

[_Stratégie](#)

[_Management](#)

[_Marketing](#)

[_Communication](#)

[_Prospective](#)

[_Stratégie](#)

ACE : un nouveau président décidé à faire bouger les lignes

DENIS RAYNAL, 54 ans, avocat associé chez KBRC & Associés vient de prendre la tête de l'association des AVOCATS CONSEILS D'ENTREPRISES (ACE). Pour un barreau dépoussiéré, il est prêt à faire bouger les lignes, quitte à casser les codes en matière de gouvernance.

Dans le paysage institutionnel, cet ancien juriste d'entreprise, puis conseil juridique devenu avocat, possède un franc-parler qui détonne.

Celui qui se définit lui-même comme un entrepreneur, qui conseille des entrepreneurs, a été élu à la tête du premier syndicat du barreau français (plus de 2 000 adhérents). Une élection qu'il doit à sa vision pragmatique de l'entreprise et à son côté combatif, notamment contre une certaine représentation des avocats qui auto-bloque la profession : « *Comment peut-on être effi-*

[_ Suite page 2](#)

[_Édito](#)

Pourquoi ils gagnent des parts de marché ?

Les nouveaux entrants sont des perturbateurs.

Ils mettent le doigt sur ce qui ne satisfait plus, ne fonctionne plus dans les modèles traditionnels de fourniture de services. On le sait, ils n'ont rien inventé. Ils utilisent les technologies comme levier pour répondre à des besoins latents ou exprimés (mais rarement entendus) et pour toucher des cibles élargies jusqu'alors peu ou pas contactées en plus des clients habituels, trop contents de trouver – enfin – une offre différenciée qui leur correspond mieux. Pourquoi sont-ce des jeunes qui lancent ces nouveaux modèles ? Parce qu'ils sont pressés, qu'ils ne veulent pas attendre que quelqu'un les écoute et les satisfasse. Cette nouvelle génération sait qu'elle n'a rien à attendre ni à espérer des plus anciens. Ce n'est pas par fatalisme ou cynisme mais par simple constat : « *On n'est jamais mieux servi que par soi-même. Je ne trouve pas dans le commerce ce dont j'ai besoin, je le crée moi-même et ça peut servir aux autres. Ensuite, j'irai faire autre chose ou je le fais en parallèle* ». Comme ces ado-preneurs qui créent des applis de choc dans leur chambre chez papa-maman.

Les clés du succès de ces services (au-delà de la propreté, l'amabilité, la politesse, la ponctualité et le prix d'un UBER ou assimilé qui manquent cruellement aux fournisseurs traditionnels qui, en général, nous donnent l'impression de nous rendre service en daignant accepter notre clientèle). Ces services professionnels qui ne voient jamais un client en personne, sont disponibles 24/7, la réponse est immédiate, ils fonctionnent sur une base d'abonnement

[_ Suite page 2](#)

[_Management](#)

LEGAL SUITE : accompagner l'évolution de la direction juridique

Quinze ans après son lancement, LEGAL SUITE, leader français des logiciels juridiques d'entreprise, qui s'est implanté aux États-Unis avec succès, continue son développement et accompagne celui de ses clients, les directions juridiques.

Avec 14,5% de croissance de chiffre d'affaires pour 2015, une implantation réussie aux États-Unis... LEGAL SUITE est devenu la référence des systèmes d'information juridique pour les entreprises, avec plus de 500 clients, 850 projets et 25 000 utilisateurs. Incontournable en matières de progiciels et de bonnes pratiques pour la gestion des affaires juridiques, LEGAL SUITE participe aussi au congrès annuel L'ASSOCIATION OF CORPORATE COUNSEL (le plus grand rassemblement mondial de juristes d'entreprise). Pour rester leader sur ce marché, PATRICK DELEAU, le Président-Fondateur mise sur l'innovation et l'écoute au métier.

[_ Suite page 3](#)

Prochain numéro le 8 avril

Édito

Pourquoi ils gagnent des parts de marché ?

_Suite de la page 1

avec des niveaux différenciés de service en fonction des besoins identifiés, ils utilisent le *cloud*, la technologie, etc., quitte à la créer. Pas de surprise, on sait pourquoi on y va. Ils mesurent la satisfaction des clients en temps réel. Comme le disent les fondateurs d'INDINERO, des jeunes de 26 ans qui en deux ans

ont 200 employés dans le *Tax* aux États-Unis, « nous chassons l'inefficacité des cabinets actuels ». Pour donner de la puissance à sa jeune société, à la sortie de la fac, la co-fondatrice a été lever des fonds dans la Silicon Valley. Toute « l'expérience client » change. *Good luck* aux autres ! ■

Caura Barszcz

Stratégie

ACE : un nouveau président décidé à faire bouger les lignes

_Suite de la page 1

cace avec une triade obsolète qui nous tire vers le bas sans répondre aux impératifs de modernité ? », pose-t-il. Pour faire de l'ACE une vraie force d'action politique, il voit les choses en grand avec de grandes campagnes d'adhésions ; ce qui ne sera pas « évident pour des avocats peu syndiqués en général », reconnaît-il. Autre souci, il sait aussi qu'il ne pourra pas compter sur le soutien de tous. S'il tient à tisser des liens avec d'autres professionnels (experts-comptables, commissaires aux comptes, experts, CPI, personnel politique représentatif), il reste sceptique quant à l'appui infaillible du CNB qui se contente selon lui de « mettre des freins là où les avocats attendent des voies pour avancer, même des voies sécurisées, et une vision. »

tiprofessionnalité, etc. ». Il revendique, par exemple, de nouvelles mentions de spécialisation soutenues par deux commissions concernées de création récente : droit comptable et droit de l'art. Et il est évidemment pro interprofessionnalité en souhaitant une évolution des structures professionnelles, les sources et la structuration des capitaux extérieurs pour le développement des cabinets.

