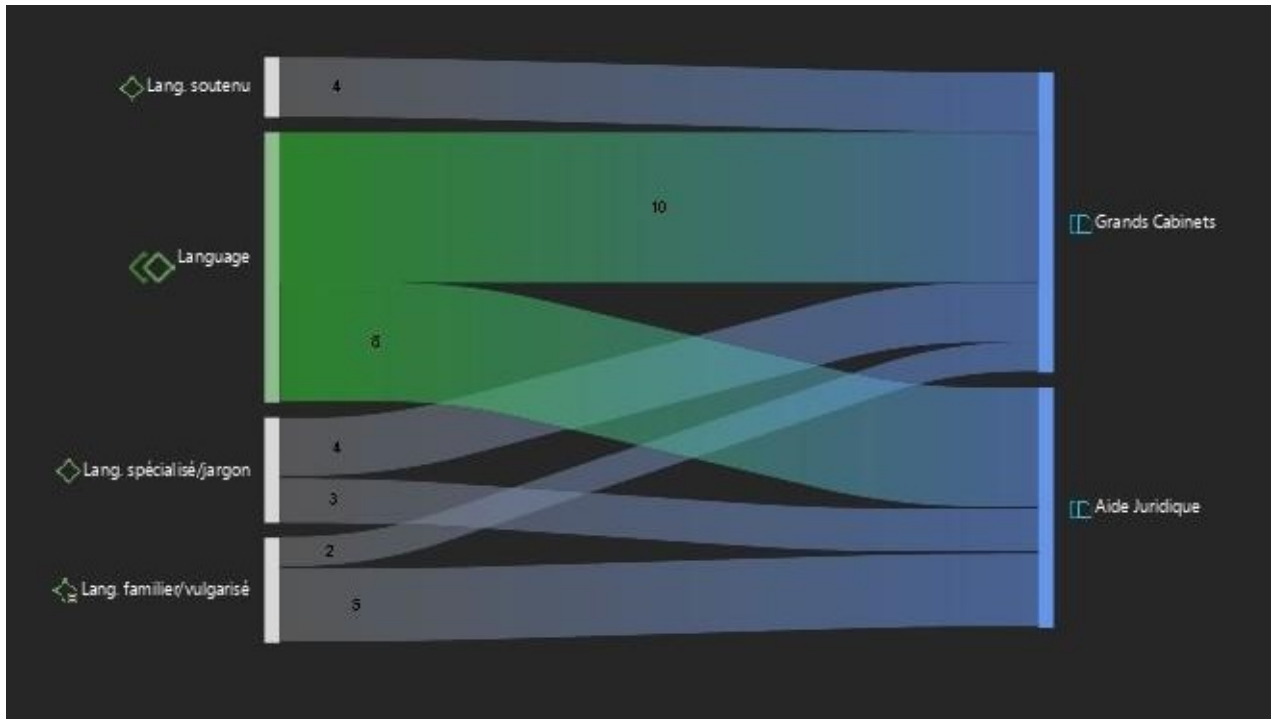
Une autre attitude que nous avons relevée parmi les réponses à notre questionnaire consiste à s'adapter à son interlocuteur ou interlocutrice afin d'agir conformément à ces attentes (GC-2, questions 5.1 ; GC-3, question 5 ; GC-4, question 5.3 ; GC-5, question 28 ; GC-6, question 4.2, 4.3, 5.1 ; GC-7, questions 5, 5.1, 5.2, 5.3). Elle peut être employée auprès de clients, de juges, mais aussi à l'interne auprès de collègues ou, plus souvent, d'associés et associées. Cette attitude consiste la plupart du temps à s'adapter à son interlocuteur ou interlocutrice en fonction des attentes qu'il ou elle entretient envers la relation ou l'avocat ou l'avocate elle-même.

Dans un cas, une autre manifestation que nous avons observée consiste à mettre de côté certains aspects de sa personne ou de son quotidien, comme ses implications sociales, le féminisme ou certaines convictions politiques, puisqu'elles « n'étaient pas considérées importantes ou intéressantes car elles ne permettaient pas de faire du développement de clientèle » (GC-6, questions 4.2, 4.3). À l'image d'un habitus de classe, nos données de recherche tendent à décrire un habitus, ou à tout le moins des savoir-être, spécifiques aux grands cabinets.

### *Le langage*

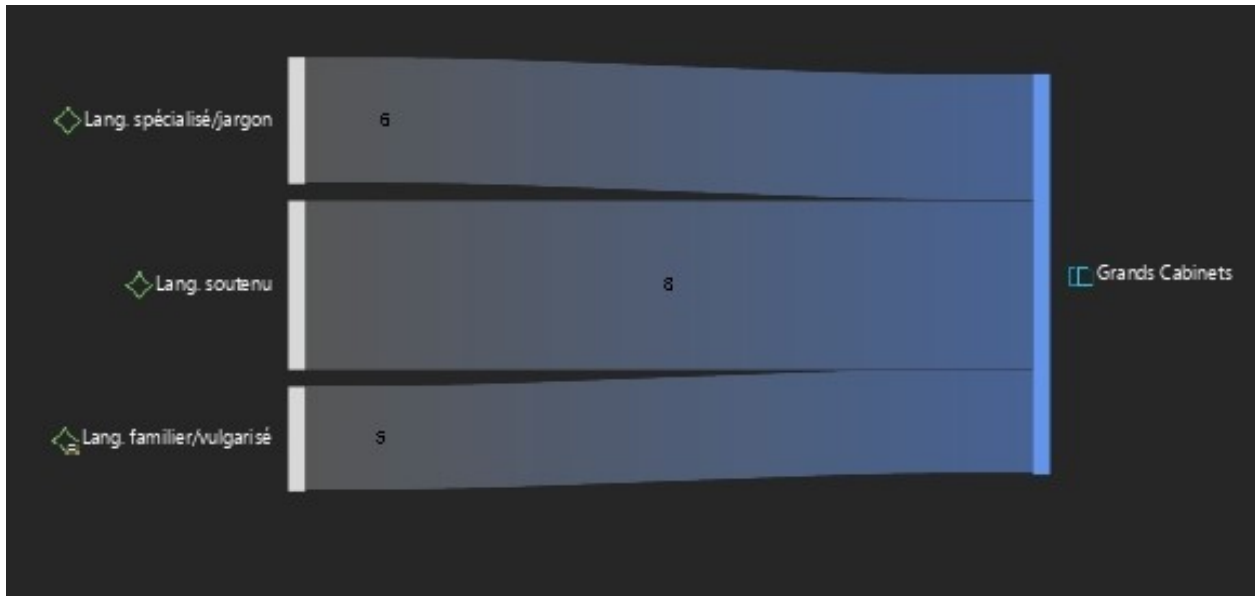
Le langage, la façon de l'utiliser et de le performer sont également des notions qui font partie de l'habitus de l'avocat ou de l'avocate. Il affecte la présentation de soi et il se révèle un système symbolique au cœur de la pratique du droit. Certaines particularités peuvent être notées en ce qui concerne son utilisation dans les grands cabinets. Nous avons relevé 19 occurrences en lien avec le langage sur l'ensemble de notre échantillon. Plus de la moitié (68%) se retrouve dans le groupe des grands cabinets. Les références relatives au langage soutenu se retrouvent exclusivement dans le groupe des grands cabinets, ainsi que six des neuf occurrences relatives au langage spécialisé ou au jargon (67%). Finalement, cinq des onze occurrences (45%) se rapportant au langage vulgarisé sont issues des grands cabinets. Le diagramme présenté en figure 2.1 montre la répartition des différentes occurrences en matière de langage parmi l'ensemble de l'échantillon.

Figure 2.1 Répartition des occurrences en matière de langage



Il nous faut toutefois nuancer ces chiffres puisque les répondants et répondantes provenant des grandes firmes ont été plus loquaces sur le sujet que leurs confrères et consœurs de l'aide juridique. Ainsi, si on regarde la répartition à l'intérieur des sous-groupes, on s'aperçoit que le langage vulgarisé ne compte environ que pour le quart des occurrences totales chez les participants et participantes issues des grandes firmes (26%). À cet effet, la figure 2.2 représente la répartition des occurrences en matière de langage dans le sous-groupe des grands cabinets.

Figure 2.2 Répartition des occurrences en matière de langage parmi le sous-échantillon grands cabinets



Sur le plan qualitatif, les participants et participantes issues des grands cabinets semblent aussi plus préoccupés par le fait d'avoir un niveau de langage élevé (GC-3, question 5 ; GC-4, questions 5, 5.1, 5.3 ; GC-6, question 5.1, GC-7, question 5), bien que certains et certaines d'entre eux indiquent avoir déjà adapté leur niveau de langage à leur interlocuteur ou interlocutrice ou s'expriment dans un langage plus familier à l'occasion (GC-2, question 5.1 ; GC-6, questions 5.1, GC-7, question 5). Nous observons également une utilisation très consciente et stratégique du langage chez plusieurs, ce qui fait dire à une participante qu'il « est un art à maîtriser car il faut en tout temps faire bonne impression » (GC-6, question 5.1) (GC-2, question 5.3 ; GC-4, question 5.1 ; GC-6, question 5.3). Une participante tente ainsi « d'éviter tout langage familier » et porte une attention particulière aux expressions qu'elle utilise au travail (GC-3, question 4).

Dans leur ensemble, nos résultats semblent donc démontrer une attention très soutenue quant à la forme du langage utilisé. Cela correspond par ailleurs à d'autres réponses reçues puisqu'il est admis que de s'adresser à certains interlocuteurs ou interlocutrices, comme un ou une juge ou la clientèle, dans un langage soutenu augmentera la réceptivité de l'interlocuteur ou l'interlocutrice et la perception favorable de son propos (GC-4, question 5.3, GC-6, question 5.3 ; GC-7, question 5.3). Plusieurs d'entre eux et elles font donc des efforts conscients et orientés vers l'atteinte d'un objectif précis lorsqu'il s'agit de la façon de s'exprimer. Ces remarques

viennent s'ajouter à la description des attitudes que nous soulevions précédemment et s'inscrivent elles aussi dans l'habitus type que l'on retrouve chez les répondants et répondantes des grands cabinets.

### *Le réseau de contacts et le capital relationnel*

Les relations professionnelles sont considérées comme « essentielles » (GC-6, question 8.1.) et « fondamentales au travail en grand cabinet » (GC-4, question 8). Elles s'avèrent complexes et présentent plusieurs ramifications qui visent à remplir différents rôles dans leur fonctionnement. Comme nous l'avons vu précédemment, le capital relationnel peut également être mobilisé comme capital informationnel.

L'une des démonstrations de ce type de capital ayant attiré notre attention est la pratique sociale qui consiste à évoquer un contact afin de montrer ou de rappeler à son interlocuteur ou interlocutrice l'existence d'une relation avec une personne jugée importante ou signifiante. Nos résultats pointent vers l'idée que l'objectif derrière cette pratique est d'asseoir sa crédibilité ou encore de démontrer sa valeur en tant que professionnel auprès d'un interlocuteur ou d'une interlocutrice qui pourrait *a priori* en douter ou avoir besoin d'être rassurée sur sa compétence professionnelle (GC-3, question 5 ; GC-4, question 5.1 ; GC-5, question 5.2 ; GC-6, question 5.2 ; GC-7, questions 5.2, 5.3). En ces cas, lorsqu'on évoquera ledit contact, on prendra soin de choisir une personne qui jouit d'une réputation établie et reconnue dans le champ ou dans le sous-champ. Parmi les exemples de personnes évoquées qui figurent dans nos données, on peut citer des avocats ou avocates seniors, des associés ou associées du grand cabinet ou encore des personnalités politiques (GC-3, question 5 ; GC-4, question 5.1 ; GC-7, question 5.2). La quasi-totalité de notre échantillonnage provenant des grands cabinets d'avocats rapporte utiliser ou avoir déjà utilisé cette pratique dans le cadre de leurs fonctions (GC-3, question 5 ; GC-4, questions 5.1, 5.2 ; GC-5, question 5.2 ; GC-6, question 5.2 ; GC-7, questions 5.2, 5.3). Cette manifestation particulière du capital symbolique a une importance certaine pour les grands cabinets si l'on se fie à la forte proportion d'avocats et avocates qui nous ont rapporté son utilisation (83%) (GC-3, question 5 ; GC-4, questions 5.1, 5.2 ; GC-5, question 5.2 ; GC-6, question 5.2 ; GC-7, questions 5.2, 5.3). À terme, on peut dire que cette pratique sociale consiste au final à démontrer l'ampleur de son capital symbolique, particulièrement son capital relationnel, en paradant l'étendue et la réputation de ses relations interpersonnelles.

Une autre facette des réseaux de contacts peut être reliée plus directement à un aspect économique en ce qu'il est largement admis qu'ils sont utilisés dans le développement d'affaires et le recrutement de nouveaux ou nouvelles clientes (GC-2, question 8.1 ; GC-3, question 8 ; GC-5, question 8.2). Le fait de posséder un tel réseau sera considéré comme une qualité professionnelle de l'avocat ou de l'avocate, permettant au grand cabinet de développer les affaires ou d'augmenter la performance du professionnel (GC-2, question 8.1 ; GC-4, questions 8, 8.1 ; GC-5, question 8.2 ; GC-7, question 8.1). Cela nous permettra d'analyser l'existence de relations de co-construction entre capital économique et capital symbolique pour cette portion de notre échantillon.

### *Les biens*

Les réponses à notre questionnaire nous permettent aussi de faire quelques remarques sur comment les biens détenus par les avocats et avocates ou encore ceux détenus par les grands cabinets eux-mêmes peuvent influencer le capital symbolique de ces derniers.

Les biens, particulièrement les possessions personnelles des avocats et avocates, semblent influencer le prestige et la perception qu'autrui ont d'eux et elles, mais aussi de leurs employeurs. En ce sens, les trois quarts (75%) de notre échantillonnage provenant des grandes firmes admettent que les propriétés personnelles d'un ou d'une avocate influencent le prestige qu'on lui associe ou la perception qu'on peut s'en faire (GC-3, question 28 ; GC-4, question 28 ; GC-6, question 28, GC-7, question 28). Ainsi, « les clients peuvent attribuer un certain prestige à un avocat qui se présente bien et qui démontre une certaine aisance financière » (GC-3, question 28). Dit autrement « [j]e ne surprendrai personne en affirmant qu'un avocat arborant des biens luxueux va sembler avoir une carrière florissante, alors que l'inverse montrerait une carrière ordinaire [...]. Je pense que cette pression de l'image est encore plus présente dans les grands cabinets » (GC-6, question 28).

Mentionnons par le fait même que les grands cabinets peuvent eux aussi, comme personnes morales, détenir des biens. En ce qui concerne les biens mentionnés par le groupe des grands cabinets, on peut penser aux immeubles, aux œuvres d'art, au mobilier de travail, au mobilier des services afférents, aux propriétés intellectuelles qu'ils pourraient détenir, à leur image maque, etc (GC-3, question 10 ; GC-4, questions 10.1, 28, 28.1 ; GC-5, question 4.1)...

Enfin, nos résultats nous encouragent à soulever qu'on réfère à certains types de biens généralement associés au luxe. Concrètement, les exemples que nous avons pu extraire semblent référer à ce qu'on retrouve dans le sens commun (par exemple : multiples propriétés immobilières, voitures luxueuses, montres griffées<sup>16</sup>). Cet état de fait met une fois de plus en lumière les liens existants entre capital économique et capital symbolique chez les grands cabinets, notamment en ce qui a trait au développement des affaires et à la recherche de nouveaux clients ou clientes.

#### *Une perspective commune du côté des répondantes*

Nous avons choisi de présenter les résultats concernant plus particulièrement les femmes présentes dans notre échantillon à l'intérieur d'une même section plutôt que de le faire au fil des thèmes afin de mettre en exergue la force avec laquelle ces éléments sont ressortis de nos résultats de recherche. En ce sens, trois des quatre participantes du groupe des grands cabinets ont mentionné être, d'une manière ou d'une autre, défavorisée par rapport aux hommes dans le cadre de l'expérience qu'elles font de leur milieu de travail (GC-4, questions 4, 6.3, 28.1, 29 ; GC-6, question 5.2 ; GC-7, questions 5.1, 6.2, 7.2). Elles estiment qu'on projette envers elles des attentes qui exigent qu'elles soient « impeccable[s] » (GC-6, question 4.2) voire « parfaite[s] » (GC-4, question 4), notamment au niveau de leur apparence physique.

D'ailleurs, bien que nos résultats démontrent que les attentes soient élevées pour tous et toutes en matière d'apparence (voir section précédente), cela semble encore plus prépondérant en ce qui concerne les femmes. Ainsi, certaines avocates de notre échantillon admettent qu'il existe un traitement différencié entre elles et les hommes en ce que la « pression » (GC-6, question 4) est accrue pour les femmes (GC-4, question 4 ; GC-6, question 4). Même si certaines différences mineures peuvent être relevées au niveau des normes formelles, les réponses à notre questionnaire relèvent davantage du domaine de l'informel<sup>17</sup>. Au moins deux participantes provenant des grandes firmes indiquent que les femmes peuvent se sentir « jugée[s] » si elles ne se conforment pas à des attentes vestimentaires, par exemple celle de porter des talons hauts en tout temps (GC-4, questions 4, 4.2 ; GC-6, questions 4, 4.2).

---

<sup>16</sup> Pour une liste étendue voir : Annexe B

<sup>17</sup> À titre d'exemple, voir : *Règlement de la Cour supérieure du Québec en matière civile*, art. 35.

Bien que l'apparence physique fasse partie du domaine du capital symbolique, l'utilisation qui en est faite par les grands cabinets peut se rapprocher de considérations économiques. Une participante rapporte :

« Je me suis sentie exploitée et j'ai senti que j'étais utilisée pour mes talents d'entregent et ma beauté de jeune femme pour aller chasser des clients. Au début, je trouvais ça valorisant, mais avec le temps, je me sentais comme un appât et je détestais ça » (GC-4, question 29).

