



Donald Sword
 Vice-president, Legal & Regulatory and
 Corporate Secretary
 Johnson Inc., St. John's

B. Focus on relationships.

Sword seconds the point: "The legal work in-house counsel does is always in the context of relationships. In Canada in particular, most business or industry boils down to small communities. Your reputation is always important. How you do things and how you communicate is sometimes as important as what you do or communicate. There are going to be a lot of arbitrations, and there's a bigger picture to consider than the fact that you win one or lose one."

C. Embrace corporate culture.

Thinking like a business person means embracing business practices that may be anathema to lawyers in private practice. Take meetings. "At a law firm," says Frank, "you're trained to be at your desk and bill, bill, bill. And here you are, at all these large meetings with lots of people, and it seems very inefficient."

He cautions against simply offering up a quick legal solution and getting back to your desk: "The fact is, there are many different stakeholders. Their needs and insights have to be addressed,

Les rouages de la profession juridique à votre portée

Ce guide à l'intention de l'avocat junior fournit huit points-clés qui lui permettront de voguer habilement dans les eaux à la fois complexes et fascinantes du droit d'entreprise.

Dès votre entrée en fonction dans un cabinet juridique, le premier réflexe est de vérifier son intranet pour trouver des renseignements pratiques. Nous avons interviewé plusieurs experts qui vous dévoilent d'autres astuces moins faciles à dénicher.

1. Capitalisez sur votre formation

Les aptitudes acquises au sein de cabinets vous seront très utiles, notamment celles qui concernent l'éthique au travail, indique Rodney Frank, avocat-conseil chez Telus à Edmonton.

2. Connaissez votre organisation par cœur

Outre l'apprentissage des rouages de l'industrie et de l'organisation pour laquelle vous œuvrez, il est essentiel de vous familiariser avec ses différents départements. M^e Frank fait remarquer que ces connaissances favorisent le juriste interne par rapport à l'avocat d'entreprise.

A. Sortez de votre bureau.

L'avocat Gary Goodwin chez Ducks Unlimited Canada à Winnipeg conseille d'établir des contacts avec les collègues de différentes filiales de l'organisation et des

contacts généraux pour rester au courant de ce qui affecte l'industrie en général.

B. Vos tâches et responsabilités.

Le rôle d'avocat varie d'une organisation à l'autre, c'est pourquoi vous économiserez du temps en sachant dès votre entrée en fonction en quoi consistent précisément vos tâches et vos responsabilités, selon Amee Sandhu, avocate senior à Atomic Energy of Canada Limited à Mississauga. Posez donc des questions.

C. Gardez l'esprit ouvert.

La structure organisationnelle formelle importe autant que les domaines d'influence

and there is a ritual that has to be observed. In that sense, these meetings are actually quite efficient. And it's to your downfall if you don't become aware of that."

8 Accept that, sometimes, you will be unpopular

There's no getting around this last one — sometimes, you will deliver bad news. And if your CEO doesn't take kindly to being challenged? Be as tactful as possible — and then put your opinion in writing.

"I would make it very clear that if a person wants to proceed with what I think is a bad decision, that they will have to ensure that A, B, and C are handled in the following ways," says one in-house lawyer who didn't want to be named on this point.

"That makes it clear that they have to take the next positive action to proceed. And I find that if you put it in terms of personal accountability, people do not want to be the ones to make that decision." ■

Susan Goldberg is a freelance writer based in Thunder Bay, Ontario.

officieux, aux dires de M^e Sandhu. Les zones d'influence informelles permettent de mieux comprendre les enjeux d'un contrat.

3. Cultivez votre relation avec vos clients.

Il faut élargir la définition de « clients » pour y inclure vos collègues et maintenir une bonne relation avec eux. Vous obtiendrez ainsi une foule d'informations utiles pour votre travail.

A. La pause-café.

Catherine Smith, vice-présidente des services juridiques et des relations gouvernementales chez Best Buy Canada à Vancouver, relate que des groupes de collègues prennent un café à la cafétéria durant 30 minutes pour parler des projets à venir. Cela cimenter les relations.

B. Comprenez leurs inquiétudes.

M^e Smith invite ses clients à remplir un questionnaire destiné à sonder leur satisfaction et à améliorer le service qui leur est rendu. Elle recommande aussi de se réunir dans le bureau du client, de manière à saisir quelles sont les responsabilités et les pressions exercées sur lui.

C. Soyez accessible...

M^e Sandhu enjoint de répondre aux appels et aux courriels du client le plus rapidement possible, car cela réduit son stress, quitte à lui indiquer que vous pourrez vous consacrer à son cas dans une semaine. Il faut également recevoir les clients qui se présentent sans rendez-vous avec amabilité même si vous êtes surchargé de travail.

D. ...mais pas trop.

L'accessibilité à vos collègues d'autres départements ne peut être aussi systématique.

S'il arrive qu'un homologue entre dans votre bureau et vous demande de vous occuper de son cas, demandez-lui gentiment si son supérieur est au courant de sa démarche, conseille M^e Sandhu. Établissez une relation avec chacun des différents directeurs afin de déterminer comment procéder dans un tel cas.

E. Gérez leurs attentes.

Les équipes juridiques établies dans les entreprises sont limitées en termes de personnel et de budget. Or, chaque client veut que l'avocat d'entreprise s'occupe de son cas immédiatement. M^e Smith recommande d'établir des échéanciers précis avec le client en établissant un délai réaliste.

4. Montrez-leur ce que vous valez.

Lorsque l'heure facturable n'est pas l'indicateur de performance, comment justifier sa valeur ajoutée auprès du client? M^e Smith suggère de montrer comment le juriste a aidé le client à atteindre ses objectifs d'affaires et de quelle manière les actions mises de l'avant ont favorisé les objectifs stratégiques de la compagnie. Il prépare des graphiques mensuels et trimestriels à cet effet.

5. Utilisez un langage qui leur est familier.

Un bon avocat d'entreprise doit expliquer à la fois le droit aux hommes d'affaires qui l'entourent et les affaires aux avocats d'entreprise, commente Donald Sword, avocat général et secrétaire d'entreprise chez Johnson Inc. à St. John's. Il conseille d'utiliser les outils électroniques les plus prisés au sein de l'organisation, comme les présentations PowerPoint.

A. Appréciez les sommaires exécutifs

Si votre client aime les sommaires exécutifs, il faut privilégier cet outil à votre tour. Si vous désirez utiliser le dossier juridique plus traditionnel, écoutez-le donc et expliquez-le au client en personne, conseille M^e Smith.

6. Spécialisez-vous.

En vous spécialisant dans des domaines porteurs, vous gagnerez en valeur et en popularité auprès de vos clients, selon M^e Frank.

7. Pensez affaires.

M^e Frank considère qu'il est possible de concilier l'éthique et les affaires.

A. Concentrez-vous sur les solutions.

Il existe des circonstances où la bonne foi, la flexibilité et les solutions sont préférables à une analyse juridique stricte, rappelle François Lavallée, vice-président senior aux affaires juridiques à la Financière Banque Nationale à Montréal.

B. La relation d'abord.

Communiquez bien et de manière à conserver de bonnes relations, conseille M^e Sword.

C. Adoptez la culture corporative.

Selon M^e Frank, les réunions avec les différents intervenants en jeu important pour comprendre leurs besoins et perspectives.

8. Sachez dire non.

Il est parfois nécessaire d'annoncer de mauvaises nouvelles à un client. Faites-le avec le plus de tact possible et notez votre opinion en abordant toutes les autres options envisagées. ■

— Yasmina El Jamaï