

Préface

Stéphanie FOUYOU

Présidente de l'A.F.J.E.

L'Association Française des Juristes d'Entreprise soutient activement le programme « Droit, Management et stratégies » depuis sa création à l'ESSEC par Hugues Bouthinon-Dumas et Antoine Masson, programme dont je félicite l'approche multidisciplinaire.

I. Droit et Communication : leur interaction, leurs outils respectifs et complémentarité

D'expérience, je dirais qu'au-delà du chef de projet, le directeur juridique a trois partenaires clés au sein de l'entreprise : le directeur financier, le directeur des ressources humaines et le directeur de la communication. Dès lors, si on évoque souvent les relations entre la finance et le droit, il convient de relever que les ressources humaines et la communication se trouvent également au cœur des problématiques auxquelles sont aujourd'hui confrontées les entreprises. Or, les aspects juridiques des questions soulevées par ces trois acteurs se retrouvent finalement traités au sein d'une seule composante : la direction juridique.

Dans ce contexte, savoir communiquer ou « manager sa communication » est un enjeu tant pour l'entreprise, au regard notamment de l'image que certaines options juridiques retenues peuvent véhiculer, que pour le juriste qui souhaite faire valoir ses propositions au sein de son entreprise. Lors de différents évènements organisés par l'Association Française des Juristes d'Entreprise, il est ainsi ressorti de manière évidente que la question de la communication, en tant qu'outil de leadership, mais également en tant que mode de gestion des relations externes, est au cœur des réflexions actuelles des directeurs juridiques. Eu égard à la place stratégique occupée par le droit au sein

de l'entreprise et donc à la maturité des directions juridiques, en prise directe avec les enjeux majeurs des sociétés, il n'est donc plus temps de s'interroger sur la légitimité d'un tel sujet.

La communication juridique est aussi une belle opportunité pour la grande famille des juristes d'affaires, juristes d'entreprise et avocats de renforcer leurs interactions et la complémentarité de leurs actions. Quelle est cette complémentarité ? En termes de communication interne, les juristes doivent justifier leur budget ainsi que la répartition des tâches internes/externe. À cet égard, la bonne appréhension par les avocats de certains problèmes propres à l'entreprise et la relation de confiance qui en résulte jouent un rôle essentiel. En termes de communication externe des entreprises, le duo juristes/avocats doit être parfaitement aligné pour faire preuve de rapidité et de réactivité notamment en cas de crises.

II. Relation entre communication et droit soulève deux grands axes de réflexion

Le premier est celui de la communication du droit dans l'entreprise afin de développer une culture générale de l'entreprise sur les sujets juridiques, ce que nous nommerons la *culture juridique de l'entreprise*, notion que nous prescrivons au sein de l'A.F.J.E. depuis des années. Afin d'élever la connaissance juridique et la compréhension de l'environnement juridique par les opérationnels, la direction juridique doit adopter sa propre communication et développer une approche de marketing du droit. Pendant de nombreuses années, les directions juridiques ont pensé qu'elles pouvaient vivre dans leur tour d'ivoire. Elles se considéraient comme nécessaires et incontournables par nature pour apporter conseil et expertise technique à la présidence ou à d'autres managers. Le marketing leur apparaissait alors un peu vil et le fait de parler de communication ou de marketing à un juriste, grand expert technicien du droit, était perçu comme quelque peu insultant. Aujourd'hui, à l'instar des autres départements de l'entreprise, la direction juridique doit être en mesure de justifier ses coûts, de promouvoir sa contribution à la création de valeur et de valoriser les actions de ses équipes et ce afin d'aller du savoir-faire vers le faire-savoir. La communication est un élément clé de promotion et de positionnement de la direction juridique au sein des entreprises.

Le second axe concerne le droit comme outil de gestion de la réputation et de l'influence de l'entreprise. Aujourd'hui la plupart des entreprises mettent en place des outils de veille internet. Dans ce cadre, la direction juridique peut être appelée à assister la direction de la communication pour se positionner. C'est notamment le cas en matière de droit de réponse où il faut que pouvoir réagir dans les plus brefs délais. La direction juridique et la direction

de la communication doivent alors déterminer s'il est opportun d'utiliser son droit de réponse ou s'il convient de traiter le sujet autrement. De même, les entreprises tentent parfois de faire évoluer des projets législatifs ou de faire connaître les difficultés qu'elles rencontrent pour appliquer certaines réglementations. Pour ce faire, la direction juridique et la direction de la communication vont travailler main dans la main pour communiquer auprès du public et des instances utiles.

La communication juridique est donc un sujet au cœur de l'actualité. C'est un thème essentiel dans le cadre de la responsabilité sociétale de l'entreprise. La communication juridique est aussi l'occasion de faire la démonstration du positionnement central des directions juridiques, à la croisée des différentes parties prenantes que sont les clients, les médias, les salariés, les partenaires, les actionnaires et la société civile en général.

Ce thème est donc à la fois utile, pertinent et passionnant.