L'identité des grands cabinets semble aussi influencée disproportionnellement par les hommes. Plus d'une répondante ont utilisé des termes similaires pour décrire l'esprit qui y règne, soit un « boys club » (GC-4, questions 4, 28.1 ; expression similaire : GC-6 question 5.2). Cette situation fait dire à une répondante qu'elle doit mettre plus d'efforts pour « montre[r] que je suis « dans la gang » et que j'y ai ma place. Il faut vraiment montrer qu'on est "*one of the boys*" » (GC-6, question 5.2). Cet esprit de groupe est tel qu'une des participantes a été jusqu'à dire qu'elle ne s'est pas « sentie en sécurité » au sein du grand cabinet pour lequel elle a travaillé, le comparant du même souffle à une « secte » (GC-4, question 29).

Pour conclure nos observations sur ce thème, nos résultats s'intéressant plus particulièrement à l'expérience des femmes en grands cabinets sont minces et essentiellement réduits à l'exploration d'un système normatif différencié pour les femmes et l'expérience qu'elles font des attentes en matière d'apparence physique. Cette situation s'explique par le fait que notre questionnaire ne visait pas à explorer les inégalités pouvant exister au sein même des grands cabinets. Or, nous avons choisi d'en faire mention vu les résultats que nous avons malgré cela obtenus couplés au fait que nous considérons qu'ils donnent plusieurs indications valides en ce qui a trait au capital économique et symbolique. Dans notre conclusion, nous explorons des pistes d'analyse afin de faire ressortir ce que ces différentes données issues des questionnaires signifient au regard de la sociologie du droit et des études féministes.

Pour terminer la présentation des résultats relatifs aux grands cabinets d'avocats et d'avocates, nous avons tenté de reprendre les grands thèmes que nous avons dégagés à la face même de nos résultats de recherche. Or, il peut être difficile de transmettre les impressions générales réellement laissées suite à la lecture des réponses à notre questionnaire. Le tableau thématique présenté en Annexe E permet cependant de montrer rapidement plusieurs des principaux éléments de réponses reçues en fonction des thèmes identifiés et qui sont largement repris



dans le texte en amont. Enfin, précisons qu'il ne permet toutefois pas de représenter d'aspect quantitatif.

### 3 PRÉSENTATION DES DONNÉES RELATIVES À L'AIDE JURIDIQUE

Dans notre présentation des résultats concernant le groupe de participants et participantes provenant de l'aide juridique, nous répercutons l'ordre adopté dans le chapitre précédent par souci de clarté et pour les fins de notre comparaison.

#### 3.1 Éléments et qualifications du capital économique de l'aide juridique

À l'image de ce que nous avons fait pour les grands cabinets, nous regroupons nos observations par thématique de manière à, comme nous l'évoquions auparavant, pouvoir le comparer facilement à celui des grands cabinets.

##### *La clientèle et certaines de ses caractéristiques*

Les informations rapportées dans notre questionnaire nous permettent d'énoncer certains constats quant à la clientèle des avocats et avocates de l'aide juridique y ayant répondu. On peut d'abord dire qu'elle est très majoritairement constituée de personnes physiques (AJ-8, question 2 ; AJ-9, question 2 ; AJ-11, question 2 ; AJ-12, question 2 ; AJ-13, question 2). Les deux seuls répondants ayant indiqué parfois défendre des personnes morales ont écrit que cet aspect était marginal dans leur pratique (AJ-11, question 2 ; AJ-13 question 2). Les rares personnes morales représentées par cette portion de notre échantillon s'avèrent en général être des entités telles que des « organisations à but non lucratif » ou des « journaux étudiants » (AJ-11, question 2). Nous reviendrons sur cet élément, notamment lorsque viendra le temps d'analyser la justesse du concept de grand cabinet que nous proposons plus haut.

En ce qui concerne les caractéristiques qu'on attribue à cette clientèle, tous et toutes énoncent qu'elle est « vulnérable » d'une manière ou d'une autre (AJ-8, questions 2.2, 3 ; AJ-9, questions 2, 3, 9, 24 ; AJ-11, questions 2, 6.2, 9.1, 13 ; AJ-12 questions 1.2, 9 ; AJ-13, questions 3, 15). Cette vulnérabilité a évidemment un sens économique en ce que l'ensemble du groupe a indiqué que la santé financière de leur clientèle est « mauvaise » (AJ-8, question 15 ; AJ-9, question 15) ou « précaire » (AJ-8, question 15 ; AJ-11, question 15 ; AJ-13, questions 13, 15). Cette qualification est peu surprenante puisque l'on sait qu'une personne seule doit faire un salaire brut maximum de 24 570\$ par année pour bénéficier sans frais des services de l'aide

juridique (Centre communautaire juridique de Québec, s.d.)<sup>18</sup>. En ce sens, presque tous les participants et participantes mentionnent que les revenus de la majorité de leur clientèle proviennent de programmes gouvernementaux dont le plus cité est l'aide sociale (AJ-8, question 15 ; AJ-9, question 15 ; AJ-12, question 15 ; AJ-13, questions 2, 29). À titre de rappel, selon le dernier ajustement disponible, une personne seule bénéficiant de l'aide sociale touche 726\$ par mois alors que deux adultes faisant vie commune toucheront 1099\$ par mois ou 549,50\$ par personne par mois (Gouvernement du Québec, s.d. ; *Règlement sur l'aide aux personnes et aux familles*, c. A-13.1.1, r. 1.). Les autres revenus décrits dans nos résultats sont des revenus d'emploi, souvent au salaire minimum ou considérés comme faibles. Un répondant rapporte aussi avoir certains clients ou clientes issues de la « classe moyenne » (AJ-11, question 15) que nous qualifierions de classe moyenne inférieure, lesquelles ne bénéficient d'aucun programme gouvernemental.

Il serait cependant erroné de croire que la vulnérabilité qui ressort de nos données est cantonnée à une facette économique. En effet, elle affiche aussi un visage social. En ce sens, un participant indique :

Il s'agit d'une clientèle vulnérable, souvent touchée systémiques, tels la surjudiciarisation, la surreprésentation et la discrimination systémique. Par exemple plusieurs clients sont autochtones, ont des problèmes de santé mentale, vivent avec un handicap, ont peu de moyens, etc. Ils sont aux prises avec des problèmes de logement, de criminalité surjudiciarisée ou de manque de ressource leur permettant d'améliorer leur situation personnelle (sic) (AJ-8, question 2).

Si on s'attarde à ses propos, on comprend donc que, non seulement sa clientèle est financièrement défavorisée, mais qu'elle vit aussi plusieurs autres vulnérabilités qui souvent s'accumuleront ou entreront en relation. Il n'est d'ailleurs pas le seul du groupe de l'aide juridique à tirer ce constat puisque seul un répondant ne fait pas explicitement mention de multiples vulnérabilités chez sa clientèle (AJ-8, question 2 ; AJ-9, question 2 ; AJ-11, question 2 ; AJ-12, question 2). Parmi les autres vulnérabilités vécues par la clientèle de plusieurs avocats et avocates de cette partie de notre échantillon, nous relevons la surreprésentation dans le système de justice, la discrimination systémique et le statut d'immigration précaire (AJ-8, question 2 ; AJ-11, question 2 ; AJ-12, question 2)<sup>19</sup>. La clientèle des participants et

---

<sup>18</sup> Voir l'Annexe D pour les barèmes complets.

<sup>19</sup> Voir l'Annexe C pour une liste exhaustive des vulnérabilités mentionnés dans nos résultats

participantes du groupe de l'aide juridique nous semble donc souvent se trouver à l'intersection de plusieurs discriminations et rapports d'oppression. Nous nous assurerons d'analyser ce phénomène afin de pouvoir saisir la pluralité de rapports d'oppression décrite dans nos résultats, mais également les relations pouvant exister entre ces différents rapports.

### *La facturation*

La question des honoraires chargés par les avocats et avocates de ce groupe sont des données intéressantes puisqu'elles nous permettent de mieux connaître les ressources dont dispose le groupe de l'aide juridique dans le cadre de son travail et d'explorer l'existence d'un rapport de co-construction du capital économique et du capital symbolique. Ainsi, trois d'entre eux et elles (60%) ne facturent jamais directement leur clientèle puisqu'elle est exclusivement constituée de mandats d'aide juridique (AJ-8 ; AJ-9 ; AJ-12). Quant aux deux autres, l'une indique que les sommes facturées aux personnes ne bénéficiant pas de l'aide juridique peuvent être importantes pour elles puisqu'elles se calculent en « centaines » de dollars, parfois en « millier » (AJ-9, question 20). Rappelons que le groupe des grands cabinets s'exprimait davantage en termes de centaines de milliers ou de millions de dollars. On constate ainsi que ce qui est considéré comme des sommes importantes varient entre les deux parties de notre échantillon. L'autre répondant mentionne pour sa part que, en ce qui a trait à la faible part de sa clientèle n'étant pas admissible à l'aide juridique :

Il s'agit souvent de sommes qui sont pour eux très substantielles en considération de leurs revenus, ce qui peut parfois influencer les options juridiques qu'ils jugeront acceptables (par exemple, quitter un logement plutôt que de dépenser des sommes non négligeables en frais d'avocat pour des procédures pour forcer un propriétaire récalcitrant à exécuter son obligation d'entretenir le logement) (nos soulignements) (AJ-11, question 20).

Les résultats relatifs aux clientèles de l'aide juridique et des grands cabinets montrent des situations financières et sociales complètement différentes. Les décisions juridiques touchent souvent les clients et clientes du présent groupe « de manière très intime et occupent une place importante dans [leurs vies], plus que certains autres enjeux susceptibles de faire l'objet d'un litige » (AJ-11, question 22). De plus, contrairement à ce qui est rapporté par l'autre portion de notre échantillon, ces personnes bénéficient de moins de ressources et de conseils pour prendre des décisions. Notre analyse devrait permettre d'interpréter ces données et de

comprendre si elle engendre dans les faits des inégalités dans l'expérience que font ces deux groupes du système de justice québécois.

### *Les ressources disponibles*

Que ce soit de par le mandat qui est leur est confié ou par les moyens qu'on leur alloue pour le réaliser, les ressources dont disposent les avocats et avocates pour faire leur travail sont souvent tributaires de leurs clients et clientes. Ainsi, l'exploration des ressources du groupe de l'aide juridique, lorsque comparée au groupe des grands cabinets, contribuera à notre analyse quant à l'existence d'inégalité d'ordre économique.

D'abord, relativement au personnel de soutien, aucun avocat ou avocate du groupe de l'aide juridique n'a mentionné de service en soutien à son travail à l'extérieur d'adjoint ou adjointe ou de réceptionniste. Plusieurs réalisent d'ailleurs eux-mêmes ces tâches connexes, notamment les avocats et avocates prenant des mandats d'aide juridique externes.

Au niveau de la gestion de leurs dossiers, 60% des répondants et répondantes issues du groupe de l'aide juridique ont été témoins ou ont personnellement eu des difficultés à mettre en place une stratégie juridique pour des raisons financières (AJ-9, question 21 ; AJ-11, question 17, 21 ; AJ-13, question 21). Un exemple de ce phénomène peut être observé dans l'obtention d'expertises juridiques étant parfois requises en cour. À ce propos, la même proportion de participants et participantes (60%) admet éprouver des difficultés à recruter un expert ou une experte lorsqu'une telle expertise est requise (AJ-9, question 21 ; AJ-11, question 21 ; AJ-13, question 21). Le problème tient au fait que l'« obtention d'une autorisation de l'aide juridique n'est pas simple et les tarifs offerts sont parfois insuffisant pour convaincre un expert de faire le travail (sic) » (AJ-13, question 21).

Deux éléments sont soulevés par l'auteur de cette citation et méritent d'être approfondis. D'abord, il est requis d'obtenir une autorisation de la Commission des services juridiques (CSJ), l'organisme responsable de la gestion des mandats d'aide juridique au Québec, afin de pouvoir présenter une telle preuve. D'ores et déjà, cela constitue une différence marquée dans la gestion d'un dossier par rapport à leurs confrères et consœurs de grands cabinets. Ces derniers n'ont que leur client à consulter avant de prendre une telle décision dans leur dossier. Les avocats et avocates de l'aide juridique doivent pour leur part obtenir la permission de leur mandant, mais aussi celle de l'État par l'entremise de la CSJ. Et s'ils et elles en sont à présenter

une telle demande à la CSJ c'est que cela est forcément nécessaire selon leur avis professionnel.

Ensuite, l'autre portion de la citation indique qu'il est parfois impossible de « convaincre » un ou une experte d'accepter le mandat au tarif offert par la CSJ. Ici, l'utilisation du verbe convaincre est révélatrice de la charge qui repose sur l'avocat ou l'avocate de l'aide juridique en ces cas. La conséquence d'un refus de la CSJ de donner l'autorisation, tout comme l'impossibilité de trouver un ou une experte pour des raisons financières, est la même, soit qu'une telle preuve ne sera tout simplement pas présentée :

En conséquence d'une telle situation, nous devons souvent conseiller au client de réduire sa réclamation (en raison, par exemple, de la difficulté de prouver certains préjudices en l'absence d'une expertise) ou d'accepter une offre de règlement qui ne représente pas la valeur de la réclamation (AJ-11, question 17).

On constate alors que, d'une part, le capital économique de la clientèle influence les ressources dont disposent les professionnels et professionnelles du droit dans leurs rôles de conseil et de représentation, voire carrément les droits qu'ils feront valoir. D'autre part, les personnes économiquement défavorisées présentent des ressources moindres lorsque comparées à l'autre groupe et l'implication de l'État entrave, au moins partiellement, l'indépendance du travail de l'avocat ou de l'avocate. Ainsi, l'État, par le pouvoir judiciaire jugera du litige, mais sera aussi en mesure de contrôler l'accès à certaines ressources, comme les expertises, indépendamment de l'avis professionnel de l'avocat ou de l'avocate ou du jugement de la personne directement concernée par le litige. Cet obstacle supplémentaire, lequel prend la forme d'un rapport de pouvoir, n'est pas présent dans le travail des grands cabinets.

### **3.2 Éléments et qualifications du capital symbolique de l'aide juridique**

Nous nous penchons maintenant sur la description du capital symbolique de l'aide juridique, telle que représentée dans nos données de recherche. La comparaison avec les résultats présentés dans le chapitre précédent nous permet d'analyser les différences qui existent entre les deux portions de notre échantillon et de déterminer s'il existe des inégalités entre eux sur ce plan. Couplé au chapitre précédent, cela nous accorde la possibilité d'observer l'existence ou l'inexistence d'une co-construction des capitaux symbolique et économiques.

### *Prestige et capital réputationnel*

Le capital réputationnel est un élément central dans la profession et dans la composition du capital symbolique de la profession. Bien que certains éléments mentionnés dans le groupe de l'aide juridique viennent recouper les réponses données par celui des grands cabinets, le prestige y est vécu différemment dans cette portion de notre échantillon. Si 80% du groupe de l'aide juridique reconnaît qu'il peut y avoir du prestige associé à la profession qu'ils et elles exercent, peu estiment en bénéficier, du moins directement (AJ-8, question 6 ; AJ-11, question 6 ; AJ-12, question 6 ; AJ-13, question 6). Par exemple, un répondant mentionne :

Oui, je crois qu'il existe quelque chose comme du prestige dans notre profession – sans que ce soit nécessairement justifié. Pour moi, la manifestation la plus évidente de ce prestige se retrouve dans les produits de la culture populaire qui portent sur les avocats : films, livres ou séries télévisée (sic) (AJ-11, question 6).

Comme cet exemple tend à le montrer, la reconnaissance du prestige y est bien davantage liée à un idéal-type ou la représentation d'un statut plutôt qu'à l'expérience qu'ils et elles en font personnellement dans leur quotidien. Par ailleurs, la culture populaire tend à présenter des avocats et avocates qui sont souvent dans de grands cabinets ou des environnements analogues.

Lorsqu'on leur demande de se prononcer sur les facteurs qui influencent favorablement le prestige, plusieurs reprennent des éléments énoncés par leurs confrères et consœurs de grandes firmes. On retrouve donc aussi dans ce groupe des facteurs comme la médiatisation des dossiers (AJ-9, question 6 ; AJ-11, questions 6.1, 6.3, 7.2 ; AJ-13, question 6.1), le fait de travailler dans un grand cabinet (AJ-9, question 6 ; AJ-11 question 6.3, 7.2) et le domaine de droit pratiqué (AJ-9, question 6). Deux personnes ont cependant répondu dans une perspective plus individuelle ou collée sur leur expérience de travail. Ce faisant, elles relèvent plutôt des caractéristiques personnelles telles que ne pas travailler dans une perspective mercantile, les idéaux ou la nature des causes défendues ou encore la bonne organisation de son travail. Nous pensons que le fait que 40% du sous-échantillon ait répondu ainsi est révélateur du niveau de prestige réellement vécu (AJ-8 ; AJ-12). Dans le même ordre d'idée, la quantité d'éléments soulevés par les participants et participantes de l'autre groupe par rapport à celui de l'aide juridique donne un indice supplémentaire de l'importance et du niveau de prestige de part et d'autre. Le point cinq du tableau comparatif de l'Annexe G permet d'ailleurs de saisir cet aspect quantitatif en un coup d'œil.

Bien qu'on puisse estimer qu'il répond à des facteurs propres au sous-champ occupé par les avocats et avocates dont la pratique est socialement ancrée, il demeure que le groupe de l'aide juridique jouit d'un prestige inférieur au groupe des grands cabinets. Le prestige étant un élément central dans le capital symbolique du champ, il est certain que cela influence de manière importante l'état général du capital symbolique de l'aide juridique en comparaison de celui des grandes firmes.