__Vers une grande profession du droit

Le président de l'ACE veut accueillir dans la famille des avocats leurs « frères de sang » que sont les juristes d'entreprise qualifiés. Il pense à une approche pragmatique permettant d'envisager avec l'AFJE et le CERCLE MONTESQUIEU notamment, l'intégration de cette profession au Tableau sous un terme à définir (peut-être Conseil Juridique en Entreprise) et un volet spécial, permettant au moins de faire bénéficier ces juristes de la confidentialité issue de l'art. 66-5 de la loi de 1971. La circulation et le traitement des données numériques, l'internationalisation des entreprises et des compétences, l'efficacité, l'approche de l'avocat *in mobilis* (rapport de la commission prospective du CNB), notamment, imposent plus que jamais cette évolution !

Pour y parvenir, il mise sur la force de frappe de son *think tank* et de ses 25 commissions qui apportent leurs pierres à l'édifice de « *Un État, outil de croissance* », un programme visant à montrer que les avocats sont force de proposition pour une économie et une société meilleures. Des idées qui seront relayées auprès des pouvoirs publics à l'issue du prochain Congrès de l'ACE qui se déroulera cette année à Ajaccio fin septembre. ■ C_T

« La triade obsolète nous tire vers le bas »

Une vision pour DENIS REYNAL qui consiste à remettre l'avocat, et l'avocat conseil d'entreprises en particulier, au centre des débats face aux grands enjeux de la profession. Avec un certain militantisme, il veut obliger la profession à s'adapter, notamment sur le terrain de la révolution digitale avec le LABORATOIRE DE L'UNIVERS NUMÉRIQUE DE L'AVOCAT (LUNA). Il veut militer auprès des pouvoirs publics et du CNB pour intégrer la dimension du partenariat Mécénat culturel en faisant entrer les avocats dans ce monde qui était l'affaire des experts-comptables et des notaires.

Pour ouvrir la profession à de nouveaux marchés, il mise sur la valeur ajoutée, « pas un ramassis de compétences subalternes qui transformerait le cabinet d'avocats en conciergerie : les plateformes numériques d'avocats, la formation professionnelle, l'édition, la mul-

_Management

LEGAL SUITE : accompagner l'évolution de la direction juridique

_Suite de la page 1

_Accompagner l'évolution de la fonction

LEGAL SUITE a su innover dès le début en dépassant la pratique traditionnelle du droit en entreprise. « *Le monde du droit ne collait pas avec l'explosion des nouvelles technologies à la fin des années 90, il fallait faire quelque chose* », se souvient celui qui flaire rapidement le filon. D'un premier logiciel de secrétariat juridique, la société a développé des solutions pour automatiser le suivi du conseil en interne. « *On a comblé un réel besoin auprès des juristes et DJ qui n'avaient pas les outils (suivi de contrats, de contentieux, de marques)* ». Aujourd'hui, LEGAL SUITE profite pleinement de la maturité de ce marché pour les professionnels du droit. « *Les juristes d'entreprise subissent de plus en plus une pression de la part de leurs directions générales. Ils n'échappent pas aux entretiens annuels. Ils savent qu'ils doivent s'équiper pour rendre des comptes : il faut avoir des statistiques sur les contrats, les contentieux, les concurrents, les risques, etc. Nos outils permettent aux DJ d'optimiser leur routine et de communiquer sans stress avec leur DG* ». « *Ils peuvent maintenant mettre en avant les indicateurs de performance (KPI) auprès de leurs équipes pour manager avec efficacité. Nos outils participent à l'entrée des DJ au Comex* ».

Un outil de professionnalisation de la fonction à un moment où elle peut être remise en question pour des raisons de coût. Le logiciel devient un levier fédérateur qui augmente l'impact du juriste et la reconnaissance accrue de sa valeur ajoutée au sein des organisations.

_Tout miser sur l'innovation et l'information

Une des conditions du succès : l'innovation. Chaque année, 18% du chiffre d'affaires est réinvesti en recherche et développement pour démultiplier les bénéficiaires utilisateurs des systèmes d'information juridique: « *Il faut toujours se remettre en question et chercher à optimiser les circuits d'information entre les services et fournir aux professionnels le meilleur des nouvelles technologies* », souligne P. DELEAU.

Et pour cet ancien directeur juridique, l'innovation, c'est avant tout de rester alerte pour savoir comment renforcer la performance des professionnels. Son taux de fidélisation parle de lui-même : 97%.

