

N°1

Newsletter

Mai 2017

PRIX DE
L'INNOVATION
EN MANAGEMENT JURIDIQUE

EDITO



Sortir de sa zone de confort pour innover !

Le Village de la justice a lancé la 5^{ème} édition du [Prix de l'innovation en management juridique](#). Vous savez, ce Prix qui récompense les directions juridiques ayant mis en œuvre des solutions permettant d'améliorer le management et de se positionner en business partner !

Pour innover, les directions juridiques et les juristes d'entreprise doivent aller au-delà du cœur même de leur métier, dire et faire le droit ! Une mission bien difficile pour ces professionnels dont la formation et la fonction, on le sait, ne poussent pas à la créativité.

Et pourtant, les finalistes du Prix osent, comme vous pourrez le constater ! Ils réfléchissent, se remettent en question, s'adaptent pour être ou devenir les meilleurs alliés de leurs entreprises. La tâche n'est pas aisée et nécessite de sortir de sa zone de confort. Mais, ils le font brillamment, sans hésiter à casser les codes, à prendre des risques, à se repenser de A à Z !

Découvrez dans cette première newsletter ce qu'ont fait nos finalistes pour sortir de leur zone de confort et ce que cela signifie pour eux.

Bonne lecture !

Laurine Tavitian

Le Prix de l'innovation en en management juridique : c'est quoi ?

- 1 - C'est déjà la 5^{ème} édition organisée par le Village de la Justice.
- 2 - C'est un Prix qui récompense des directions juridiques ayant mis en œuvre des solutions innovantes pour améliorer le management de la fonction juridique en entreprise.
- 3 - C'est 2 Prix en 1 remis à l'issue d'une table-ronde dédiée à l'innovation des directions juridiques organisée dans le cadre de la [Journée du management juridique](#). Cette année c'est le 27 juin 2017 à Paris.
 - **Le prix du Jury** : tous les finalistes ont été auditionnés par un [Jury le 31 mars 2017](#) qui ne tarit pas d'éloges sur les finalistes. ([Voir la vidéo](#))
 - **Le Prix du Public** : et là c'est à vous de VOTER !

À VOUS DE VOTER



Organisateur :



Partenaires :



PRIX DE L'INNOVATION EN MANAGEMENT JURIDIQUE

Qu'avez-vous fait pour sortir de votre zone de confort ?

CLEAR CHANNEL FRANCE

Chaque année nous interrogeons nos opérationnels, via une enquête de satisfaction, sur ce qu'ils pensent de la Direction Juridique afin de mesurer de façon très concrète les éléments positifs et négatifs de satisfaction mais aussi les attentes à notre égard. Naturellement, ce questionnaire constitue une prise de risque puisque ces résultats sont ensuite communiqués à notre DG et résumés dans la newsletter juridique diffusée à l'ensemble de l'entreprise. Cette opération de transparence, à laquelle d'ailleurs seule la Direction Juridique se livre dans l'entreprise, ce qui montre en soi l'inconfort qu'elle peut procurer pour les entités qui l'initient, constitue un excellent outil lui permettant de progresser en identifiant régulièrement ses points forts, ses faiblesses et les attentes des opérationnels.

Sortir de sa zone de confort, c'est savoir accepter de casser les codes et réfléchir non plus uniquement en Direction Juridique mais finalement en business unit qui a des clients dont les besoins évoluent très vite et qui doit chercher en permanence le meilleur moyen de parvenir à les satisfaire.



Xavier Françoise,
Naouel Khellaf et Patrick Remot



Laurent Buffière et
Alexandra Voegelin-Dehay



Pour sortir de notre zone de confort, nous avons repensé la façon dont la direction des affaires juridiques du Groupe Société Générale allait proposer de la veille à ses clients internes. Ce qui constitue une véritable rupture par rapport à l'existant réside dans un changement de paradigme.