### *Image*

D'entrée de jeu, l'image prend une place moins importante pour les répondants et répondantes de l'aide juridique qu'elle ne le fait dans les grandes firmes. Cela dit, l'image joue tout de même un rôle dans certaines facettes du travail des avocats et avocates de l'aide juridique. Ainsi, 60% du groupe reconnaît faire certains efforts dans l'image qu'ils et elles projettent afin d'établir ou préserver de bonnes relations auprès de divers acteurs et actrices du champ avec lesquelles ils et elles sont appelées à travailler (AJ-9, question 4 ; AJ-11, question 4 ; AJ-12, question 4). D'autres (ou leurs employeurs) accomplissent des actions afin de soigner leur image publique telles que créer un site web afin de présenter leurs services, prendre des photos professionnelles ou faire imprimer des cartes d'affaires (AJ-9, question 4 ; AJ-12, question 4). Bien que nous reconnaissons que ces éléments s'inscrivent dans la construction de l'image projetée, ils indiquent un tout autre degré d'importance par rapport à l'investissement de cette stratégie par l'autre groupe.

En effet, entretenir des relations courtoises afin d'accomplir son travail ou s'assurer que les informations pertinentes soient disponibles pour la clientèle afin qu'elle puisse efficacement choisir son procureur ou sa procureure nous semblent intimement lié à la nature du travail d'avocat ou d'avocate tel qu'il est exercé aujourd'hui. Quel cabinet n'a pas de présence sur le web, de nom, de logo ou de cartes d'affaires ? Ces remarques prennent un sens particulier en ce qui concerne les avocats et avocates dont la pratique privée est majoritairement constituée de mandats d'aide juridique externes puisqu'ils et elles sont directement soumis aux règles du marché des services juridiques et doivent s'assurer des revenus de subsistance tout en faisant face à leurs dépenses fixes. En ce sens, cela n'atteste pas d'un capital symbolique élevé eu égard au champ, encore moins lorsque comparé à l'autre partie de notre échantillon.

Un autre phénomène lié à l'image présent dans nos résultats est le versement de sommes à des œuvres caritatives ou des organismes d'aide divers. Il s'avère que ce phénomène est aussi



présent dans le groupe de l'aide juridique, mais qu'il prend une autre signification. En ce sens, lorsque questionné sur l'importance de l'image dans sa pratique, un répondant mentionne : « [j]e suis membre et/ou je soutiens d'un certain nombre d'organisations populaires » (AJ-13, question 4). Or, lorsqu'il s'exprime sur l'importance des sommes investies dans ce soutien, il précise que ce ne sont « [p]as vraiment [des dépenses importantes] sauf des sommes modestes qui sont beaucoup plus des gestes de solidarité » (AJ-13, question 27). Ainsi, il nous apparaît que ces dépenses, bien qu'elles puissent servir plus d'un objectif, ne sont pas en premier lieu effectuées dans le but de soigner une image plutôt que de soutenir des organismes dont le répondant partage les valeurs d'entraide. Au surplus, ces gestes sont faits à titre personnel et non pas au nom de son cabinet et un seul répondant du groupe rapporte faire ce genre de dépense.

Sur l'ensemble du sous-groupe, 60% a répondu que les dépenses associées à l'image étaient peu importantes ou absentes (AJ-8, question 27 ; AJ-11, question 27 ; AJ-13, question 27). Or la réponse du 40% restant, lequel a jugé que les sommes liées à l'image étaient importantes, mérite tout de même que l'on s'y attarde. Pour ces personnes, des investissements comme rafraîchir les couleurs du bureau d'aide juridique ou la création d'un site web sont des frais considérables (AJ-9, question 27 ; AJ-12, question 27). Sur le plan du capital symbolique, il est certain que ces éléments sont aussi présents chez l'autre groupe. Ils sont cependant mineurs lorsqu'on les met en parallèle avec les autres aspects mentionnés dans le chapitre précédent. Ces données sont également intéressantes sur le plan du capital économique en ce que les sommes requises pour la création d'un site web sont jugées considérables par une portion de l'échantillon de l'aide juridique alors que le groupe des grands cabinets mentionne des investissements tels qu'un département de marketing au sein du cabinet ou l'organisation d'un « un symposium gratuit dans plusieurs villes » (GC-3, question 27) pour la même question.

### *Apparence physique*

À la lecture de nos résultats de recherche, il apparaît évident que la place accordée à l'apparence physique diverge des observations que nous avons faites dans le chapitre antérieur. Ainsi, 80% des participants et participantes issues de l'aide juridique indiquent apporter peu ou pas de changement dans leur apparence personnelle entre la maison et le bureau, à l'exception des auditions à la cour où des normes législatives exigent une tenue spécifique (AJ-8, question 4, AJ-9, question 4 ; AJ-11, question 4 ; AJ-13, question 4).

On obtient un son de cloche semblable quant à l'influence des biens personnels sur l'image professionnelle d'un ou d'une avocate. En ce sens, 60% des répondants et répondantes de l'aide juridique estiment que les biens personnels n'influencent pas l'image perçue (AJ-8, question 28 ; AJ-12, question 28 ; AJ-13, question 28). Les autres réponses reconnaissent quant à elles une telle possibilité, sans toutefois mentionner la vivre personnellement (AJ-9, question 28 ; AJ-11, question 28). En contrepartie, 75% des avocats et avocates exerçant en grands cabinets perçoivent une influence des biens sur l'image que projette un ou une avocate.

### *Langage*

Le langage adopté par les participants et participantes de l'aide juridique auprès de leur clientèle est invariablement un langage vulgarisé ou familier afin de favoriser leur compréhension (AJ-8, question 5.1 ; AJ-9, question 5 ; AJ-11, question 5 ; AJ-12, question 5 ; AJ-13, question 5). Comme le souligne un répondant :

Beaucoup de mes clients ne sont pas des usagers récurrents du système judiciaire et n'ont donc pas une connaissance étendue du droit et, surtout, de la procédure. Je dois donc m'assurer de m'exprimer dans un langage clair, sans jargon, et d'expliquer certaines notions qui, pour les avocats, paraissent évidentes (AJ-11, question 5).

Cela contraste avec ce qui a été exprimé dans le chapitre précédent où la clientèle des grands cabinets a une meilleure connaissance du système juridique, de ses réalités et un accès à de nombreuses ressources afin de prendre la décision de mandater un ou une professionnelle du droit ou de se lancer dans une bataille judiciaire.

Toutefois, la portion de notre échantillon provenant de l'aide juridique doit aussi savoir s'exprimer dans un langage soutenu et utiliser le jargon associé à la profession lorsqu'elle est en contact avec d'autres acteurs et actrices du champ, notamment lors d'audition ou lorsqu'elle s'adresse à la magistrature (AJ-8, question 5.1 ; AJ-9, question 5). Le constat que nous faisons est que la différence principale entre les deux groupes de notre échantillon se situe principalement au niveau du langage utilisé auprès de la clientèle. Les attentes de la magistrature, la formation commune et le contexte judiciaire formel, voire rituel, font en sorte qu'on ne remarque pas de différence significative dans l'utilisation du langage dans ces aspects du travail. Il demeure que cette disparité contribue à démontrer des capitaux symboliques dissemblables et, surtout, à révéler des clientèles drastiquement distinctes. Ce dernier élément

nous permettra d'analyser les contextes de travail de chaque groupe. Considérant le faible écart, nous devrons cependant nous limiter à cet aspect en ce qui concerne le langage.

### *Les relations professionnelles et le capital relationnel*

Parmi les similitudes, nous relevons que les avocats et avocates ayant une pratique constituée de mandats juridiques externes considèrent que les « relations professionnelles sont importantes pour se faire référer des dossiers » (AJ-9, question 8). Contrairement à leurs collègues salariés de l'aide juridique, ces avocats et avocates sont directement soumis aux forces du marché économique des services juridiques et doivent donc s'assurer d'avoir suffisamment de dossiers afin de maintenir des revenus qui leur permettent d'assurer leur subsistance.

Ce qui ressort toutefois le plus fortement de nos résultats par rapport aux relations professionnelles est leur utilité lorsque vient le temps de gérer ou de faire progresser un dossier (AJ-11, question 8.2 ; AJ-12, question 8 ; AJ-13, question 8). En ce sens, une participante indique :

il est important d'entretenir de bonnes relations avec nos adversaires car nous négocions avec eux quotidiennement. Il est évident que la bonne entente favorise des règlements qui sont dans le meilleur intérêt de nos clients. Les relations peuvent parfois se détériorer lorsque nos collègues ne sont pas en accord avec nos prétentions. Il faut alors user de tact afin qu'ils comprennent que nous avons un mandat de notre client et que nous pouvons faire un débat juridique harmonieux, respectueux et courtois malgré nos désaccords (AJ-12, question 8).

Un autre élément qui diffère cette fois-ci de ce qu'on retrouve dans le premier groupe est l'entraide dans le travail entre collègues de différents bureaux ou de différentes pratiques pour les avocats et avocates ayant une pratique constituée de mandats juridiques externes (AJ-11, question 8). Cette différence est observable dans les petits cabinets ou les pratiques solos. À la différence des grands cabinets ou même des bureaux d'aide juridique qui regroupent généralement plusieurs professionnels, ces personnes ne peuvent compter sur le second avis de leurs collègues de bureau et s'en remettre alors à leur réseau de contacts.

Enfin, la différence majeure que nous observons dans les fonctions attribuées aux relations professionnelles entre les deux groupes tient au fait que les grands cabinets accordent une

importance à la réputation de leurs relations. On peut voir un exemple de ce phénomène dans l'utilisation que font les répondants et répondantes des grandes firmes de leur réseau de contacts afin d'asseoir leur crédibilité, ce qu'on ne retrouve pas dans l'autre partie de l'échantillon. Cette différence nous fait constater que le niveau de capital réputationnel différera sans doute parmi les deux groupes et nous donnera du matériel afin de commencer à définir son utilisation, notamment dans le sous-champ occupé par les grands bureaux. Le fait que la réputation ait une importance, y compris dans la composition du capital relationnel démontre également comment le capital réputationnel se construit à l'aide de différents types de capitaux. Cela est par ailleurs conforme aux caractéristiques du capital symbolique, soit qu'il est une perception ou une manifestation de d'autres types de capitaux (Bourdieu, 1994 ; voir également la section consacrée au cadre théorique), et nous incite à considérer le concept de capital relationnel comme une ramification du capital symbolique plus large.

La présentation de nos résultats tirant à sa fin, nous pouvons constater que, d'un point de vue général, les grandes firmes disposent d'un capital économique et symbolique nettement plus imposant que celui de l'aide juridique. Il faut du même souffle reconnaître que certains moyens, du moins sur le plan qualitatif, sont semblables parmi les deux parties de notre échantillon. Pensons à certains éléments de l'image projetée, comme l'utilisation similaire de sites web ou de cartes d'affaires, ou encore à l'utilisation de réseaux de contacts dans le cadre du travail. Par contre, si les moyens utilisés, bien qu'en quantité et qualité inférieure, se ressemblent, les objectifs ou les fonctions visées par ces moyens diffèrent souvent. En analysant nos résultats, nous serons plus à même de percevoir ces différences et leurs significations dans l'existence d'inégalités symboliques et économiques.

## 4 ANALYSE DES DONNÉES ET VÉRIFICATION DES HYPOTHÈSES

Au regard de la présentation de nos données, nous pouvons affirmer que les grands cabinets détiennent un plus grand pouvoir économique dans le champ juridique. Cette première observation n'est pas contre-intuitive, mais il fallait en démontrer l'étendue et les manifestations. Cela s'observe de plusieurs manières, notamment par un capital économique individuel plus élevé, un capital informationnel plus élevé (une plus grande quantité de ressources et un plus grand choix de ressources) et le succès économique de l'organisation. Or, comment ce processus d'accumulation du capital économique opère-t-il ?

### 4.1 Le processus d'accumulation du capital économique

Les concepts de Charles Tilly peuvent ici être un secours afin de théoriser le processus d'accumulation du capital économique par les grands cabinets. D'abord, ils utilisent une stratégie d'accaparement d'opportunités. Il va de soi qu'ils bénéficient d'un monopole quant à la pratique du droit de par leur privilège légal de représentation d'autrui et de conseillers juridiques (Weber, 1986). Cependant, ce monopole n'est pas exclusif aux grandes firmes, mais bien à l'ensemble de la profession. Toutefois, un autre monopole, beaucoup plus significatif dans le contexte de notre recherche, s'exerce à l'intérieur même du champ et c'est à celui-ci qu'il faut s'intéresser si on désire comprendre les mécaniques et les structures complexes qui expliquent les inégalités qui s'y produisent. Nous référons ici au monopole de la production culturelle légitime dans le champ. Nous reviendrons sur les conséquences symboliques d'un tel monopole, mais pour l'instant nous nous contenterons de l'inscrire dans une schématisation reprenant les concepts de Tilly afin de théoriser le processus d'accumulation du capital économique.

Ainsi, ce monopole participe à l'accaparement de l'opportunité qui consiste en fait à représenter les personnes morales les plus riches et puissantes qui présentent des besoins légaux au Québec. Il permet aux grands cabinets de s'accaparer la clientèle la plus nantie. Ce monopole de la production culturelle légitime confère un avantage aux grands cabinets qui se targuent souvent de faire du « droit nouveau » en matière de litige, ce qui signifie de présenter, en la faveur de leur client ou cliente, une situation qui n'aurait jamais fait l'objet d'une décision par le judiciaire afin d'ainsi créer un précédent en leur faveur.

On peut voir la manifestation d'un tel phénomène dans nos résultats de recherche. Notre questionnaire comportait une question sur l'impact de l'appartenance à un grand cabinet sur la vision des juges. Sur six réponses, quatre reconnaissent que « que les juges peuvent avoir un préjugé favorable envers les avocats des grands cabinets » (GC-4, question 11). Quant aux deux autres réponses, elles indiquent que la question ne s'applique pas à leur pratique puisqu'ils ne font pas ou peu de représentations devant la Cour (GC-2, question 11 ; GC-3, question 11 ; GC-4, question 11 ; GC-5, question 11 ; GC-6, question 11 ; GC-7, question 11). Ces préjugés favorables consistent entre autres à reconnaître une valeur inhérente, un « sérieux », une « rigueur intellectuelle » aux demandes présentées par les grands cabinets (GC-3, question 11 ; GC-6, question 11). En comparaison, certains participants et participantes de l'aide juridique (40%) ont déclaré que l'endroit où ils travaillent influence la vision de la magistrature en ce qu'elle présupera que le ou la cliente qu'ils ou elles représentent sera une personne vulnérable (AJ-8, question 11 ; AJ-12, question 11). Notons tout de même qu'une participante de ce même groupe a relevé qu'elle devait faire face à des préjugés négatifs de la part des juges, notamment par rapport au sérieux accordé à ses arguments (AJ-9, question 11).

En écartant les deux abstentions, l'ensemble du groupe des grands cabinets reconnaît un préjugé favorable. Toutefois, l'élément le plus révélateur ici n'est pas tant l'existence d'une attente<sup>20</sup> que le type d'assomption que fait le ou la juge en fonction d'où l'avocat ou l'avocate exerce. C'est plutôt qu'en ce qui concerne les grands cabinets, le ou la juge accordera une importance, une attention particulière aux arguments présentés alors que pour l'aide juridique, il ou elle ne fera que présumer du type de clientèle, ce qui s'avère somme toute neutre en comparaison du préjugé positif conféré aux grandes firmes. Si cette manifestation peut paraître subtile, nous tenons à la remettre en contexte en soulignant que la magistrature est tenue à un degré d'impartialité parmi les plus hauts qui existent dans notre société et qu'il faut en conséquence observer notre analyse à travers cette lunette. Ce monopole de la production culturelle légitime bénéficie donc aux grands cabinets dans le développement et la rétention de leur clientèle. Il fait partie de l'attrait que leur trouve sa clientèle et leur permet d'accaparer l'opportunité qui consiste à faire affaires avec les personnes morales les plus riches et influentes et d'ainsi toucher les bénéfices afférents à une telle relation. En ce sens, il profite aussi à la construction de leur capital réputationnel.

---

<sup>20</sup> Voir à ce sujet ce qui nous reste des apports du American Legal Realism. Par exemple, Leiter, 2002.

Mais encore faut-il pouvoir extraire le maximum de cette opportunité. Le concept d'exploitation permet ici d'expliquer le phénomène qui se produit à l'intérieur des grands cabinets. Il existe pour ainsi dire deux grandes catégories d'avocats et d'avocates au sein des grands cabinets, soit les associés et associées et les autres avocats et avocates<sup>21</sup>. Selon la définition que donne C. Tilly de l'exploitation, on peut dire que la catégorie des associés exploite économiquement le travail des autres professionnels et professionnelles du droit, bien que ces derniers et dernières gagnent très bien leur vie. Il demeure qu'ils et elles ne reçoivent pas la part réelle de la valeur de leur travail, eu égard au prix auquel le grand cabinet qui les embauche monétise leurs services. Il faut toutefois appliquer ce concept à nos résultats de recherche avec beaucoup de prudence puisque cette exploitation spécifique ne s'insère en aucun cas dans une logique de classes et ne peut, par exemple, être valablement comparée à l'exploitation dont la clientèle des grands cabinets peut faire preuve dans leur contexte particulier. Dans cet ordre d'idée, afin d'éviter la confusion sur nos intentions et d'appliquer indument la charge que porte le concept d'exploitation, il serait plus juste de parler d'appropriation. Ainsi, nous espérons que ce concept décrit le procédé à l'œuvre dans l'accumulation du capital économique par les grands cabinets auprès des avocats et avocates qui y travaillent, sans cependant faire les mêmes suggestions que le concept d'exploitation tend à faire. La tournament theory nous permet par ailleurs de constater qu'il existe une autre forme de bénéfice auquel touche les avocats et avocates de grands cabinets, ce qui nous conforte dans le choix du terme d'appropriation.

La tournament theory, développée par Palanter et Galay et affinée par Wilkins et Gulati, permet de comprendre comment opère cette appropriation. Ces derniers résument cette théorie comme une :

simple promise made by senior lawyers [...], who have excess human capital, to junior lawyers [...], with little human capital but an abundant supply of labor. In return for the associate's promise to work diligently and competently on the firm's business, partners promise that [...] they will promote a fixed percentage of these junior lawyers to partnership (Wilkins et Gulati, 1998 : 1582).

