

N°2

Newsletter

Mai 2017

PRIX DE
L'INNOVATION
EN MANAGEMENT JURIDIQUE

EDITO



Quand la volonté d'innover est plus forte que tout !

Le Village de la justice organise pour la 5^{ème} année consécutive le [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 !

L'innovation est une force dans toutes les organisations où elle est entreprise mais elle n'est pas toujours évidente à concevoir et à mettre en œuvre car elle porte en elle le changement ! Il faut donc souvent beaucoup de volonté et d'audace, au-delà de la créativité qui lui est inhérente, pour la mener à bien.

Manque de moyens humains et/ou budgétaires, habitudes bien ancrées et réticences des juristes, méfiance des opérationnels, sont autant d'obstacles à surmonter pour y parvenir. Et les six finalistes du cru 2017 sont les mieux placés pour en parler.

C'est pourquoi, nous leur avons demandé pour cette 2^{ème} newsletter de nous expliquer à quelles difficultés ils ont été confrontés et comment ils les ont surmontées. Et force est de constater qu'avec une bonne dose de détermination portée par une volonté sans failles, les projets d'innovation peuvent voir le jour et emporter l'adhésion de toutes les parties prenantes.

Bonne lecture !

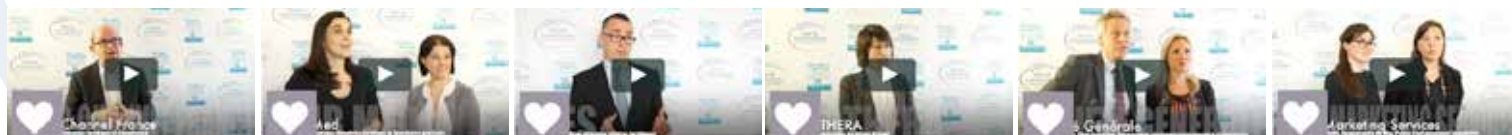
Laurine Tavitian
Responsable éditoriale du Village de la Justice et Présidente du Jury

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 :



Quels obstacles avez-vous rencontré et comment les avez-vous surmontés ?



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

La première étape a été d'emporter l'adhésion collégiale de l'équipe concernant l'utilité de notre projet, puis de convaincre notre hiérarchie et notre direction innovation, avant de nous lancer. Nous avons ensuite présenté le projet à notre notaire, que nous avons convaincu de l'intérêt de cette plateforme collaborative, dans la mesure où elle est un outil partagé et privilégié entre le notaire et son client, ce qui n'est pas le cas des autres logiciels qu'il utilise.

L'échange et la communication ainsi que la participation de tous, juristes et notaires, aux nombreux ateliers de conception de ce projet, organisés avec la start-up qui a conçu la plateforme, nous ont permis d'avancer ensemble, d'adapter au mieux l'outil à nos besoins en visant le même objectif : innover pour plus d'efficacité dans l'intérêt de tous et de l'entreprise.

TOTAL MARKETING
SERVICES

INNOTHERA

La mise en œuvre de cet outil a nécessité du temps qu'il a fallu dégager car le projet a duré environ 6 mois. Pendant cette période de travail intense, il a fallu réunir les efforts communs transverses du département juridique avec l'appui des ingénieurs informatiques. Il était nécessaire de prévoir un budget spécifique alloué pour cette innovation et donc d'œuvrer pour recueillir la validation de la direction en ce sens. Il a fallu présenter et convaincre les réfractaires au changement que cet outil innovant, permettrait d'améliorer notre mode de fonctionnement et apporterait de nombreux avantages à notre entreprise. Enfin, des formations en interne auprès de nombreuses personnes concernées par cet outil (opérationnels, valideurs) ont dû être organisées et dispensées.

Toutes ces difficultés ont pu être surmontées avec notre force de persuasion, notre énergie et notre conviction de l'importance de l'innovation.



