

« *Thinking globally, acting locally* » ou sa variante « *Think global, act local* » est un mantra du marketing depuis quelques années et s'applique autant à l'adaptation au goût local de produits alimentaires qu'aux prestations de services. Le terme "Glocal" vient de la contraction des mots Global et Local. C'est la recherche d'une synthèse entre une stratégie mondiale et sa mise en œuvre adaptée aux conditions et paramètres locaux.

Longtemps le juriste ou l'avocat s'est contenté de la dimension locale de son activité. Il connaît un système juridique et conseille ses clients locaux ou globaux sans faire de grandes distinctions, si ce n'est un effort de pédagogie pour ces derniers. En effet, quoi de plus local qu'un corps de règles votées par un pouvoir législatif national ou encore l'appartenance à un barreau ?

L'AFJE vient d'organiser pour la première fois en Europe, le sommet international consacré aux *In-house counsel* [1], les juristes et avocats d'entreprise. Plus de 300 directions juridiques de 35 nationalités ont fait le déplacement à Paris à l'initiative des juristes d'entreprise français pour le In-House Counsel World Summit 2016 consacré au thème de la « glocalisation » [2]. Pendant deux jours, ces juristes du monde entier ont échangé sur l'internationalisation de leur métier et sur la nécessité qu'il y a à s'adapter à cette mutation.

Les tendances communes auxquelles font face les juristes sont nombreuses : les questions sur le Big data, sur la compliance, la gouvernance en général, les réglementations restrictives à l'établissement des entreprises dans certains pays, l'extraterritorialité.... Sur toutes ces questions, des règles supranationales coexistent avec des applications diverses sur un plan local.

Si le juriste d'entreprise – qui est le client – consacre un tel évènement à ce sujet, c'est sans doute que le thème le justifie. Certains avocats diront que les firmes internationales répondent déjà au besoin de « glocal » et il est vrai qu'elles essayent de le faire. Mais, est-ce que les avocats locaux – pris individuellement, qu'ils exercent ou non dans des cabinets dits internationaux – savent placer dans un contexte global les règles qu'ils ont l'habitude de manier au niveau local? La réponse est souvent négative. Tels des médecins spécialistes qui s'affairent autour d'un même patient et qui ne contribuent au diagnostic que dans les limites de leur spécialité, les avocats avec leurs partenaires et correspondants étrangers superposent plus souvent des couches de local qu'ils ne font réellement du « glocal ».

Le « glocal » ne se limite pas aux entreprises du CAC 40. Il concerne aussi les PME. Si l'avocat doit aider son client à faire du « glocal », il commencera sans doute à chercher à comprendre tous les enjeux « locaux » de celui-ci. Bien entendu, il lui faudra s'appuyer sur ses correspondants et amis étrangers, mais il lui faudra d'abord adopter une flexibilité intellectuelle lui permettant d'être « glocal » à chaque instant.

Les cabinets d'avocats qui ne sont pas « internationaux », ne sont pas hors course, loin de là. Chacun peut réfléchir à sa propre manière d'aborder le « glocal » avant de l'intégrer dans la stratégie de développement et de communication du cabinet.

[1] www.icwsummit.com

[2] In-house Counsel World Summit 2016, les Affiches parisiennes, 18 novembre 2016

[Airedale terrier gift](#), [Nissan versa note video review](#), [Nissan qashqai 2014 carbuyer](#)

Dominic Jensen