Si on ajoute à cela la considération du nombre, soit que les associés et associées forment un groupe restreint alors que la catégorie des autres avocats et avocates est plus nombreuse, on aperçoit le potentiel d'accumulation et de concentration du capital que permet un tel

---

<sup>21</sup> Nous sommes d'avis qu'une hiérarchie plus complexe et détaillée pourrait être développée afin d'attester de la réalité des grands cabinets, mais cela se situe à l'extérieur de notre recherche.

fonctionnement. Cette stratégie a l'avantage pour les grands cabinets de présenter des économies en ce qu'elles n'ont pas à rétribuer la productivité d'un ou une travailleuse uniquement sur la base habituelle du salaire ou de la valeur de ses services sur le marché, mais plutôt en lui offrant une possibilité de compétitionner contre ses pairs et paires pour l'obtention éventuelle des bénéfices attachés au statut d'associé ou d'associée (Wilkins et Gulati, 1998, p. 1583). Cela correspond aux propos d'une avocate qui affirme que le modèle d'affaire de son employeur est « pyramidal » et indique que les « jeunes avocats sont payés beaucoup moins cher et sont très nombreux et les associés sont en quantité limitées et [s]ont payés très chers (sic) » (GC-4, question 13). Nous ajouterions que cela constitue également, d'un point de vue interne, une manifestation des liens forts qui existent entre capitaux économiques et symboliques. Cette exemplification nous permet déjà d'effleurer comment les grands cabinets co-construisent leurs capitaux économiques et symboliques. Nous aurons l'occasion d'y revenir<sup>22</sup>.

Si l'on considère maintenant l'exploitation telle que conçue par Tilly, mais cette fois-ci d'un point de vue externe, nous constatons que les grandes firmes transcendent les frontières directes de leurs réseaux et bénéficient de l'exploitation exercée par leurs clients et clientes sur d'autres catégories (Tilly, 1999). Ainsi, nous ne concevons pas la clientèle et les grands cabinets comme appartenant nécessairement à la même catégorie. Or, nous ne sommes pas convaincus que la relation entre les grandes firmes et leur clientèle présente pour autant une relation d'exploitation. Ce que nous observons plutôt est qu'elles profitent en fait de la relation d'exploitation que ses clients et clientes, issues du patronat, entretiennent avec d'autres groupes ou catégories, comme les travailleurs et travailleuses que leur clientèle emploie, les communautés installées sur les territoires où elle exploite les ressources naturelles, etc (GC-2, question 2 ; GC-3, question 2 ; GC-4 question 2 ; GC-5, question 2 ; GC-6, question 2 ; GC-7, question 2)... Dans cette perspective, la relation entre les grands cabinets et leur clientèle nous apparaît plus près de l'équilibre.

Cela nous amène à considérer les ressources et le capital informationnel qui sont disponibles dans le cadre de l'activité professionnelle des grands cabinets d'avocats. À la lumière de nos données de recherche, il nous apparaît que le capital informationnel et les ressources dont ils disposent sont largement influencés par le capital économique qu'ils possèdent lorsque

---

<sup>22</sup> Voir notamment : 4.3 La présence d'inégalités symboliques, p.81.



comparé à l'aide juridique. Comme nous venons de l'évoquer, le processus d'accumulation du capital économique des grandes firmes est lié à celui de leur clientèle, mais également au monopole de la production culturelle légitime qu'il détient dans son champ, lequel monopole lui permet de s'accaparer l'opportunité qui consiste à rendre des services juridiques à la clientèle la plus payante et influente. Nous pouvons donc affirmer que, en ce qui a trait à l'aspect économique, les grands cabinets occupent la position dominante de leur champ.

L'exemple le plus probant que l'on peut tirer de nos résultats est sans conteste la question des expertises judiciaires. Comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents, la réalité des deux groupes à l'étude est bien différente en ce qui concerne l'obtention et la production de telles expertises. Puisque leur réalisation est soumise aux règles du marché, les grands cabinets ne rencontrent pas de difficulté particulière quant à leur obtention du fait de leur position dominante sur le plan économique et de la position corollaire de leur clientèle. Intuitivement, du côté du groupe de l'aide juridique, l'État, lequel finance les services et les expertises, devrait permettre de court-circuiter les inégalités économiques afin d'assurer un débat judiciaire équitable. Or, il n'en est rien. L'État représente en fait un obstacle supplémentaire en ce qu'il se dresse comme une troisième partie, entre l'avocat ou l'avocate et sa clientèle, en exigeant qu'il accorde sa permission sur la production de telles expertises et ce, malgré le principe de l'indépendance des professionnels et professionnelles du droit dans la gestion de leurs dossiers. Même dans le cas où l'autorisation est accordée, il demeure souvent difficile voire parfois impossible de trouver un ou une experte qui accepte de travailler au tarif consenti par l'État. Cela a comme conséquence de réduire le bassin de candidats et candidates potentielles ou d'empêcher carrément la réalisation de l'expertise. Cette situation démontre que, malgré la promesse étatique de rééquilibre des forces, le groupe de l'aide juridique s'avère nettement défavorisé quant aux ressources disponibles pour effectuer la meilleure représentation possible pour leurs mandants et mandantes ce qui influence directement la composition de son capital informationnel. En observant cette situation dans la perspective entière du champ, nous sommes d'avis que cela représente la manifestation d'une inégalité d'ordre économique et symbolique.

Les données que nous avons collectées par rapport au capital informationnel et économique ne s'arrêtent pas aux expertises. Les réponses que nous avons obtenues montrent que les grands cabinets disposent de personnel devant s'afférer à éliminer tout obstacle pouvant indisposer ou ralentir les avocats et avocates dans le cadre de leur travail et de leur fournir des informations nécessaires à la réalisation de leur travail. On retrouvera ainsi des bibliothécaires, des cuisiniers

et cuisinières, des coursiers et coursières, etc... au service des avocats et avocates. Ces services sont inexistantes en ce qui concerne l'aide juridique, mis à part parfois l'apport d'adjoints et adjointes administratives. Nos données et le cadre de notre recherche ne nous permettent certes pas d'évaluer l'impact concret que ces différences peuvent avoir dans le cadre du travail des deux groupes étudiés. Cependant, nous pouvons affirmer que cela constitue une différence marquée dans le capital informationnel, les ressources disponibles et le temps qui peut être consacré au travail ne pouvant légalement être réalisé que par une personne détenant un permis d'exercice en règle. Plusieurs de ces services constituent en eux-mêmes une démonstration du capital symbolique détenu par les grandes firmes. Nous en traiterons plus tard dans ce même chapitre. Nous nous contenterons pour l'instant de soulever la relation d'exploitation envers les personnes embauchées pour offrir leurs services à la catégorie « avocat/avocate » et que cette exploitation participe au processus d'accumulation du capital économique des grands cabinets. Nous ne pouvons cependant pas développer davantage sur ce point faute de résultats spécifiques sur cet aspect.

Au regard de ce qui précède, nous sommes d'avis que la thèse principale développée par Tilly dans *Durable Inequality* (1999), soit que l'institutionnalisation des inégalités leur confère un caractère durable, est représentée dans nos résultats et l'analyse que nous en faisons. Les pratiques désignées par le concept d'émulation sont également observables, entre autres à travers le phénomène qui consiste à reproduire l'essentiel de la structure des grands cabinets. En ce sens, nous sommes d'avis que l'hypothèse relative à notre définition de grand cabinet s'avère vérifiée en ce que tous les grands cabinets représentés dans nos résultats reprennent, d'une manière ou d'une autre, les critères que nous énoncions, soit le type de clientèle majoritairement constitué de personnes morales, l'envergure du cabinet, notamment son nombre d'employés, et sa structure en groupes de travail. Au niveau interne, le concept de script permet de théoriser la compréhension que chaque acteur et actrice a de sa position dans la structure. Citons ici l'exemple de la Tournament theory, laquelle s'avère sensiblement la même dans l'ensemble des grandes firmes. Enfin, les savoirs locaux, tels qu'entendus par C. Tilly, expliquent comment, à l'intérieur du cadre tracé par l'émulation, chaque grande firme développe son expertise propre, souvent en lien avec une ou des industries particulières avec lesquelles elles sont en réseau.

Pour l'instant, nous nous sommes concentrés sur l'aspect économique de notre recherche. Nous postulons qu'au cœur du processus de génération de la richesse des grands cabinets

d'avocats se trouvent la conversion des capitaux symboliques et des capitaux économiques. Nous avons déjà d'ailleurs pu le voir à quelques reprises. L'essence même de leur prestation de service envers leur clientèle consiste à offrir leur connaissance de la loi, un outil symbolique en soi, mais également leur savoir-être et leur habitus. Le rôle de l'avocat ou l'avocate de litige étant de croire dans le dossier de leur clientèle et de le défendre en leur nom, ils et elles deviennent en quelque sorte une manifestation de leur clientèle sur le plan juridique. Dans cet échange, les grands cabinets mettent aussi à la disposition de leur clientèle leur capital réputationnel. Par ce processus, ils convertissent leur travail et leur capital symbolique en capitaux économiques et, dans une autre mesure, accroissent leur capital symbolique.

#### **4.2 Positionnement symbolique et culturel au sein du champ**

Pour pleinement saisir le capital symbolique des grands cabinets, mais surtout pour évaluer le poids qu'il représente dans leur champ et d'esquisser une réponse à notre hypothèse de recherche, il nous faut faire un saut dans la culture au sein de laquelle il s'inscrit et plus spécialement la notion de légitimité culturelle. Ici, la sociologie bourdieusienne prend le relais sur celle de Tilly afin d'assurer la compatibilité avec notre cadre théorique. Cette approche nous apparaît nécessaire afin de comprendre le contexte dans lequel est utilisé le capital symbolique que nous avons décrit et d'analyser son influence sur les rapports de pouvoir qu'il implique.

« On n'est fondé à parler de légitimité culturelle que si, et seulement si [...] une communauté croit en l'importance, et même souvent en la supériorité, de certaines activités et de certains biens culturels par rapport à d'autres » (Lahire, 2006 : 39). Nous voyons dans nos résultats cet indice dans les attitudes et les attentes différées des juges envers les avocats et avocates de grands cabinets et de l'aide juridique auxquels on attribue d'emblée des qualités de « rigueur » et de « sérieux » plutôt que se contenter de prédire leur type de clientèle, comme c'est le cas du groupe de l'aide juridique. On peut aussi en voir une autre manifestation dans le prestige dont profitent les grands cabinets. Lahire précise la précédente citation en soutenant qu'il y a légitimité lorsqu'il y a une « forte désirabilité collectivement entretenue » (2006 : 39). Dans le champ à l'étude, nous sommes d'avis que le processus judiciaire concentre cette « désirabilité ». Les tribunaux détenant le monopole de la décision correcte et les protagonistes voulant obtenir gain de cause, on se retrouve alors en présence de forts éléments structurels influençant ce qui est « désirable ». Les concepts de jurisprudence, soit d'invoquer une décision antérieure en demandant à l'institution judiciaire de juger comme elle l'a fait auparavant, et de fiction juridique contribuent aussi à ce processus. Par le fait même, ils participent à l'idée

présente dans le sens commun selon laquelle le droit est un *statu quo* qui freine les changements sociaux, voire qui est rétrograde. Ils ont donc pour effet de cristalliser la « désirabilité » et rendre toute brèche au paradigme longue, ardue et souvent impossible (Weber, 1986). On peut y voir les conséquences du fonctionnement du champ plus vaste du droit, lequel est encore largement influencé par une légitimité ou une domination légale rationnelle et, d'une certaine façon, la rationalité traditionnelle par sa force d'inertie et la permanence des institutions et des normes qu'elle implique.

De plus, Fabiani indique que la « puissance de la légitimité d'une action ou d'un dispositif symbolique est dérivée, en dernière instance, de la force des groupes dont elles expriment les intérêts » (Fabiani, 2003 : 310). Cette perspective nous permet d'introduire un autre aspect sur le positionnement des grandes firmes dans leur champ. Comme nous avons fait la démonstration auparavant grâce aux concepts de Tilly, les grands bureaux occupent leur position dans le champ en partie à cause de leur réseau. Si la « puissance de la légitimité » qu'ils inspirent est due au fait de leur propre force, elle est également due au fait de la force des autres « groupes dont elles expriment les intérêts », soit leur clientèle. Après tout, n'est-il pas le propre du travail de l'avocat ou de l'avocate de représenter les intérêts de sa clientèle ? Si nos résultats de recherche décrivent le type de clientèle des grandes firmes et donc, une part importante de leur réseau, ils montrent également d'autres ramifications de ce même réseau. On constate alors que les grands cabinets comptent en plus dans leur capital social des relations avec plusieurs personnes en situation de pouvoir, comme la magistrature ou les politiques provenant de tous les paliers. Ainsi ne faut-il pas s'étonner si nos données de recherche indiquent que davantage de capital réputationnel est conféré aux avocats et avocates de grands cabinets puisqu'ils et elles se retrouvent au sommet de cette culture dominante, tout comme leur clientèle ou les acteurs et actrices qui constituent son capital social.

On peut finalement postuler que la place que prend le judiciaire dans le fondement de la société québécoise en tant que troisième pilier de notre « démocratie » confère à cette culture judiciaire une possibilité d'être exportée dans la culture générale, du moins en partie. Inversement, les avocats et avocates de grandes firmes sont également partie de leur société et se retrouvent à prendre part à d'autres environnements culturels dans un processus forgeant leur habitus de classe (Lahire, 2003 : 60). À titre d'exemple, les grands cabinets sont plus directement influencés par la culture des affaires et celle des grandes entreprises que ne le sont les professionnels et professionnelles œuvrant à l'aide juridique. On peut dès lors constater que des

produits culturels plus fréquemment associés à la culture dominante, comme les œuvres d'art, le complet, l'accès à une forte rémunération ou l'accès à des services de luxe dans le cadre même de l'emploi sont des indices de la position des grands cabinets au sein de la culture dominante de leur champ. On ne peut s'empêcher d'y voir un parallèle, au moins au niveau historique, avec les remarques de Weber qui associait la profession à une « caste très fermée » recrutée « presque exclusivement dans la noblesse » (Weber, 1986 : 144). Dans cette perspective, la profusion de services internes et des personnes qui les rendent portent aussi une charge symbolique importante. En somme, eu égard à l'environnement culturel dans lequel ils évoluent et en comparaison avec le groupe de l'aide juridique, les grands cabinets participent à dire et à faire ce qui est considéré légitime au sein du champ.

### **4.3 La présence d'inégalités symboliques**

La mise en relation de l'habitus de l'avocat de grand cabinet avec l'environnement culturel du champ et celui plus large des élites ou du champ du pouvoir fournira des éléments de réponses quant à la présence d'inégalités symboliques lorsque comparée à l'autre groupe étudié.

D'abord, l'analyse de l'apparence individuelle montre une différence marquée entre les deux groupes auprès desquels nous avons recueilli des données. Il apparaît clairement que le groupe des grands cabinets accorde une plus grande importance à son apparence professionnelle. Les professionnels et professionnelles œuvrant dans les grandes firmes sont caractérisés par une allure toujours élégante ou « corporate », quelles que soient les circonstances, laquelle se concrétise généralement par le port du complet et du tailleur ou son équivalent. La réalité de l'aide juridique est tout autre : les avocats et avocates se vêtissent plus sobrement, dans un style plus informel qui ne s'associe pas d'emblée à une tentative de distinction. Puisqu'il est impossible d'extraire un champ de l'influence de la société dans laquelle il évolue, nous analysons cette différence comme une manière de se distinguer des classes dominées en général en affichant une appartenance à une classe dominante. Toutefois, une dynamique plus importante que notre recherche met en relief est la logique de distinction des acteurs qui évoluent à l'intérieur même du champ juridique. Elle contribue à marquer le positionnement dominant des avocats et avocates de grands bureaux par rapport aux autres agents. Ces éléments participent également à au capital réputationnel des grands cabinets. Bien que faisant partie d'un système normatif qui impacte la question de l'apparence, il faut toutefois exclure les observations que nous avons pu faire concernant les règles de pratique ayant cours devant les

tribunaux. Ces règles s'appliquent à tout membre du barreau et nous n'avons pas observé de distinction significative en cette matière entre les deux groupes<sup>23</sup>.

Au-delà de la simple apparence physique, les biens convoités et possédés par les avocats et avocates de grandes firmes contribuent aussi à cette distinction sociale en rappelant aux autres acteurs et actrices la place qu'ils occupent dans le champ du pouvoir et/ou du champ juridique (Hartmann, 2006). Vu la relation entre image et succès qui ressort de nos données, la possession de tels biens est aussi une manière de montrer sa réussite sociale au sein de ces mêmes champs.

La relation entre l'apparence physique et l'institution des grands cabinets en soi mérite également que nous nous y attardions. Nos résultats révèlent que cette institution maintient en place un système normatif complexe en ce qui concerne l'apparence des avocats et avocates. Elle exerce un pouvoir et un contrôle sur ce que peuvent porter les avocats et avocates à son emploi et dans quelles circonstances. Le fait que la majorité des participants et participantes issues de ce groupe admettent avoir des habitudes différentes lorsqu'ils et elles sont à l'extérieur de leur environnement de travail atteste de l'existence d'un tel contrôle. Cet aspect est significativement moins présent du côté de l'aide juridique qui présente des comportements vestimentaires plus rapprochés entre l'intérieur et l'extérieur du milieu de travail. D'autre part, cet ensemble de normes comporte des sanctions en cas de transgression, allant de sanctions informelles, comme des remarques, à des sanctions strictes et formelles, tels des avis disciplinaires ou des rencontres avec des supérieurs hiérarchiques. Ce pouvoir objectifie souvent les avocats et avocates par l'acte de représentation du cabinet qu'on attend d'eux et elles et se révèle être une forme de contrôle des corps. Nous observons que cette analyse est encore plus prépondérante lorsqu'il s'agit des avocates, l'une d'elle allant jusqu'à déclarer alors qu'elle parlait de son environnement de travail et d'objectification: « [d]ans une certaine mesure, je ne me suis pas sentie en sécurité » (GC-4, question 29). Nous estimons que, ce faisant, les grands cabinets entretiennent un climat de violence symbolique à l'égard de leurs propres employés et employées qui s'écarteraient de la norme vestimentaire attendue, lesquels n'y voient pour plusieurs que le cours normal des choses.

