

Chez 118 218, le juriste suit une logique de profit

Par **LAURENCE NEUER** | 12/05/2014

Loin d'être enfermée dans sa tour d'ivoire, la directrice juridique de la société de renseignements téléphoniques, Béatrice Bihr, est au coeur des logiques de rentabilité, en relation directe et permanente avec les autres acteurs de l'entreprise.

Le pouvoir d'innover. Le juriste d'entreprise **peut et doit désormais s'en emparer**, ne serait-ce que pour identifier des opportunités de business. « *Le juriste n'est plus seulement le garant de la sécurité juridique de l'entreprise et l'acteur du contentieux, il est aussi le "business partner" de la direction opérationnelle et doit l'aider à trouver des solutions pour améliorer la rentabilité de son entreprise* », souligne Béatrice Bihr, directrice juridique et des affaires réglementaires de 118 218 Le Numéro.

Cette ancienne avocate aux barreaux de Paris et de New York, diplômée d'HEC et de Sciences po Paris **a transposé dans sa pratique professionnelle le profil du juriste américain**. « *Aux Etats-Unis, le droit joue un rôle si important que le directeur juridique est en première ligne. Son pouvoir peut aller jusqu'à déterminer les termes du contrat du point de vue commercial, tout en conservant son indépendance de jugement* », explique-t-elle.

Une cellule vouée aux opérateurs

Sortir de sa tour d'ivoire et jouer un rôle actif dans la stratégie opérationnelle de l'entreprise ne s'improvise pas. D'autant que **la créativité du juriste doit s'inscrire dans une logique de profit**. Ainsi, pour optimiser les relations avec les opérateurs de télécommunications qui lui ouvrent leurs réseaux et lui fournissent leurs données annuaires, la direction juridique (DJ) du leader français des renseignements téléphoniques a mis en place une cellule ad hoc réunissant juristes, financiers et informaticiens.

« *Ce groupe de travail transversal a permis de réaliser des économies et des gains importants. Par exemple, s'apercevoir que des clauses de pénalités n'étaient pas appliquées, que des évolutions réglementaires tarifaires pouvaient ne pas avoir été répertoriées ou encore que des évolutions techniques nous permettaient d'acheminer des appels à un moindre prix* », note Béatrice Bihr. Ces résultats se sont révélés si positifs qu'un ingénieur télécoms a été recruté pour apporter son expertise technique à l'équipe des quatre juristes.

Une communication optimisée

La DJ de 118 218 a aussi développé des outils destinés à **communiquer plus efficacement avec les opérationnels**. « *Les juristes sont intégrés aux équipes opérationnelles pour être au plus proches de leurs besoins, ils sont formés à un mode de communication clair et compréhensible éloigné de tout jargon juridique et participent aux différents programmes de leadership avec les autres directeurs managers opérationnels au niveau du groupe* », précise Béatrice Bihr.

En externe, **la DJ s'est adjoint les services d'un cabinet de communication de crise**. « *Notre marque bénéficie d'une forte notoriété, nous veillons par conséquent à la protéger des attaques, telles que l'usurpation de marque et des arnaques par de faux annuairistes, comme cela est déjà arrivé.* » La position de « business partner » de la DJ intègre cet autre volet indispensable de sa stratégie opérationnelle : la veille réglementaire. « *Le législateur vote parfois des textes sans s'apercevoir qu'ils peuvent affecter notre entreprise et/ou notre marché. Il est important de le sensibiliser en amont sur nos problématiques* », relève Béatrice Bihr.

Une veille réglementaire affinée

Ainsi, la DJ entretient des contacts réguliers avec les autorités de régulation et les pouvoirs publics comme l'Arcep, la DGCCRF, la CNIL, les ministères ou des parlementaires. « *Cette présence en amont nous permet d'identifier les projets et de sensibiliser ces acteurs à nos besoins et contraintes dans un contexte très concurrentiel* », observe la juriste.

La DJ a ainsi été à l'origine de la création de l'ADRT (Association des renseignements pour tous) qui regroupe tous les 118 pour des actions qui concernent l'ensemble du secteur des renseignements téléphoniques. « *Cette stratégie leur a permis de faire entendre leur voix et de veiller à ce que leurs intérêts spécifiques soient pris en compte sur des sujets impactant leurs activités, et notamment la réglementation des prix, la gestion des données annuaires et les réglementations spécifiques aux 118* », se réjouit la directrice juridique.

Écrit par **LAURENCE NEUER**

Les Echos management © 2014