Un réseau de partenaires lui assure des remontées d'informations pour rester à l'écoute des enjeux et des problématiques de la profession. Des liens étroits sont ainsi tissés avec l'AFJE ou le CERCLE MONTESQUIEU avec qui il organise régulièrement des débats. Plus récemment, LEGAL SUITE s'est aussi rapproché de l'association française de *contract management*.

Tableaux de bord, thématiques, indicateurs clés... LEGAL SUITE souhaite rester connecté aux besoins de ses clients. Les commerciaux sont formés en amont pour faire remonter les informations (via des mises en situation dans des ateliers de bonne compréhension). Les ingénieurs en interne se mettent également au diapason en étant formés aux métiers et à l'univers du juridique. Les informations remontées sont consolidées, analysées pour en faire des problématiques génériques à solutionner. C'est l'objet du « *best of LEGAL SUITE* », une sorte de document interne fait par et pour les juristes et chefs de projet de l'éditeur. « *Tout ce qui peut être qualifié d'innovant et intéressant dans nos solutions pour les besoins y sont répertoriés et enrichis en permanence. C'est une valeur fondamentale chez nous* », analyse P. DELEAU. L'entreprise a également lancé dans le même esprit, les trophées des meilleurs projets d'informatique juridique.

_L'international pour rester indépendant

L'entreprise réalise 26% de son chiffre d'affaires à l'international (Canada, États-Unis). Ce qui lui permet de rester indépendante au niveau capitalistique mais aussi de garder une bonne hauteur de vue pour innover: « *les pratiques sont différentes aux États-Unis où le DJ est un gestionnaire de la dépense. Un DJ français est plutôt un gestionnaire de la sécurité juridique. Ces deux profils nous permettent d'offrir des réponses techniques variées* ». ■

C_T

_En direct des librairies : il fait bon de lire...

- « **Les grands fauves du barreau** », VALÉRIE DE SENNEVILLE et ISABELLE HORLANS. Justice et communication, pourquoi la communication est devenue une arme stratégique. CALMANN-LÉVY, 304p. 18 €
- « **Chronique d'un élève avocat, comment j'ai réussi l'examen du CRFPA** », WISSAM MGHAZLI, conseils et retours d'expériences par un ancien élève devenu avocat. ENRICK ÉDITIONS, 178p. 13,95 €
- « **Growth hacking, révolutionnez votre stratégie marketing digital** », NICOLAS BRUNN. Cette technique utilisée par AIRBNB et UBER et qui fait recette. ENI ÉDITIONS, 203p. 29 €
- « **Sagesse de Confucius** », valeurs, propositions et aphorismes pour Grandir. CYRILLE J.D JAVARY spécialiste de la pensée traditionnelle chinoise. Un peu de spiritualité intemporelle dans ce monde de... EYROLLES, 190p. 10 €



LE PRIX OPÉRA récompensera cette année pour la 6^e fois les meilleures actions de communication des cabinets.

À VOS AGENDAS : la soirée de remise des prix aura lieu **le lundi 4 juillet au Musée Dapper**

Vous pouvez concourir dans les 12 catégories suivantes :

(La date limite pour nous transmettre vos dossiers est le 13 juin)

1/BRANDING - RE-BRANDING

2/COMMUNICATION RECRUTEMENT

3/COMMUNICATION ALUMNI

4/SUPPORTS DE PRÉSENTATION
(BROCHURES, RAPPORTS, WHITE PAPERS, ETC.)

5/ÉVÉNEMENT
(INTERNE/CLIENTS)

6/WEB
(DIGITAL)

7/RELATIONS PRESSE

8/BUSINESS DÉVELOPPEMENT
(DÉVELOPPEMENT, ETC.)

9/FORMATION & INFORMATION CLIENTS
(SÉMINAIRES, CONFÉRENCES, LETTRES D'INFORMATION, ETC.)

10/ENQUÊTE DE SATISFACTION
(CLIENTS, COLLABORATEURS, STAGIAIRES, BILAN DE MISSION, ETC.)

11/RSE

12/COMMUNICATION INTERNE

Partenaires «Gold» :



Partenaires «Silver» :



Pour en savoir plus et télécharger le dossier d'inscription

facebook & **www.prixopera.com**

JURISTES
20 ANS ASSOCIÉS

Juristes_associés, le bimensuel des professionnels du droit est publié par CBP - Tél : 33 (0)1 44 62 94 73 - Site : www.juristesassocies.com
Sarl de presse au capital de 304,90 € - Siège social : 7, rue Pache - 75011 Paris - RCS : B411185077

Imprimerie spéciale et diffusion : 7, rue Pache - 75011 Paris

Directrice de la publication/Rédactrice en chef : Caura Barszcz - Secrétariat de rédaction : Corinne Draï

A participé à ce numéro : Clémence Thévenot - Studio graphique : acteris (www.acteris.net) - Commission paritaire : 0707179412

Dépôt légal : à parution.

Abonnement 1 an (22 numéros) : 665 € (HT) - Vente au numéro : 40 € (HT) - Toute reproduction, même partielle, est interdite.