---

<sup>23</sup> Il pourrait tout de même exister des nuances dans la présentation de soi devant les tribunaux, nonobstant ces règles. Or, notre recherche ne visait pas à identifier ces nuances.

Un autre élément relatif à l'habitus de l'avocat ou l'avocate de grande firme qui est absent des données du groupe de l'aide juridique est certaines attitudes, comme ne pas montrer de faiblesses, afficher une grande confiance, se montrer toujours disponible, s'adapter afin de correspondre aux attentes de son interlocuteur ou son interlocutrice ou, dans une moins grande mesure, dissimuler des convictions de gauche. Ces attitudes sont induites par le milieu de travail mis en place par ces institutions. Ce faisant, elles participent à modeler l'habitus professionnel attendu non seulement en leur sein, mais également dans la profession (Kennedy, 2010).

Sur le plan du langage employé au sein des grands cabinets et de l'aide juridique, nous ne relevons pas de différence significative entre les deux groupes. Cette similitude pourrait s'expliquer par un capital scolaire commun parmi les répondants et répondantes. Également, il faut reconnaître que le champ juridique est particularisé par un imposant jargon professionnel, souvent cristallisé par la socialisation professionnelle et les effets de la rédaction législative et de la jurisprudence, lesquels sont des outils de travail omniprésents dans le champ juridique en général.

Le concept de capital réputationnel que nous proposons, envisagé comme une ramification du capital symbolique, s'avère utile afin de pousser notre analyse un peu plus loin. Le concept peut certainement trouver une application en ce qu'il désigne ce qui est souvent transigé par les grands cabinets dans le cadre des services qu'ils vendent sur le marché. Certes, des services juridiques sont rendus, mais le concept de capital réputationnel visibilise le prestige, l'image, la réputation et le pouvoir symbolique que s'est construit l'institution et qu'elle met à profit dans cette transaction. Une manifestation évidente de ce phénomène est la prépondérance des grands cabinets à vouloir embaucher les personnalités influentes dans le champ politique et faisant partie de l'élite, comme Jean Charest, Brian Mulroney ou Louise Arbour<sup>24</sup>.

Le concept de capital réputationnel devient selon nous intéressant quant aux possibilités qu'il offre eu égard à la co-construction des capitaux économiques et symboliques au sens où c'est cette valeur ajoutée aux stricts services juridiques dont les grandes entreprises et multinationales cherchent à se prévaloir lorsqu'elles retiennent les services d'une grande firme. Il permet d'abord de distinguer ces deux aspects et, ensuite, de comprendre certaines des

---

<sup>24</sup> Jean Charest : <https://www.mccarthy.ca/en/people/jean-charest>  
Brian Mulroney : <https://www.nortonrosefulbright.com/en-ca/people/121012>  
Louise Arbour : <https://www.blg.com/fr/people/a/arbour-louise>

raisons pour lesquelles les services des grandes firmes sont transigés à des prix supérieurs à d'autres fournisseurs de services juridiques. Enfin, il met en exergue la dynamique de conversion des capitaux symboliques des grands cabinets en capitaux économiques, laquelle dynamique est au cœur de l'action économique de ces organisations et explique en partie la grande attention portée par les grandes firmes pour l'aspect symbolique.

#### **4.4 Conclusion partielle**

L'ensemble des agissements des grands cabinets relatifs au prestige, au marketing et à l'image participe à la création d'un appareil symbolique destiné à montrer la puissance que ces institutions détiennent. Dans la construction de cet appareil symbolique, ces institutions forgent un habitus d'avocat ou d'avocate de grand cabinet afin que ces personnes contribuent à sa réalisation et à sa reproduction. Souvent, la socialisation professionnelle menant à la construction de cet habitus débutera dès l'université où les grands cabinets sont impliqués de diverses façons, comme dans des événements mondains ou des commandites, mais aussi dans des processus établis et reconnus comme la course aux stages. Cette compétition où les aspirants et aspirantes tentent de s'assurer une place dans un grand cabinet valorise cette carrière et le statut social qui est associé aux dépens d'autres alternatives. Ceux et celles qui y parviennent obtiendront habituellement des emplois d'été et, une fois l'examen du Barreau passé, y feront leur stage et y obtiendront souvent un emploi. Les grandes firmes sont donc impliquées dès les balbutiements de la socialisation professionnelle des avocats et avocates. Cette implication précoce influence dès lors la question de la « désirabilité », de ce qui est légitime dans la culture du champ (Lahire, 2006). Ce faisant, ces institutions ont un impact non seulement sur les parcours des étudiants et étudiantes qui aspirent à œuvrer dans un grand cabinet, mais également ceux et celles qui n'avaient pas ou n'ont pas cette ambition de par le fait qu'elles participent à forger ce qui est légitime à un moment charnière de la socialisation professionnelle de l'ensemble des avocats et avocates.

Plus largement, le cadre symbolique mis en place par les grands cabinets et la démonstration de force qu'il implique sert un double objectif. En premier lieu, il a une visée mercantile en ce qu'il agit comme une publicité dans la recherche de clients ou clientes potentielles ou encore comme une validation dans le maintien de la clientèle déjà acquise. Au surplus, les opportunités que recherchent les grands cabinets et leurs réseaux se trouvent d'ordinaire près du champ du pouvoir. L'image qu'ils s'appliquent à dégager reflète cette appartenance. En second lieu, ce cadre symbolique a l'effet plus classique de placer l'institution en position de domination et de



montrer aux autres acteurs et actrices son importance et sa puissance afin d'asseoir sa domination. En bout de course, cela fait en sorte que les avocats et avocates sont à la fois des agents et des produits mis en valeur pour la clientèle. Cette façon de construire la symbolique, laquelle est influencée par des visées économiques, ajoutée à la position qu'occupent les grandes firmes dans le champ fait en sorte qu'elles ont une influence non négligeable dans la détermination de ce qui est considéré légitime.

Finalement, les grands cabinets, en tant qu'élite sociale, mais surtout en tant que dominants dans leur champ, entretiennent des normes symboliques et disciplinent les acteurs qui s'en écartent. En ce sens,

la reconnaissance de la légitimité d'une domination constitue toujours une force (historiquement variable) qui vient renforcer le rapport de force établi parce que, en empêchant l'appréhension des rapports de force comme tels, elle tend à interdire aux groupes ou classes dominés de s'assurer toute la force que leur donnerait la prise de conscience de leur force (Bourdieu, 1979).

L'influence qu'ils détiennent sur la détermination du légitime, l'image qu'ils s'efforcent de dégager et le prestige qu'on leur attribue sont autant d'éléments qui sont perçus comme étant dans le cours de choses, sans autre questionnement. Cette reconnaissance sans lutte des autres acteurs et actrices témoigne de leur réussite dans l'instauration du légitime.

## CONCLUSION

Notre analyse nous permet maintenant de revenir sur notre question de recherche, à savoir « Les différences entre les ressources économiques et symboliques des grands cabinets par rapport à celle de l'aide juridique emporte-t-elle un traitement différencié des justiciables au sein du système juridique québécois ? ». Cette question nous amène incidemment à formuler l'hypothèse selon laquelle les grands cabinets ont accès à davantage de ressources économiques et symboliques que l'aide juridique afin de répondre aux besoins juridiques de leurs mandants et mandantes. Qu'en est-il donc ?

Avant tout, notre hypothèse selon laquelle les grands cabinets jouissent de davantage de ressources économiques et de ressources symboliques s'est avérée confirmée. Le choix de l'aide juridique comme point de comparaison a permis de pouvoir observer les différences qui existent entre l'expérience que les avocats et avocates défendant certains et certaines des justiciables les plus nantis font du système de justice et de la comparer à l'expérience des avocats et avocates qui défendent certains et certaines des justiciables les plus défavorisées. Il apparaît clairement que les grands cabinets d'avocats et d'avocates détiennent un énorme capital économique et un capital symbolique peut-être encore plus grand, lorsque comparés à l'aide juridique.

Sur le plan économique, nous avons pu voir à travers le processus d'accumulation du capital comment ce profit est généré. En ce sens, la stratégie d'accaparement d'opportunité qui permet aux grands cabinets de cibler les entreprises les plus grandes et les plus influentes est un des éléments majeurs de ce processus. La raison pour laquelle ils arrivent à saisir et protéger cette opportunité réside entre autres dans la capacité qu'ils ont à influencer largement ce qui est désirable ou légitime dans le champ juridique. S'il existe des facteurs structurels particuliers au monde juridique qui favorisent une unicité dans la détermination et le maintien de ce qui est légitime, comme la jurisprudence ou l'autorité des tribunaux et de la chose jugée, la position dominante des grands cabinets dans leur champ est aussi un important élément explicatif. Cet aspect vient jouer un rôle pivot dans la capacité des grandes firmes à engranger un capital symbolique. Puis, il explique aussi concrètement la façon dont le profit est généré, c'est-à-dire à partir de leur capital réputationnel et du travail d'ordre symbolique qui est effectué par ces grands bureaux avant d'être converti en capitaux économiques. Ainsi, leur maîtrise d'un outil symbolique, le droit, mais également l'écoute particulière dont ils bénéficient au point de vue

judiciaire et leur rôle prépondérant dans l'établissement du légitime font en sorte qu'ils s'accaparent cette opportunité lucrative.

Les observations et l'analyse que nous faisons des grands cabinets sur le plan symbolique nous amènent à tirer la conclusion qu'ils sont des agents prépondérants dans la détermination de ce qui est « désirable », au point d'aspirer à en détenir le monopole parmi les personnes qui se présentent devant les tribunaux. Ils influencent ainsi l'interprétation de la règle de droit, mais également de la manière dont ce droit doit être pratiqué, notamment en définissant l'habitus de l'avocat ou l'avocate de grand cabinet. Cet habitus devient en quelque sorte une norme auquel le champ se réfère pour évaluer le travail et les méthodes des autres agents et agentes, lesquelles détiennent rarement les mêmes outils, les mêmes capitaux ou les mêmes intérêts que les grands cabinets. Or, cet habitus prend racine dans un contexte où l'on cherche à défendre les intérêts des entreprises les plus riches et puissantes faisant affaire sur le territoire du Québec et dont les grands cabinets tirent profit.

Certains aspects de cet habitus servent également à rappeler la dominance symbolique des grands cabinets. Ces derniers rappellent leur position sociale et leur influence par une foule de moyens, allant de la possession de biens de luxe, à l'art, au design et l'apparence physique, pour n'en citer que quelques-uns. Ces éléments servent aussi une autre fonction, soit celle d'attirer les entreprises les plus riches et influentes en envoyant le message de leur succès, leur réputation et de la similarité que les grands cabinets peuvent avoir avec elles. Sur le plan individuel, les avocats et avocates de grands cabinets deviennent des porte-étendards de ce que leurs employeurs ont à offrir et du capital réputationnel de l'institution, soit en acceptant consciemment ce rôle ou en y percevant simplement le cours « ordinaire » des choses.

Sur le plan théorique, nous avons annoncé que la sociologie de Goffman serait mobilisée relativement à l'aspect symbolique de notre objet de recherche. À la lecture de nos données brutes et suite à leur analyse, nous avons constaté qu'il serait plus riche d'adopter une perspective fondée sur l'influence des grands cabinets sur la culture du champ. Ce choix devenait d'autant plus évident que notre questionnaire a permis de faire ressortir plusieurs éléments de l'habitus de l'avocat ou l'avocate de grand cabinet. Il devenait plus naturel de s'inspirer des travaux issus de la sociologie bourdieusienne afin de pouvoir s'ancrer dans l'abondance de données entourant le concept d'habitus et la prépondérance du statut social dans les réponses que nous avons obtenues. Nous considérons que cette approche nous a

notamment permis d'exposer comment les grands cabinets influencent ce qui est perçu comme la « bonne » manière de pratiquer le droit et les savoir-être qui y sont associés.

Si nous avons séparé les aspects économique et symbolique, ce n'est que par considérations pratiques. Pour comprendre le fonctionnement des grands cabinets et leur domination dans leur champ, voire au-delà, il est important de considérer les deux facettes comme étant imbriquées et faisant partie du même mode d'action. Ces organisations ont perfectionné le jeu qui doit exister entre ces deux types de capitaux dans le cadre de la poursuite de leurs intérêts et de ceux de leur clientèle. Elles convertissent l'un et l'autre de ces capitaux au fil de leurs besoins en s'assurant de conserver une place importante à l'aspect symbolique, lequel est au cœur de leur action et constitue leur marque de commerce, leur facteur de distinction par excellence. Nous espérons avoir fait ressortir les points de contact entre ces deux dimensions au fil de ce mémoire.

En somme, nous pouvons affirmer qu'il existe bel et bien un accès inégal aux ressources économiques et symboliques entre les deux institutions que nous avons étudiées. Cela engendre des conditions drastiquement différentes dans la réalisation du travail selon qu'on exerce à l'aide juridique ou dans un grand cabinet. Pour ces raisons, des inégalités d'ordre économique et symbolique existent entre les grands cabinets et l'aide juridique. Elles favorisent une meilleure expérience du système juridique pour les grands cabinets et, évidemment, leur clientèle.

La comparaison avec le groupe de l'aide juridique emporte un autre avantage. Elle nous donne la possibilité d'observer l'efficacité de l'action étatique dans sa promesse de rééquilibre des forces dans le système juridique. L'un des effets pervers de l'aide juridique telle qu'elle est conçue et déployée à l'heure actuelle est de laisser croire que l'État rééquilibre vraiment les forces au sein du système juridique québécois. Sans revenir sur les inégalités économiques et symboliques qui ont été décrites précédemment, il faut souligner que d'autres éléments structurels permettent de constater que la promesse de rééquilibre n'est pas tenue. Au final, l'aide juridique n'est qu'une aide de dernier recours à laquelle les personnes les plus vulnérables ont parfois accès lorsqu'elles sont confrontées à la facette judiciaire de la justice, généralement dans l'urgence. Or, c'est oblitérer le rôle de conseil que peuvent offrir les professionnels et professionnelles du droit afin d'éviter des problèmes d'ordre juridique ou, du moins, de poser des actions en connaissance de cause. *De facto*, les personnes les plus

vulnérables ont rarement accès à ce capital informationnel. Cela constitue une inégalité en soi. Et, comme le disait un avocat de grand cabinet : « [l]es avocats [de l'aide juridique pratiquant] en solo doivent se débrouiller sans ses ressources - ce n'est pas impossible mais c'est vraiment exigeant et le risque d'erreur est plus important » (GC-5, question 9.2). Ainsi, les avocats et avocates de l'aide juridique ne sont pas moins talentueuses que ceux et celles des grands cabinets, mais ils et elles n'exercent tout simplement pas dans les conditions que les grandes firmes mettent en place pour elles-mêmes et élèvent au plan de norme.

Au surplus, nous croyons que notre recherche contribue à mettre en exergue les différences dans les conditions de travail de ces deux groupes. Si un groupe dispose de davantage de ressources, d'une attention particulière de ses interlocuteurs et interlocutrices en général et de la magistrature en particulier et d'un statut social qui lui permet de participer activement à la détermination du légitime, alors les justiciables et leurs représentants ou représentantes ne font pas une expérience équivalente du système juridique. En soi, ce constat devrait être suffisant pour affirmer qu'il existe des inégalités dans un espace qui, par définition, se doit d'être équitable et impartial. Du point de vue de l'observateur ou l'observatrice moyenne, l'aide juridique agit comme un décor de théâtre. Le côté visible pour l'auditoire nous laisse croire que tous et toutes ne sont certes pas égaux dans l'accès au droit, mais que l'État joue son rôle et rétablit cette iniquité grâce à son programme gouvernemental. Ce faisant, ce mécanisme contribue à camoufler les rapports de pouvoir qui y sont réellement à l'œuvre, perpétuant le climat de violence symbolique envers les plus vulnérables et les plus pauvres. Nous espérons toutefois que le travail que nous avons cherché à accomplir avec notre mémoire donne un aperçu de ce qui se trouve à l'envers de ce décor.

Enfin, notre terrain et les résultats bruts que nous en avons tirés nous ont fait prendre conscience de la complexité du fonctionnement interne des grandes firmes d'avocats. La problématique à l'origine de nos travaux ne saurait nous permettre de saisir l'ensemble des facettes que nous avons pu apercevoir dans nos données et, plus largement, au fil de cette recherche. En ce sens, beaucoup reste à explorer pour parfaire la connaissance de l'objet de recherche que sont les grands cabinets.

Parmi les réponses que nous avons obtenues à notre questionnaire, nous avons été choqués par la prépondérance du traitement différencié que vivent les femmes dans cette institution. Cette perspective mériterait d'être approfondie et il va de soi qu'une grille d'analyse en

provenance des études féministes devrait être envisagée afin de faire ressortir ce qui nous apparaît comme un sujet riche et peu exploré.

Un mémoire ayant finalement un champ de vision bien étroit, c'est avec regret que nous avons dû faire certains choix quant à ce qui devait être sondé. Le travail des professionnels et professionnelles du droit au sein des grands cabinets n'est en réalité qu'une partie du travail qui y est réellement accompli. Il existe un abondant « personnel de soutien » qui réalise une multitude de tâches dans le cadre des services juridiques qui sont rendus à la clientèle de ces organisations. Nous sommes d'avis que de s'intéresser à leur travail, notamment en adoptant une perspective permettant de visibiliser les relations d'exploitation et de domination, serait une des voies prometteuses afin de poursuivre les explications entourant le processus d'accumulation du capital économique des grands cabinets.