Tout d'abord, la veille juridique n'est plus dispersée, service par service : Argos permet de centraliser toutes les veilles produites dans tous nos services juridiques dans un seul outil. Ensuite, nous avons orienté Argos vers les besoins des utilisateurs finaux en créant des fonctionnalités de pré-sélection (par thématique juridique, par pays...) et de filtrage (par droit applicable, par pôle métier) ainsi qu'un process d'abonnement. Enfin, nous avons repensé le flux de veille. Au lieu de fournir un service de veille à nos clients, charge à eux de s'abonner aux thématiques juridiques qui les intéressent afin de recevoir une newsletter sélective (remplacer le « push » par le « pull »). L'opérationnel n'est plus submergé par des mémos qui ne l'intéressent pas nécessairement au premier chef.

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

CNES (CENTRE NATIONAL D'ÉTUDES SPATIALES)

Sortir de sa zone de confort pour un juriste d'entreprise, c'est le pousser à s'affranchir de sa routine, à s'ouvrir sur le monde extérieur et à s'intéresser à des problématiques qui dépassent le périmètre de ses dossiers courants. Ceci, pour orienter la fonction juridique vers l'avenir, dans la même dynamique que celle des grands projets spatiaux. Ce tournant est indispensable, dans un environnement bousculé par l'émergence des acteurs du New Space (comme SpaceX), où l'innovation occupe une place centrale. Plutôt que de revendiquer plus de moyens pour mener à bien cette mission, nous avons décidé de nous ouvrir sur l'extérieur et de travailler conjointement avec d'autres organismes (l'Université de Toulouse et celle de Paris Saclay). En complément, nous avons mis en place des procédures qui visent à améliorer le confort quotidien des juristes pour tout ce qui concerne la saisine, la prévention et le traitement des contentieux ou encore l'archivage des dossiers.



Julien Mariez et Philippe Clerc



PRIX DE L'INNOVATION EN MANAGEMENT JURIDIQUE

Qu'avez-vous fait pour sortir de votre zone de confort ?

CLUB MED

La direction juridique monde de Club Med se réunit annuellement, notamment pour échanger sur son mode de fonctionnement et adapter continuellement son offre de services aux besoins de ses clients internes. Cette réflexion qui est menée par tous les juristes en mode de co-construction donne lieu à l'établissement d'une roadmap, au lancement de chantiers thématiques et à de nouvelles initiatives.

Par ailleurs, nous nous sommes inspirés de la méthode agile mise en œuvre par notre direction marketing digitale (Global Marketing, Digital & Technology) pour conduire l'accélération digitale de Club Med. Nous avons réfléchi à la meilleure manière de l'appliquer à notre métier pour délivrer plus rapidement, avant que les projets deviennent obsolètes, en acceptant qu'ils puissent être améliorés par itérations successives.



Emmanuelle Vaudoyer
et Saliha Abdou



Véronique Delvigne,
Simon Mengué-Bidi et
Séverine de la Morinière



Cela signifie nous adapter afin de mieux servir les objectifs de l'entreprise. Face à un nombre croissant de dossiers de cessions aux enjeux financiers et de délais parfois importants, à la pression du management, les juristes de l'équipe ont manifesté une certaine inquiétude. Ceci nous a conduits à vouloir adapter au mieux nos outils de travail, disparates et parfois peu ergonomiques. La solution à retenir n'allait pas de soi et nous étions partagés entre intérêt et doute sur l'utilité d'une évolution. La création d'une plateforme collaborative avec notre notaire et partagée avec les opérationnels a été l'aboutissement d'une réflexion collective, qui a permis de lever les doutes et emporté l'adhésion de tous.

Sortir de notre « zone de confort » est devenu un objectif commun. Cela a constitué aussi une opportunité pour adopter une meilleure organisation avec notre notaire et avec les opérationnels, tout en continuant à remplir notre rôle fondamental de juriste.

TOTAL MARKETING SERVICES

INNOTHERA

Il a fallu rompre avec les habitudes instaurées et commencer à réfléchir à améliorer l'existant pour être en phase avec l'évolution du monde. En effet, il fallait innover pour faire évoluer les méthodes de travail devenues obsolètes à notre époque du « tout numérique ».

Cela signifie de s'imposer une réflexion constante sur soi et sur l'existant pour ne jamais cesser d'innover.



Faina Galai et Bouchra Boulal