Faina Galai et Bouchra Boulal



Emmanuelle Vaudoyer
et Saliha Abdou

Nous n'avons rencontré aucun obstacle externe. Cette innovation a été développée sans frais véritable, puisque nous avons utilisé un outil existant au sein de Club Med. L'équipe juridique a dû combattre ses propres réticences à oser et à s'exposer de cette manière. Nous les avons surmontées progressivement en lançant notre projet de manière agile. C'est-à-dire que nous avons commencé simplement avec le concept (détourné d'une idée initiale plus conventionnelle), un logo, un évènement de lancement et de simples posts. Nous sommes ensuite passés en amélioration continue, en organisant notamment des retours sur expérience, en échangeant avec des utilisateurs ou l'équipe de communication interne. Progressivement, nous avons amélioré le concept : des posts mieux ciblés et plus diversifiés, un public de plus en plus large, l'utilisation de photos et vidéos... A présent, chaque juriste s'est approprié l'outil et a déjà publié sur Legal Insight by Club Med.

CLUB MED

PRIX DE
L'INNOVATION
EN MANAGEMENT JURIDIQUE

Quels obstacles avez-vous rencontré et comment les avez-vous surmontés ?



Laurent Buffière et
Alexandra Voegelin-Dehay

Les obstacles étaient liés aux habitudes ancrées tant dans les mentalités des juristes que dans celles de leurs clients internes. Les juristes ont eu des réticences à partager leur veille dans un même outil, pensant que cela diluerait leur message et réduirait leur visibilité. Ils préféraient conserver la mainmise sur le format de la veille qu'ils envoyaient aux métiers, considérant que ce service client les mettait en valeur. Quant aux opérationnels, ils avaient l'habitude de recevoir la veille et en quelque sorte d'être servi.

Tout au long du projet, de nombreuses actions en conduite du changement ont été mises en place pour rassurer et convaincre ces deux populations. Ils ont été associés à la phase conceptuelle. En phase de construction, ils ont été intégrés aux ateliers de travail et aux campagnes de tests. Ils étaient régulièrement informés grâce à une campagne de communication ciblée. Ils ont aussi bénéficié de formations spécifiques. Progressivement, ils se sont appropriés Argos.

SOCIÉTÉ
GÉNÉRALE

CLEAR CHANNEL
FRANCE

S'agissant de la Direction Juridique, il a fallu sortir de sa zone de confort, ce qui n'est jamais simple surtout quand l'innovation change les habitudes de travail ou/et implique une exposition plus grande dans l'entreprise comme avec notre enquête satisfaction ou notre reporting « DJ Centre de profits ». Si ces outils ont le grand avantage de promouvoir la Direction Juridique y compris comme un véritable centre de profits, ils incluent aussi que nous acceptions d'être beaucoup plus challengés par l'entreprise !

S'agissant des opérationnels, les innovations sont au départ souvent vues avec curiosité mais méfiance, raison pour laquelle nous devons à chaque fois être très pédagogue pour leur expliquer et les convaincre de leur pertinence à améliorer la collaboration entre juristes et opérationnels. Par exemple, notre enquête satisfaction implique que les opérationnels prennent 10 minutes pour y répondre. Si on ne les convainc pas d'emblée de l'intérêt pour eux de répondre à ce questionnaire et de sa capacité à accroître notre efficacité et faire de nous de réels Business Partners, l'innovation sera un échec.



Xavier François,
Naouel Khellaf et Patrick Remot



Julien Mariez et Philippe Clerc



Le principal obstacle résidait dans un des fondements du projet initial : innover à iso moyens humains (même équipe) et financiers (pas d'enveloppe budgétaire supplémentaire), le tout sans que cela ait d'impact sur l'organisation globale de la direction. Partant sur une telle base, nous n'avons pas d'autre choix que d'innover ! La mise en place de nouvelles procédures pour décharger les juristes au quotidien et l'ouverture sur l'extérieur, grâce au développement de partenariats avec des universités nous sont apparues comme une évidence.

CNES
(CENTRE NATIONAL D'ÉTUDES
SPATIALES)