## ANNEXE A

### *Hierarchie des grands cabinets d'avocats et d'avocates selon le modèle de Tilly*

Associés



Avocats senior



Avocats juniors



Stagiaires



Étudiants en droit



Parajuristes



Adjointes



Adjointes de soir



Personnel de soutien

(préposés à la photocopie, courrier interne, « court runner », préposés au breuvages/nourriture, préposé au voyageement de dossiers, réceptionnistes)

## ANNEXE B

*Liste étendue du champ lexical associé aux biens relevés dans nos résultats issus des grands cabinets*

- Vêtements
- Chaussures
- Talons hauts
- Montres de marque
- Grosses maisons
- Chalets
- Bijoux
- Grosses voitures
- Luxueux
- Maison à Ville Mont-Royal
- Immeubles
- Complet de marque
- *Corporate*
- Œuvres d'art
- Toiles
- Pièces
- Vue incroyable
- Tour
- Apparence professionnelle
- En imposer physiquement
- Ferrari
- Mobilier
- Honda



## ANNEXE C

### *Liste des vulnérabilités énoncées par le groupe de l'aide juridique*

- Autochtone
- Enjeu de santé mentale
- Être en situation de handicap
- Mauvaise santé financière
- Problème de logement
- Surjudiciarisation
- Discrimination systémique
- Surreprésentation dans le système de justice
- Toxicomanie
- Pauvreté
- Racisme
- Maladie
- Barrière linguistique
- Isolation sociale
- Statut d'immigration précaire
- Méconnaissance de leurs droits
- Bénéficiaires de l'aide sociale

## ANNEXE D

### *Barèmes de l'aide juridique 2021*

#### **Barème des revenus annuels (bruts)**

Personne seule	24 570 \$
Adulte + 1 enfant	30 062 \$
Adulte + 2 enfants ou plus	32 092 \$
Conjoints	34 195 \$
Conjoints + 1 enfant	38 259 \$
Conjoints + 2 enfants ou plus	40 291 \$

#### **Barème des revenus annuels (bruts)**

CATÉGORIE	REVENUS	VOLET
PERSONNE SEULE	de 24 571 \$ à 25 789 \$	100 \$
	de 25 790 \$ à 27 008 \$	200 \$
	de 27 009 \$ à 28 226 \$	300 \$
	de 28 227 \$ à 29 445 \$	400 \$
	de 29 446 \$ à 30 664 \$	500 \$
	de 30 665 \$ à 31 883 \$	600 \$
	de 31 884 \$ à 33 101 \$	700 \$
	de 33 102 \$ à 34 321 \$	800 \$
1 ADULTE ET 1 ENFANT	de 30 063 \$ à 31 552 \$	100 \$
	de 31 553 \$ à 33 042 \$	200 \$
	de 33 043 \$ à 34 532 \$	300 \$

	de 34 533 \$ à 36 022 \$ de 36 023 \$ à 37 511 \$ de 37 512 \$ à 39 001 \$ de 39 002 \$ à 40 491 \$ de 40 492 \$ à 41 492 \$	400 \$ 500 \$ 600 \$ 700 \$ 800 \$
1 ADULTE ET 2 ENFANTS OU PLUS	de 32 093 \$ à 33 683 \$ de 33 684 \$ à 35 273 \$ de 35 274 \$ à 36 864 \$ de 36 865 \$ à 38 455 \$ de 38 456 \$ à 40 045 \$ de 40 046 \$ à 41 636 \$ de 41 637 \$ à 43 226 \$ de 43 227 \$ à 44 818 \$	100 \$ 200 \$ 300 \$ 400 \$ 500 \$ 600 \$ 700 \$ 800 \$
CONJOINT SANS ENFANT	de 34 196 \$ à 35 891 \$ de 35 892 \$ à 37 587 \$ de 37 588 \$ à 39 283 \$ de 39 284 \$ à 40 979 \$ de 40 980 \$ à 42 674 \$ de 42 675 \$ à 44 370 \$ de 44 371 \$ à 46 066 \$ de 46 067 \$ à 47 762 \$	100 \$ 200 \$ 300 \$ 400 \$ 500 \$ 600 \$ 700 \$ 800 \$
CONJOINT ET 1 ENFANT	de 38 260 \$ à 40 156 \$ de 40 157 \$ à 42 053 \$ de 42 054 \$ à 43 950 \$ de 43 951 \$ à 45 848 \$ de 45 849 \$ à 47 745 \$ de 47 746 \$ à 49 642 \$ de 49 643 \$ à 51 539 \$ de 51 540 \$ à 53 437 \$	100 \$ 200 \$ 300 \$ 400 \$ 500 \$ 600 \$ 700 \$ 800 \$
CONJOINT ET 2 ENFANTS OU PLUS	de 40 292 \$ à 42 289 \$ de 42 290 \$ à 44 287 \$ de 44 288 \$ à 46 285 \$ de 46 286 \$ à 48 283 \$ de 48 284 \$ à 50 281 \$ de 50 282 \$ à 52 279 \$ de 52 280 \$ à 54 277 \$ de 54 278 \$ à 56 276 \$	100 \$ 200 \$ 300 \$ 400 \$ 500 \$ 600 \$ 700 \$ 800 \$

\*Source : CENTRE COMMUNAUTAIRE JURIDIQUE DE QUÉBEC,  
[http://aidejuridiquequebec.qc.ca/qui\\_est\\_admissible/baremes](http://aidejuridiquequebec.qc.ca/qui_est_admissible/baremes) (page consultée le 10 mars 2022).

## ANNEXE E

### TABLEAU DES THÉMATIQUES – GRANDS CABINETS

Clientèle	Personnes morales Assureurs Fortunés Multinationales Compagnies de grande envergure « Entreprises sophistiquées »	Employeurs Patronat Grands réseaux publics Entreprises cotées en bourses Banques
Impact sur la société	Impression de futilité, « de brasser de l'air » Recherche de sens difficile lorsque les mandats proviennent d'assureurs et que les enjeux sont strictement financiers Assurer l'équilibre employeur-employé Développement des affaires	Création d'emploi Préservation des sièges sociaux au Québec Servir grandes entreprises Participer à la croissance économique du Québec Participer à la croissance économique de Montréal
Image	Très importante Les grands cabinets sont conservateurs et traditionnels	Exigence d'être « parfaite » surtout pour les femmes « La présentation physique doit être impeccable dans

	Règles/politiques sur comment s'habiller	une cabinet tel que [nom du cabinet] »
	Casual Friday	Collections privées d'œuvres d'art, parfois sur place
	Apparence plus soignée	Œuvre d'art
	Module son apparence en fonction de son interlocuteur/objectif	« Le bureau est une œuvre d'art »
	Porte du maquillage alors qu'elle n'en porte pas à l'extérieur	Grande tour du centre-ville Montréal « La tour porte même le logo du bureau »
	Département de marketing au sein du bureau	Montrer que l'on est une personne travaillante, disponible
	Mesures strictes quant à la sélection et l'approbation des nouveaux clients : évaluation exhaustive interne afin d'identifier tout risque potentiel à la réputation de la firme	Ne pas montrer de faiblesses
Langage	Évoquer le nom de contacts pour augmenter sa propre crédibilité (contact des champs politiques et juridiques)	Langage soutenu assez présent
	Adapter son langage en fonction de son interlocuteur	Utilisation de jargon Démontrer de la crédibilité Peu de langage familier « S'exprimer avec assurance et conviction »
Prestige	Facteurs contribuant/favorisant le prestige :	Plus grand prestige lorsqu'on pratique en grand cabinet
	Être un homme blanc ;	Les avocats, avocates et la clientèle des grands cabinets « regardent les petits cabinet de haut »

	Les dossiers médiatisés ;	Manifestation dans le langage
	Les dossiers mettant en jeu des sommes importantes ;	Entretien constant de la réputation
	Le salaire et les conditions de travail ;	Lié à place sur le marché
	Le type de clientèle (personne morale vs personne physique);	Clique de GC qui se soutiennent dans leurs valeurs communes
	Posséder des biens de luxes ;	Comparer entre GC savoir qui est au sommet
	Avoir des clients ou clientes réputées ;	Influence négative : non-conformisme, apparence non-soignée, salaire modeste, convictions politiques
	L'emplacement des bureaux ;	l'implication à des activités internes au bénéfice des autres collègues ou à l'avancement de la pratique et l'innovation.
	Présence internationale du cabinet ;	
	Le droit des affaires/le monde des affaires ;	Utile à l'obtention de nouveaux dossiers
	Facteurs nuisant au prestige :	Utile afin d'intimider des adversaires
	Pratiquer en région ;	Utile au recrutement d'avocats et avocates
	Certains domaines de pratique (aide juridique, droit criminel, droit carcéral, communautaire) ;	
	petit cabinet/solo, AJ	
Relations professionnelles	Très importantes dans le cadre du travail en grand cabinet	Sont utiles au développement d'affaires et à l'obtention de nouveaux et nouvelles clientes
	La satisfaction du client est au centre du travail	Réseau de contact
	Permettent de faire progresser les dossiers	5 à 7

	Attentes patronales élevées	
Ce qui distingue les grands cabinets des autres acteurs du champ	Présence de beaucoup de ressource en un seul endroit	Ne pas être restreint à une pratique de volume
	Le vaste réseau inhérent au cabinet	« vouloir être gentil »
	Avoir des dossiers d'envergure	La proximité communauté des affaires Plus de ressources que dans d'autres types de cabinets
Environnement de travail	Environnement sous pression	« Workaholic »
	Attentes chiffrées et importantes	Alcool à volonté, nourriture
	Pratique du litige est nocive et toxique, charge mentale importante	Mentionne que c'est pour que les employés soient plus productifs
	Lié à rétention personnel	Meilleures conditions possibles
	Luxe	Personnel administratif « de seconde classe » vs avocats
	Œuvre d'art	
	Équipement adapté/sur mesure	L'accès au titre donne accès au bureau fermé (bureaux tous les mêmes pour les avocats et avocates)
	Plusieurs services internes disponibles :	« Presque tous les avocats avaient des dépendances »
	Traiteur ;	Pas d'équilibre familial
	Salons ;	« Comme dans une secte »
Cafétérias ;	Anxiété	



	Cuisines ; Lounge, Bar ;	
Réputation	Prises plus au sérieux dans les arguments à cause du bureau où on exerce	A des conséquences positives devant tribunaux Ne détermine pas l'issue d'un litige
Modèle d'affaires	Les dossiers arrivent sans effort du au nom et la réputation du cabinet Reproduction du modèle par l'implication et la sélection des jeunes professionnels Entreprenariat Les juniors sont payés moins cher et sont nombreux Les associés et associées sont payées plus cher et sont peu nombreux	Générer le plus d'heures facturables possible Vente croisée des services d'un même cabinet (vendre les services d'autres départements) Les associés détiennent des parts et sont responsables de maximiser les profits Modèle « pyramidal »
Argent	100% questions monétaires Facturation horaire « Money brings money » Cercle « vertueux »	Superficiel Développe un lien entre valeur la valeur que l'on peut avoir comme individu en fonction du niveau d'intelligence et de la rémunération « Plusieurs millions »

	Occupe une grande place dans les grands cabinets	
	« Sommes considérables », « faramineuses »	
Santé financière de la clientèle	Jamais de problème de liquidité	
	Santé financière bonne, favorable, excellente, au-dessus de la moyenne	
Résultats financiers	Ne les connaît pas/refus de commenter	Les résultats financiers ne sont pas publics donc ils n'influencent pas la réputation
	L'aspect économique est un marqueur de succès	
Avantages offerts par la réputation	Réception de nouveaux dossiers juste à cause du nom du cabinet	Fait partie de l'élite
	Connexion avec des personnalités politiques	Invitation à des conférence/congrès, événements, accès à des acteurs et actrices importantes sur le marché
	Tous les associés ont la même opinion politique	
	Présence dans des événements politiques	Participe à des événement avec le juge en chef de la Cour suprême
Honoraires	« Lorsque nous recevons de plus petits dossiers, je constate généralement qu'il aurait été beaucoup plus économique de régler le dossier sans mon intervention »	Honoraires abordables et raisonnable
		Sommes importantes, faramineuses
	Facturation horaire	Des centaines de milliers
		<i>Retainers</i>

		« Plusieurs millions »
		« Taux exorbitants »
Ressources et outils de travail	<p>L'adjointe (permet de comprendre comment un avocat fonctionne ses habitudes façon de travailler, problème technique, service spécial)</p> <p>La clientèle n'hésite pas à payer les frais d'expertise</p> <p>Accès aux collègues</p> <p>Crédibilité acquise du simple fait d'être dans le bureau</p> <p>Renouvellement du matériel informatique</p> <p>Ressources gigantesques</p> <p>Étudiants</p> <p>Stagiaires</p> <p>Secrétaires juridiques</p>	<p>Techniciens juridiques</p> <p>Salle de conférence avec personnel de cuisine</p> <p>Banque de documents modèles provenant de plusieurs avocats et avocates</p> <p>Services de bibliothécaire interne</p> <p>Service d'enquêteur</p> <p>Accès à des logiciels de recherche coûteux</p> <p>Plus grande facilité à être connu/respecté des clients en raison de l'historique centenaire du cabinet, des avocats qui y pratiquent et des dossiers qui ont été menés</p>
Concept de justice	<p>Ne représente pas l'idée de Justice/accès justice</p> <p>Pour des considérations économiques</p> <p>Ne s'applique pas à sa pratique</p> <p>Si deux parties peuvent s'exprimer = justice</p> <p>Les réponses reçues de la part des grands cabinets sont plus axées sur des éléments législatifs vs celles de l'aide</p>	<p>Reconnaissance que les salariées ne comprennent pas tout, qu'ils et elles sont dépourvues</p> <p>Faire respecter les droits de son client est la justice même si des M\$ dans compte ne banque</p> <p>« 75% des dossiers sont réglés pour des considérations purement économiques »</p>

	juridique sur le sens plus large de justice	
Relation entre image et succès économique	L'image a une influence sur le succès économique	La réputation justifie les taux exorbitants
	L'image est utile pour attirer de nouveaux dossiers	L'image est essentielle pour générer la réputation
	La clientèle sent qu'elle dépense pour l'accès au prestige	Comparaison entre son cabinet et une voiture de marque ferrari (vs une voiture de marque honda)
	Le succès économique provient de la notoriété	
Dépenses liées à l'image	Infolettre	Utile afin d'attirer la clientèle
	Publicité	Cadeaux, soupers arrosés, billets de hockey
	Commandites de plusieurs événements	Cadeaux corporatifs
	Promotion et marketing des avocats et avocates afin qu'ils et elles aient une plus grande visibilité au sein de la communauté juridique	Objets promotionnel : Tasses ;
	Dépenses très importantes liées à l'image	Casquettes ;
	Reconnaissance que les grands cabinets investissent dans l'image	Crayons ;
	Visibilité auprès de la clientèle	Clés USB ;
	« Donateurs d'événements corporatifs »	Sous-verres ;
	Avocats et avocates deviennent une partie de l'image du cabinet	Balles anti-stress ;
	Appui à des œuvres caritative (ex. : Centraide)	Efforts par rapport à l'image ont un agenda (ex. : appuyer œuvre caritativ car président est aussi dirigeant

	Dons d'heures de leurs personnel	d'un client du cabinet)
Relation propriété personnelle /image	Reconnaissance de l'influence des propriétés personnelles sur l'image, le prestige, la réputation	Certains biens influencent favorablement l'image et de la perception du succès :
	Valoriser de dépenser pour bien paraître	Maison ville mont-royal ;
	Influence perception, perçu comme succès	Voiture de luxe ;
	Hommes qui définissent l'image du cabinet	Vêtements ;
	Plus vrai encore dans les GC	Chaussures ; Bijoux ; Montres ; Voitures ; Résidences secondaires ;

## ANNEXE F

### TABLEAU DES THÉMATIQUES – AIDE JURIDIQUE

Clientèle	<p>Personnes physiques</p> <p>Clientèle vulnérable</p> <p>« Surjudiciarisée », surreprésentation</p> <p>Discrimination systémique</p> <p>Handicap</p>	<p>Enjeux de santé mentale</p> <p>Problèmes de logement</p> <p>Criminalité</p> <p>Autochtones</p> <p>Personnes bénéficiant de l'aide sociale</p>
Impact société	<p>Accessibilité à la justice</p> <p>Donner un sens au concept égalité</p> <p>Double rôle juridique et social</p> <p>Constitue un contre-pouvoir à la police/couronne</p> <p>Assure concrètement l'application des droits constitutionnels</p>	<p>Impact limité</p> <p>Problématiques auxquelles la clientèle est confrontée dépassent la législation en place</p> <p>La loi constitue un obstacle pour la clientèle vulnérable</p>
Image	<p>Image du complet-cravate n'est pas importante</p> <p>Port du jeans au bureau</p> <p>Pas de changement significatif dans l'apparence entre la maison et le bureau</p>	<p>Reconnaissance d'un prestige lié au statut d'avocat dans la culture populaire</p> <p>Représente uniquement des locataires en matière de droit au logement</p>

Langue	Terminologie légale employée devant la Cour ;	Langage vulgarisé ;
Prestige	Facteur d'influence du prestige : Type de dossier ; Être à l'emploi d'un grand cabinet ; Domaine de droit pratiqué ; Médiatisation des dossiers ;	Reconnaissance d'une différence entre les avocats et avocates de l'aide juridique et ceux et celles de grands cabinets ; Déconsidération des avocats et avocates qui travaillent uniquement pour l'attrait financier ;
Relations professionnelles	Obtenir des références pour de nouveaux dossiers (mandats d'aide juridique externes)	Initier la réciprocité, civisme Favorise la bonne gestion des dossiers
Distinction de votre cabinet	Aucun souci de l'aspect financier dans son travail Agit auprès personnes vulnérable Fonctionne avec peu de ressources	Engagement social Quantité/exclusivité de mandats d'aide juridique
Environnement de travail	L'employeur n'y accorde pas une attention particulière	Modeste Sans prétention, convivial

