

## Sortez la fonction juridique de l'ombre

17/01/2017



Entre la formation des clients internes, la mise en place d'un outil de « contract management », la communication via les newsletters ou tout simplement l'excellence opérationnelle, la fonction juridique ne manque pas de leviers pour s'imposer. Tour d'horizon et témoignages.

Une fonction juridique au cœur de l'entreprise, partie prenante de tous les projets stratégiques, voire tremplin vers d'autres postes à responsabilité dans la société ? C'est le schéma idéal, que caressent de nombreux professionnels, mais qui passe d'abord par un repositionnement et une valorisation du droit dans l'entreprise.

Promouvoir la fonction juridique comporte des enjeux de base : « Valoriser notre travail permet d'obtenir plus de moyens pour mener des projets : moyens humains, mais aussi moyens techniques tels que des outils informatiques, des moyens en conseil, pas seulement auprès d'avocats mais également des conseils en organisation et transformation. Enfin, une direction juridique valorisée obtiendra plus facilement des moyens pour former ses équipes et les faire évoluer », résume Martine Wallimann, directrice juridique de la SSII Synapscore. Pour cette directrice juridique, forte d'une expérience de 25 ans, dont 10 ans comme avocate, promouvoir le métier passe d'abord par une excellence opérationnelle. « Cela se traduit par une

pratique simple : mettre la bonne ressource sur le bon sujet, au bon endroit et au bon moment ». Hors de question de faire de la sur-qualité en affectant des juristes seniors chevronnés sur des tâches à faible valeur ajoutée. Pour être en amont des projets stratégiques et y prendre part, la direction juridique doit automatiser les missions à faible enjeu et intérêt.

## Porter un projet d'entreprise

Chez Daher, équipementier industriel, le directeur juridique groupe Philippe Valendru a ainsi mis en place un logiciel de *contract management* accessible à tous les opérationnels impliqués dans la contractualisation. « Cet outil permet d'uniformiser les pratiques du groupe et de les partager avec les clients internes, notamment de les faire intervenir dans la validation des engagements contractuels », explique Philippe Valendru. Daher travaille à mettre en place des modèles de contrats accessibles aux opérationnels (et notamment aux acheteurs, qui ont été formés au *contract management*) afin de rendre ces derniers plus autonomes et de libérer du temps pour les juristes. « Quand la fonction juridique est à l'origine d'un projet d'entreprise, comme l'utilisation d'un nouvel outil disponible pour tous et synchronisable avec les logiciels métiers d'autres services, par exemple celui des commerciaux, c'est aussi une façon de promouvoir les juristes », souligne M.Valendru. En étant novatrice et en poussant des initiatives qui viennent s'inscrire directement dans l'organisation de l'entreprise, la fonction juridique sort du lot.

## Former les clients internes

Autre vecteur de promotion : la formation des opérationnels. « Nous organisons des formations qui permettent de donner des réflexes aux opérationnels et de faire connaître la direction juridique », explique Philippe Valendru. Qu'il s'agisse des commerciaux, des acheteurs ou bien de tout autre public, mener des actions de vulgarisation et actualiser leurs connaissances permet de mieux connaître ces interlocuteurs, de comprendre leurs problématiques et de développer une relation de confiance. Parallèlement, Martine Wallimann estime qu'il est indispensable pour la fonction juridique de communiquer : sur son organisation, ses méthodes, son mode de travail ou ses succès. Les juristes doivent ainsi être mis en avant, à la fin d'une transaction bien menée, par exemple, dans les remerciements par mails adressés à toutes les parties prenantes. Par ailleurs, rien de tel qu'une newsletter pour communiquer à grande échelle : « Une fois par mois, nous envoyons par e-mail à nos interlocuteurs, une newsletter qui met l'accent sur l'actualité juridique », explique Philippe Valendru. Il peut s'agir du règlement amiable des litiges, ou des nouvelles dispositions en matière de délais de paiement. Outre l'actualité, une newsletter peut également donner des nouvelles de l'interne, comme un procès gagné, ou un nouveau juriste embauché. Pour Martine Wallimann : « Il est important que les juristes sortent de leur zone d'influence, pour gagner du terrain dans l'entreprise. Ainsi, il est normal et souhaitable pour un juriste de s'emparer d'un projet, même s'il n'est pas à 100 % juridique, afin de travailler de concert avec les autres services et d'acquérir de l'expérience ». La restructuration d'un réseau commercial ? Il y a un volet juridique suffisant pour qu'un juriste s'implique et devienne chef de projet. Un nouveau traitement des données personnelles ? Outre le volet informatique, le juridique est concerné et doit participer. Quitte à se former au management de projets.

✎ Olga Stancevic