Réputation	Être une jeune femme influence la vision de la magistrature	
Modèle d'affaires	Pratique de volume	Implication sociale
Argent	Très peu d'importance	Tentative d'assurer un niveau de vie décent
	Précarité financière due à sa pratique constituée de mandats d'aide juridique externes	« Vivre » par opposition à l'idée de profit L'aspect financier n'est pas un marqueur de succès
Santé financière des clients	Mauvaise Précaire	Dépendant en majorité de l'aide sociale ou d'une autre source de revenu gouvernementale
Résultat financier / vision du cabinet	Le volume de dossiers et les causes plaidées sont un marqueur de succès (par opposition à l'aspect financier)	Fonctionne à très bas coûts Aucune influence
Avantage réputation	La magistrature sait que sa clientèle est vulnérable par avance	Aucun avantage monétaire lié à la réputation
Honoraires	Difficultés à trouver des experts et expertes qui acceptent des mandats aux taux offerts par l'aide juridique  Les experts et expertes sont mieux payées que l'avocat	Certains clients et clientes renoncent à des recours faute de ressources financières



	ou l'avocate au dossier par la CSJ (même payeur)	
Outils de travail	<p>Possèdent le matériel requis, mais sans plus</p> <p>Peu de ressources disponibles</p> <p>Pas de personnel de soutien</p>	Difficultés à trouver des experts et expertes qui acceptent des mandats aux taux offerts par l'aide juridique
Justice	<p>Sa pratique en droit criminel protègent les droits consacrés par la Charte</p> <p>Fait valoir des droits que les gens ignorent avoir</p> <p>« La justice n'est pas la même pour les gens aisés que pour les gens vulnérables »</p>	<p>Les individus qui se retrouvent en prison/pénitencier ne sont pas blanches</p> <p>Un système de justice ne représente jamais l'idée de justice</p>
Image / succès éco	<p>N'a pas le sentiment que la clientèle s'attend à une image de luxe du seul fait d'être avocat ou avocate</p> <p>Ne pense pas que les résultats financiers sont un marqueur de succès</p>	Ne bénéficie pas de succès économique, donc ne bénéficie pas d'avantages indirects
Dépenses / image	<p>Site web</p> <p>Logo</p> <p>Photos professionnelles</p> <p>Cartes d'affaires</p>	<p>Les contributions sont plus un geste de solidarité qu'une dépense liée à l'image</p> <p>Aucune, minimum, très peu</p>

Propriété perso / image

Pas dans son contexte professionnel

Reconnait que c'est possible mais ne s'applique pas à eux.elles

## ANNEXE G

### TABLEAU DES THÉMATIQUES – COMPARATIF

Thèmes	Grands cabinets	Aide juridique
Clientèle	Personnes morales Assureurs Fortunés Multinationales Compagnies de grande envergure « Entreprises sophistiquées » Employeurs Patronat Grands réseaux publics Entreprises cotées en bourses Banques	Personnes physiques Clientèle vulnérable « Surjudicialisée », surreprésentation Discrimination systémique Handicap Enjeux de santé mentale Problèmes de logement Criminalité Autochtones Personnes bénéficiant de l'aide sociale
Impact sur la	Impression de futilité, « de brasser de l'air »	Accessibilité à la justice

société	<p>Recherche de sens difficile lorsque les mandats proviennent d'assureurs et que les enjeux sont strictement financiers</p> <p>Assurer l'équilibre employeur-employé</p> <p>Développement des affaires</p> <p>Création d'emploi</p> <p>Préservation des sièges sociaux au Québec</p> <p>Servir grandes entreprises</p> <p>Participer à la croissance économique du Québec</p> <p>Participer à la croissance économique de Montréal</p>	<p>Donner un sens au concept égalité</p> <p>Double rôle juridique et social</p> <p>Constitue un contre-pouvoir à la police/couronne</p> <p>Assure concrètement l'application des droits constitutionnels</p> <p>Impact limité</p> <p>Problématiques auxquelles la clientèle est confrontée dépassent la législation en place</p> <p>La loi constitue un obstacle pour la clientèle vulnérable</p>
Image	<p>Très importante</p> <p>Les grands cabinets sont conservateurs et traditionnels</p> <p>Règles/politiques sur comment s'habiller</p> <p>Casual Friday</p> <p>Apparence plus soignée</p> <p>Module son apparence en fonction de son interlocuteur/objectif</p> <p>Porte du maquillage alors qu'elle n'en porte pas à l'extérieur</p>	<p>Image du complet-cravate n'est pas importante</p> <p>Port du jeans au bureau</p> <p>Pas de changement significatif dans l'apparence entre la maison et le bureau</p> <p>Reconnaissance d'un prestige lié au statut d'avocat dans la culture populaire</p> <p>Représente uniquement des locataires en matière de droit au logement</p>

Langage

Département de marketing au sein du bureau

Mesures strictes quant à la sélection et l'approbation des nouveaux clients : évaluation exhaustive interne afin d'identifier tout risque potentiel à la réputation de la firme

Exigence d'être « parfaite » surtout pour les femmes

« La présentation physique doit être impeccable dans un cabinet tel que [nom du cabinet] »

Collections privées d'œuvres d'art, parfois sur place

Œuvre d'art

« Le bureau est une œuvre d'art »

Grande tour du centre-ville Montréal

« La tour porte même le logo du bureau »

Montrer que l'on est une personne travaillante, disponible

Ne pas montrer de faiblesses

Évoquer le nom de contacts pour augmenter sa propre crédibilité (contact des champs politiques et juridiques)

Adapter son langage en fonction de son interlocuteur

Langage soutenu assez présent

Utilisation de jargon

Terminologie légale employée devant la Cour ;

Langage vulgarisé ;

	<p>Démontrer de la crédibilité</p> <p>Peu de langage familier</p> <p>« S'exprimer avec assurance et conviction »</p>	
Prestige	<p>Facteurs contribuant/favorisant le prestige :</p> <p>Être un homme blanc ;</p> <p>Les dossiers médiatisés ;</p> <p>Les dossiers mettant en jeu des sommes importantes ;</p> <p>Le salaire et les conditions de travail ;</p> <p>Le type de clientèle (personne morale vs personne physique) ;</p> <p>Posséder des biens de luxes ;</p> <p>Avoir des clients ou clientes réputées ;</p> <p>L'emplacement des bureaux ;</p> <p>Présence internationale du cabinet ;</p> <p>Le droit des affaires/le monde des affaires ;</p> <p>Facteurs nuisant au prestige :</p> <p>Pratiquer en région ;</p> <p>Certains domaines de pratique (aide juridique, droit</p>	<p>Facteur d'influence du prestige :</p> <p>Type de dossier ;</p> <p>Être à l'emploi d'un grand cabinet ;</p> <p>Domaine de droit pratiqué ;</p> <p>Médiatisation des dossiers ;</p> <p>Reconnaissance d'une différence entre les avocats et avocates de l'aide juridique et ceux et celles de grands cabinets</p> <p>Déconsidération des avocats et avocates qui travaillent uniquement pour l'attrait financier</p>

criminel, droit carcéral, communautaire) ;  
 petit cabinet/solo, AJ  
 Plus grand prestige lorsqu'on pratique en grand cabinet  
 Les avocats, avocates et la clientèle des grands cabinets  
 « regardent les petits cabinet de haut »  
 Manifestation dans le langage  
 Entretien constant de la réputation  
 Lié à place sur le marché  
 Clique de GC qui se soutiennent dans leurs valeurs  
 communes  
 Comparer entre GC savoir qui est au sommet  
 Influence négative : non-conformisme, apparence non-  
 soignée, salaire modeste, convictions politiques  
 l'implication à des activités internes au bénéfice des  
 autres collègues ou à l'avancement de la pratique et  
 l'innovation.  
 Utile à l'obtention de nouveaux dossiers  
 Utile afin d'intimider des adversaires  
 Utile au recrutement d'avocats et avocates

Relations

Très importantes dans le cadre du travail en grand

Obtenir des références pour de nouveaux dossiers

professionnelles	<p>cabinet</p> <p>La satisfaction du client est au centre du travail</p> <p>Permettent de faire progresser les dossiers</p> <p>Attentes patronales élevées</p> <p>Sont utiles au développement d'affaires et à l'obtention de nouveaux et nouvelles clientes</p> <p>Réseau de contact</p> <p>5 à 7</p>	<p>(mandats d'aide juridique externes)</p> <p>Initier la réciprocité, civisme</p> <p>Favorise la bonne gestion des dossiers</p>
Ce qui distingue les grands cabinets des autres acteurs du champ	<p>Présence de beaucoup de ressource en un seul endroit</p> <p>Le vaste réseau inhérent au cabinet</p> <p>Avoir des dossiers d'envergure</p> <p>Ne pas être restreint à une pratique de volume</p> <p>« vouloir être gentil »</p> <p>La proximité communauté des affaires</p> <p>Plus de ressources que dans d'autres types de cabinets</p>	<p>Aucun souci de l'aspect financier dans son travail</p> <p>Agit auprès personnes vulnérable</p> <p>Fonctionne avec peu de ressources</p> <p>Engagement social</p> <p>Quantité/exclusivité de mandats d'aide juridique</p>
Environnement de travail	<p>Environnement sous pression</p> <p>Attentes chiffrées et importantes</p> <p>Pratique du litige est nocive et toxique, charge mentale</p>	<p>L'employeur n'y accorde pas une attention particulière</p> <p>Modeste</p>



<p>importante</p> <p>Lié à rétention personnel</p> <p>Luxe</p> <p>Œuvre d'art</p> <p>Équipement adapté/sur mesure</p> <p>Plusieurs services internes disponibles :</p> <p>Traiteur ;</p> <p>Salons ;</p> <p>Cafétérias ;</p> <p>Cuisines ;</p> <p>Lounge,</p> <p>Bar ;</p> <p>« Workaholic »</p> <p>Alcool à volonté, nourriture</p> <p>Mentionne que c'est pour que les employés soient plus productifs</p> <p>Meilleures conditions possibles</p> <p>Personnel administratif « de seconde classe » vs avocats</p> <p>L'accès au titre donne accès au bureau fermé (bureaux</p>	<p>Sans prétention, convivial</p>
--	-----------------------------------

	<p>tous les mêmes pour les avocats et avocates)</p> <p>« Presque tous les avocats avaient des dépendances »</p> <p>Pas d'équilibre familial</p> <p>« Comme dans une secte »</p> <p>Anxiété</p>	
Réputation	<p>Prises plus au sérieux dans les arguments à cause du bureau où on exerce</p> <p>A des conséquences positives devant tribunaux</p> <p>Ne détermine pas l'issue d'un litige</p>	Être une jeune femme influence la vision de la magistrature
Modèle d'affaires	<p>Les dossiers arrivent sans effort du au nom et la réputation du cabinet</p> <p>Reproduction du modèle par l'implication et la sélection des jeunes professionnels</p> <p>Entreprenariat</p> <p>Les juniors sont payés moins cher et sont nombreux</p> <p>Les associés et associées sont payées plus cher et sont peu nombreux</p> <p>Générer le plus d'heures facturables possible</p> <p>Vente croisée des services d'un même cabinet (vendre</p>	<p>Pratique de volume</p> <p>Implication sociale</p>

	<p>les services d'autres départements)</p> <p>Les associés détiennent des parts et sont responsables de maximiser les profits</p> <p>Modèle « pyramidal »</p>	
Argent	<p>100% questions monétaires</p> <p>Facturation horaire</p> <p>« Money brings money »</p> <p>Cercle « vertueux »</p> <p>Occupe une grande place dans les grands cabinets</p> <p>« Sommes considérables », « faramineuses »</p> <p>Superficiel</p> <p>Développe un lien entre valeur la valeur que l'on peut avoir comme individu en fonction du niveau d'intelligence et de la rémunération</p> <p>« Plusieurs millions »</p>	<p>Très peu d'importance</p> <p>Précarité financière du à sa pratique constituée de mandats d'aide juridique externes</p> <p>Tentative d'assurer un niveau de vie décent</p> <p>« Vivre » par opposition à l'idée de profit</p> <p>L'aspect financier n'est pas un marqueur de succès</p> <p>Les personnes doivent « rester admissible » à l'aide juridique</p>
Santé financière de la clientèle	<p>Jamais de problème de liquidité</p> <p>Santé financière bonne, favorable, excellente, au-dessus</p>	<p>Mauvaise</p>

	de la moyenne	Précaire
		Dépendant en majorité de l'aide sociale ou d'une autre source de revenu gouvernementale
Résultats financiers	<p>Ne les connaît pas/refus de commenter</p> <p>L'aspect économique est un marqueur de succès</p> <p>Les résultats financiers ne sont pas publics donc ils n'influencent pas la réputation</p>	<p>Le volume de dossiers et les causes plaidées sont un marqueur de succès (par opposition à l'aspect financier)</p> <p>Fonctionne à très bas coûts</p> <p>Aucune influence</p>
Avantages offerts par la réputation	<p>Réception de nouveaux dossiers juste à cause du nom du cabinet</p> <p>Connexion avec des personnalités politiques</p> <p>Tous les associés ont la même opinion politique</p> <p>Présence dans des événements politiques</p> <p>Fait partie de l'élite</p> <p>Invitation à des conférences/congrès, événements, accès à des acteurs et actrices importantes sur le marché</p> <p>Participe à des événements avec le juge en chef de la Cour suprême</p>	<p>La magistrature sait que sa clientèle est vulnérable par avance</p> <p>Aucun avantage monétaire lié à la réputation</p>
Honoraires	« Lorsque nous recevons de plus petits dossiers, je constate généralement qu'il aurait été beaucoup plus économique de régler le dossier sans mon intervention »	Difficultés à trouver des experts et expertes qui acceptent des mandats aux taux offerts par l'aide juridique

Ressources et  
outils de travail

Facturation horaire  
Honoraires abordables et raisonnables  
Sommes importantes, faramineuses  
Des centaines de milliers  
*Retainers*  
« Plusieurs millions »  
« Taux exorbitants »

L'adjointe (permet de comprendre comment un avocat fonctionne ses habitudes façon de travailler, problème technique, service spécial)  
La clientèle n'hésite pas à payer les frais d'expertise  
Accès aux collègues  
Crédibilité acquise du simple fait d'être dans le bureau  
Renouvellement du matériel informatique  
Ressources gigantesques  
Étudiants  
Stagiaires  
Secrétaires juridiques  
Techniciens juridiques

Les experts et expertes sont mieux payés que l'avocat ou l'avocate au dossier par la CSJ (même payeur)  
Certains clients et clientes renoncent à des recours faute de ressources financières

Possèdent le matériel requis, mais sans plus  
Peu de ressources disponibles  
Pas de personnel de soutien  
Difficultés à trouver des experts et expertes qui acceptent des mandats aux taux offerts par l'aide juridique

	<p>Salle de conférence avec personnel de cuisine</p> <p>Banque de documents modèles provenant de plusieurs avocats et avocates</p> <p>Services de bibliothécaire interne</p> <p>Service d'enquêteur</p> <p>Accès à des logiciels de recherche coûteux</p> <p>Plus grande facilité à être connu/respecté des clients en raison de l'historique centenaire du cabinet, des avocats qui y pratiquent et des dossiers qui ont été menés</p>	
<p>Concept de justice</p>	<p>Ne représente pas l'idée de Justice/accès justice</p> <p>Pour des considérations économiques</p> <p>Ne s'applique pas à sa pratique</p> <p>Si deux parties peuvent s'exprimer = justice</p> <p>Les réponses reçues de la part des grands cabinets sont plus axées sur des éléments législatifs vs celles de l'aide juridique sur le sens plus large de justice</p> <p>Reconnaissance que les salariées ne comprennent pas tout, qu'ils et elles sont dépourvues</p> <p>Faire respecter les droits de son client est la justice même si des M\$ dans compte ne banque</p> <p>« 75% des dossiers sont réglés pour des considérations</p>	<p>Sa pratique en droit criminel protègent les droits consacrés par la Charte</p> <p>Fait valoir des droits que les gens ignorent avoir</p> <p>« La justice n'est pas la même pour les gens aisés que pour les gens vulnérables »</p> <p>Les individus qui se retrouvent en prison/pénitencier ne sont pas blanches</p> <p>Un système de justice ne représente jamais l'idée de justice</p> <p>Lorsque résultats recours ont des conséquences sur l'état du droit et donc pour ceux.celles qui suivront</p>

	purement économiques »	
Relation entre image et succès économique	<p>L'image a une influence sur le succès économique</p> <p>L'image est utile pour attirer de nouveaux dossiers</p> <p>La clientèle sent qu'elle dépense pour l'accès au prestige</p> <p>Le succès économique provient de la notoriété</p> <p>La réputation justifie les taux exorbitants</p> <p>L'image est essentielle pour générer la réputation</p> <p>Comparaison entre son cabinet et une voiture de marque ferrari (vs une voiture de marque honda)</p>	<p>N'a pas le sentiment que la clientèle s'attend à une image de luxe du seul fait d'être avocat ou avocate</p> <p>Ne pense pas que les résultats financiers sont un marqueur de succès</p> <p>Ne bénéficie pas de succès économique, donc ne bénéficie pas d'avantages indirects</p>
Dépenses liées à l'image	<p>Infolettre</p> <p>Publicité</p> <p>Commandites de plusieurs événements</p> <p>Promotion et marketing des avocats et avocates afin qu'ils et elles aient une plus grande visibilité au sein de la communauté juridique</p> <p>Dépenses très importantes reliées à l'image</p> <p>Reconnaissance que les grands cabinets investissent dans l'image</p>	<p>Site web</p> <p>Logo</p> <p>Photos professionnelles</p> <p>Cartes d'affaires</p> <p>Les contributions sont plus un geste de solidarité qu'une dépense liée à l'image</p> <p>Aucune, minimum, très peu</p>

Visibilité auprès de la clientèle

« Donateurs d'événements corporatifs »

Avocats et avocates deviennent une partie de l'image du cabinet

Appui à des œuvres caritative (ex. : Centraide)

Dons d'heures de leurs personnel

Utile afin d'attirer la clientèle

Cadeaux, soupers arrosés, billets de hockey

Cadeaux corporatifs

Objets promotionnel :

Tasses ;

Casquettes ;

Crayons ;

Clés USB ;

Sous-verres ;

Balles anti-stress ;

Efforts par rapport à l'image ont un agenda (ex. : appuyer œuvre caritative car le président est aussi le dirigeant d'une cliente du cabinet)



Relation  
propriété  
personnelle  
/image

Reconnaissance de l'influence des propriétés  
personnelles sur l'image, le prestige, la réputation

Valoriser de dépenser pour bien paraître

Influence perception, perçu comme succès

Hommes qui définissent l'image du cabinet

Plus vrai encore dans les GC

Certains biens influencent favorablement l'image et de  
la perception du succès :

Maison ville mont-royal ;

Voiture de luxe ;

Vêtements ;

Chaussures ;

Bijoux ;

Montres ;

Voitures ;

Résidences secondaires ;

Pas dans son contexte professionnel

Reconnait que c'est possible mais ne s'applique pas à  
eux.elles

## BIBLIOGRAPHIE

### Articles de périodiques

- ANSAR, P. (1999). Habitus. Dans AKOUN, A. & ANSART, P (dir.). Dictionnaire de sociologie, Tours : Le Seuil.
- BERNHEIM, E. et LANIEL, R-A. (2015), Le droit à l'avocat, une histoire d'argent. La revue du barreau canadien, 93, 1-26.
- BESSY, C. (2010). Les avocats, un marché professionnel déstabilisé. Revue française de sciences sociales. 110, 35-48.
- BLAKER STRAND, V. et IKDAHL, I. (2017). Responding to Disadvantage and Inequality through Law. Oslo Law Review. 4(3), 124-132.
- BOUCHER, P. (2013). L'offre et la demande de services juridiques. Les besoins des ménages à revenus moyens. Observatoire des services professionnels, récupéré le 10 août 2019 de <http://www.observatoirepro.com/docu/OD-SEPT-F.pdf>
- BOURDIEU, P. (1966). L'école conservatrice: Les inégalités devant l'école et devant la culture. Revue française de sociologie, 7(3), 325-347.
- BOURDIEU, P. (1984). La délégation et le fétichisme politique. Actes de la recherche en sciences sociales, 52-53, 49-55 [réédité dans (1987), Choses dites, Paris : Minuit, 185-202].
- BOURDIEU, P. (1986). La force du droit. Actes de la recherche en sciences sociales, 64, 3-19.
- CAPPELLETTI, M. et GARTH, B. G. (1978). Access to justice. The newest wave in the worldwide movement to make rights effective. Buffalo Law Review, 27(2), 181-292
- CARRIER-PLANTE, C., DUCHESNE BLONDIN, A., FONTAN, J., LANIEL, R., SÉNÉCHAL, Y. & VAILLANCOURT, K. (2016). L'accès à la justice : perspectives sociologiques. Nouveaux Cahiers du socialisme, 16, 15–21
- CORDIER, A. (1999). Champ social. Dans AKOUN, A. & ANSART, P (dir.). Dictionnaire de sociologie, Tours : Le Seuil.
- DESCARRIES, F. (2005). L'antiféminisme « ordinaire ». Recherches féministes, 18(2), 137–151. <https://doi.org/10.7202/012421ar> (page consultée le 3 février 2022).
- FINEMAN. M. A. (17 décembre 2017). Vulnerability an Inevitable Inequality. Oslo Law Review. 4, 113-149.
- GALANTER, M. (1974). Why the "haves" Come Out Ahead: Speculations on the Limits of Legal Change. Law and Review Society, 9:1, 165-230.
- GARAPON, A. (1996). Genèse et corruption du rituel judiciaire : Eschyle, Kafka, O. J. Simpson. Les cahiers de médiologie. 1, 209-219.

- GARAPON, A. (2004). La justice comme reconnaissance. *Le genre humain*, 2(43), 181-204.
- GARAPON, A. (2014). La dimension cérémonielle de la reconnaissance dans la justice. *Revue d'éthique et de théologie morale*, HS(281), 73-87.
- KARPIK, L. (1989). L'économie de la qualité. *Revue française de sociologie*. 30(2), 187-210.
- LEITER, B. (2002). American Legal Realism, Public Law and Legal Theory Research Paper, 42, University of Texas School of Law, récupéré de [http://ssrn.com/abstract\\_id=339562](http://ssrn.com/abstract_id=339562)
- LENOIR, R. (2016). Formes et états du capital social dans l'œuvre de Pierre Bourdieu, *Sociologie*, 3(7), 281-300.
- MACDONALD, R. (2005). L'accès à la justice aujourd'hui au Canada : étendue, envergure et ambitions. Dans J. BASS, W.A. BOGART et F. H. ZEMANS (dir.), *L'accès à la justice pour le nouveau siècle : les voies du progrès*, Toronto : Barreau du Haut-Canada, 23-36.
- MARQUIS, D. (1995). Une élite mal connue: les avocats dans la société montréalaise au tournant du xxe siècle. *Recherches sociographiques*, 36(2), 307–325.
- SOMERS, M. R. (2022). Dedemocratizing citizenship : how neoliberalism used market justice to move from welfare queening to authoritarianism in 25 short years. *Citizenship studies*, récupéré de <https://doi.org/10.1080/13621025.2022.2091250>.
- PIRES, A. (1997). Échantillonnage et recherche qualitative: essai théorique et méthodologique, Dans POUPART, DESLAURIERS, GROULX, LAPERRIÈRE, MAYER, PIRES (dir.) [Groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives], *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, récupéré de [http://classiques.uqac.ca/contemporains/pires\\_alvaro/echantillonnage\\_recherche\\_qualitative/ecchantillon\\_recherche\\_qual.pdf](http://classiques.uqac.ca/contemporains/pires_alvaro/echantillonnage_recherche_qualitative/ecchantillon_recherche_qual.pdf)
- POPOVICI, A. (2009). Libres propos sur la culture juridique québécoise dans un monde qui rétrécit. *Revue de droit de McGill*, 54(2), 223–236.
- PROULX, S. (2016). Aide juridique : la lutte pour un accès public à la justice pour toutes et tous. *Nouveaux Cahiers du socialisme*, 16, 143–153.
- REGAN, M. C. (2008). Lawyers, Symbols, and Money: Outside Investment in Law Firms. *Penn State International Law Review*, 27(2), 407-438.
- WILKINS, D. B. et GULATI, M. G. (1998). Reconceiving the tournament of lawyers: tracking, seeding, and information control in the internal labor markets of elite law firms. *Virginia Law Review*, 84, 1581-1681.

## **Monographies**

- AKOUN, A. & ANSART, P. (1999). *Dictionnaire de sociologie*, Tours : Le Seuil.
- BOUCHER, P. (2011). *L'implosion du marché des services juridiques*, Cowansville : Éditions Yvon Blais.

- BOURDIEU, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*, Lonrai : Éditions de Minuit.
- BOURDIEU, P. (2001). *Langage et pouvoir symbolique*, Lonrai : Éditions Fayard.
- BOURDIEU, P et PASSERON, J-C. (1970). *La reproduction*, Lonrai : Éditions de minuit.
- BOURDIEU, P. (2000). *Les Structures sociales de l'économie*, Paris : Seuil.
- BOURDIEU, P. (1994). *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris : Éditions du Seuil.
- DELVAUX, M. (2019). *Le boys club*, Montréal : Remue-Ménage.
- DUFOUR, F.G. (2015). *La sociologie historique. Traditions, trajectoires et débats*, Québec : Presse de l'Université du Québec.
- FABIANI, J.-L. (2003). 15. Peut-on encore parler de légitimité culturelle ?. Dans DONNAT, O. (dir.). *Le(s) public(s) de la culture*. Paris : Presses de Sciences Po.
- GALANTER, M. et PALAY, T. (1991) *Tournament of Lawyers: The Transformation of the Big Law Firm*. Chicago : University Of Chicago Press.
- GARAPON, A. (2001). *Bien juger : Essai sur le rituel judiciaire*, Paris : Odille Jacob.
- GOFFMAN, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne : 1. La présentation de soi*, Lonrai : Les Éditions de Minuit.
- HABERMAS, J. (1997). *Droit et démocratie*. Mayenne : Gallimard.
- HARTMANN, M. (2006). 11. Les élites et le champ du pouvoir. Dans : MÜLLER, H.-P. éd., *Pierre Bourdieu, théorie et pratique* (pp. 190-204). Paris: La Découverte.
- KENNEDY, D. (2010). *L'enseignement du droit et la reproduction des hiérarchies : Une polémique autour du système*, Montréal : Lux.
- LAHIRE, B. (2003). *La légitimité culturelle en questions*. Dans : DONNAT, O. (dir.). *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Paris : La Documentation française.
- LAHIRE, B. (2006). 1. Pouvoirs et limites de la théorie de la légitimité culturelle. Dans : LAHIRE, B. (dir.). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris : La Découverte.
- MARSHALL, T.H. (1950). *Citizenship and Social Class. And Others Essays*. Cambridge : Cambridge University Press.
- ROCHER, G. (1996). *Étude de sociologie du droit et de l'éthique*. Montréal : éditions Thémis.
- RAWLS, J. (2004). *La Justice comme équité. Une reformulation de Théorie de la Justice*. Montréal : Boréal.
- SOMERS, M.R. (2008). *Genealogies of Citizenship. Markets, Statelessness, and the Right to Have Rights*. Cambridge : Cambridge University Press.

- TILLY, C. (2008). *Credit and Blame*. Princeton : Princeton University Press.
- TILLY, C. (1999). *Durable Inequality*. Berkeley : University of California Press.
- TILLY, C. (2005). *Trust and Rule*. New York : Cambridge University Press.
- WEBER, M. (1986). *Sociologie du droit*. Paris : Presses universitaires de France.

## Études scientifiques et statistiques

- BARREAU DU QUÉBEC. (janvier 2015). *Barreau-mètre 2015 : La profession en chiffres*, récupéré le 5 décembre 2017 de <http://www.barreau.qc.ca/pdf/publications/barreau-metre-2015.pdf>.
- Bibliothèque numérique de l'ADAJ : <http://adaj.ca/bibliographie>.
- BOUCHER, P. (2013). *L'offre et la demande de services juridiques. Les besoins des ménages à revenus moyens*. Observatoire des services professionnels, récupéré le 10 août 2019 de <http://www.observatoirepro.com/docu/OD-SEPT-F.pdf>
- COMITÉ PERMANENT DE L'ACCÈS À LA JUSTICE. (Avril 2013). *Mesure de l'accès à la justice*. Récupéré le 9 décembre 2015 de [http://www.cba.org/ABC/Access/PDF/Access\\_to\\_Justice\\_Metrics\\_fr.pdf](http://www.cba.org/ABC/Access/PDF/Access_to_Justice_Metrics_fr.pdf)
- INDUSTRIE CANADA. (août 2013) *Principales statistiques relatives aux petites entreprises*. Récupéré le 9 décembre 2015 de [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PSRPE-KSBS\\_Aout-August2013\\_fra.pdf/\\$FILE/PSRPE-KSBS\\_Aout-August2013\\_fra.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/PSRPE-KSBS_Aout-August2013_fra.pdf/$FILE/PSRPE-KSBS_Aout-August2013_fra.pdf)
- INFRAS INC. (15 avril 2016). *Rapport : Enquête sur le sentiment d'accès et la perception de la justice au Québec*, Québec : Ministère de la Justice.
- IPCC. (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge : Cambridge University 3056 pp.,doi:10.1017/9781009325844
- JARRY, M. (2005). *Une petite histoire de l'aide juridique*. Commission des services juridiques : récupéré le 26 juillet 2019 de <https://www.csj.qc.ca/IntranetUploads/CSJ/Francais/Fichiers/historique.pdf>
- STATISTIQUE CANADA. (20 avril 2016). *Demandes d'aide juridique, selon le type d'affaire* [Fichier de données]. Récupéré le 2 août 2019 de <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3510009401>
- STATISTIQUE CANADA. (20 avril 2016). *Dépenses des régimes d'aide juridique selon le type de dépense (x 1000)* [Fichier de données]. Récupéré le 2 août 2019 de <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3510009201>
- STATISTIQUE CANADA. (20 avril 2016). *Demandes de services complets d'aide juridique approuvées, selon les avocats salariés et avocats de pratique privée et le type d'affaire* [Fichier

de données]. Récupéré le 2 août 2019 de <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3510009501>.

STATISTIQUE CANADA. (20 avril 2016). *Recettes totales des régimes d'aide juridique, selon le type de recette (x 1000)* [Fichier de données]. Récupéré le 2 août 2019 de <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3510008801>

WORLD JUSTICE PROJECT. (2018). *Global Insights on Acces to Justice. Findings from the World Justice Project General Population Poll in 45 countries*, récupéré de <https://worldjusticeproject.org/our-work/publications/rule-law-index-reports/wjp-rule-law-index-2017-2018-report>

### **Actes de colloque**

NORMAND, S. (2010). La culture juridique et l'acculturation du droit : Le Québec. *Rapports nationaux présentés au XVIIIe Congrès international de droit comparé sur le thème « La culture et l'acculturation du droit »*. Washington D.C., 1, doi : <http://isaidat.di.unito.it/index.php/isaidat/article/viewFile/56/66>

### **Mémoires et thèse**

TRAORÉ, B. (2018). Les déterminants de l'offre et de la demande des services juridiques au Québec (Mémoire de maîtrise). Université Sherbrooke. Récupéré de [https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/12615/Traore\\_Boukary\\_MSc\\_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/12615/Traore_Boukary_MSc_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

### **Jurisprudences et législations**

*Dobbs v. Jackson Women's Health Organization*, 19-1392, 597 U.S. \_\_\_\_ (2022)

*Roe v. Wade*, 410 U.S. 113 (1973)

*Loi de l'aide juridique*, L.Q. 1972, c.14

*Loi sur l'aide juridique et sur la prestation de certains autres services juridiques*, L.R.Q., c. A-14.

*Code civil du Québec*, RLRQ c. CCQ-1991.

*Code de déontologie des avocats*, 2015, chapitre B-1, r. 3.1

*R. c. Jordan*, 2016 CSC 27, [2016] 1 R.C.S. 631

*Règlement de la Cour supérieure du Québec en matière civile*, chapitre C-25.01, r. 0.2.1

*Règlement modifiant le règlement sur l'aide juridique*, (2015) no 8 G.O. II, 347

Règlement sur l'aide aux personnes et aux familles, c. A-13.1.1, r. 1.

Règlement sur l'aide juridique, R.R.Q., 1981, chapitre A-14, r. 2.

Règlement sur l'exercice de la profession d'avocat en société et en multidisciplinarité, c. B-1, r. 9.

## Débats législatifs

Québec. Assemblée nationale (1972, 7 juillet). *Journal des débats de l'Assemblée nationale - Commission parlementaire*, 12(59), 29<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session.

## Articles de quotidiens

HASSELBACK, D. (16 novembre 2010). Just who were Ogilvy and Renault. *Financial Post*. Récupéré le 9 août 2019 de <https://business.financialpost.com/legal-post/just-who-were-ogilvy-and-renoault>.

LAT, D. (28 septembre 2015). The Global 100 : The World's top Law Firms Ranked by Revenue, Profit, and Headcount [classement]. *Above the Law*. Récupéré de <http://abovethelaw.com/2015/09/the-global-100-the-worlds-top-law-firms-ranked-by-revenue-profit-and-headcount/>

LEWANDOWSKI, R. (15 novembre 2010). D'Ogilvy Renaud à Norton Rose. *La Presse*. Récupéré le 9 août 2019 de <https://www.lapresse.ca/affaires/2010/11/15/01-4342786-dogilvy-renault-a-norton-rose.php>.

LORD, S. (15 juin 2019). Toujours la croissance pour les grands cabinets [classement]. *Les Affaires*. Récupéré le 15 juin 2019 de <https://www.lesaffaires.com/imprimer/dossier/les-grands-du-droit/toujours-la-croissance-pour-les-grands-cabinets/610887>

RADIO-CANADA. (4 mai 2017). Ottawa nomme quatre juges à la Cour supérieure du Québec. *Radio-Canada info*. Récupéré de <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1031866/nominations-juges-cour-superieure-quebec-ministre-justice-jody-wilson-raybould>

RAYMER, E. (1<sup>er</sup> avril 2010). « Top 10 Quebec regional firms », dans *Canadian Lawyer*. Récupéré le 10 janvier 2022 de <https://www.canadianlawyermag.com/surveys-reports/regional-law-firm-rankings/top-10-quebec-regional-firms-of-2020-21-unveiled-in-canadian-lawyer-ranking/328180>

## Pages et sites web

<https://www.blg.com/fr/people/a/arbour-louise> (page consultée le 27 mai 2022)

CENTRE COMMUNAUTAIRE JURIDIQUE DE QUÉBEC,  
[http://aidejuridiquequebec.gc.ca/qui\\_est\\_admissible/baremes](http://aidejuridiquequebec.gc.ca/qui_est_admissible/baremes) (page consultée le 10 mars 2022).

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES, Dictionnaire en ligne :  
<https://www.cnrtl.fr/definition/%C3%A9l%C3%A9gant> ;  
<https://www.cnrtl.fr/definition/soign%C3%A9>

<https://www.lavery.ca/fr/actualite/5285-lavery-toujours-premier-au-quebec.html> (page consultée le 10 janvier 2022).

<https://www.mccarthy.ca/en/people/jean-charest> (page consultée le 27 mai 2022)

<https://neufarchitectes.com/fr/realisations/fasken> (page consultée le 27 mai 2022)

<https://www.nortonrosefulbright.com/en-ca/people/121012> (page consultée le 27 mai 2022)

<https://www.nortonrosefulbright.com/en-ca/people/123609> (page consultée le 27 mai 2022)

<https://www.quebec.ca/famille-et-soutien-aux-personnes/aide-sociale-et-solidarite-sociale/information-aide-financiere/montants-prestations-aide-sociale#c65951> (page consultée le 11 février 2022)

WIKIPÉDIA, « List of largest Canada-based law firms by revenue » :  
[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_largest\\_Canada-based\\_law\\_firms\\_by\\_revenue](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_largest_Canada-based_law_firms_by_revenue) (page consultée le 10 janvier 2022)

<https://www.youtube.com/watch?v=qcnnl6HD6DU> (page consultée le 17 mars 2023)

## **Entrevues**

TRÉPANIÉRIE CAPISTRAN, L. (13 juin 2019). Entrevue avec un.e avocat.e de grand cabinet. Montréal, QC