

LE BIEN-ÊTRE
AU TRAVAIL 2

L'E-COMMERCE
15

LA GESTION
DE PROJET 28

LA TRANSFORMATION
NUMÉRIQUE 36

LA GED
ET L'ECM 41

COMMUNIQUÉ DU 19 JUIN 2019

l'express



CAHIER SPÉCIAL ENTREPRISES

LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL : UN ENJEU STRATÉGIQUE



Stress, burn-out, sentiment de dévalorisation ou encore fatigue numérique... autant de maux liés au travail largement étudiés et médiatisés depuis dix ans. Résultat, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à s'investir pour améliorer le bien-être au travail de leurs collaborateurs. Et l'enjeu n'est pas seulement moral, mais aussi stratégique. Elles veulent compter sur des salariés épanouis et engagés. Et c'est ce que souhaitent les travailleurs eux-mêmes : libérer leur énergie et leur créativité et être heureux de se lever le matin. Alors comment faire coïncider qualité de vie au travail et productivité ? Éléments de réponse.

Se sentir mal au travail ne peut satisfaire ni le salarié concerné ni son entreprise. Humainement peu acceptable, le mal-être a des incidences sur la performance des collaborateurs et donc sur la santé économique d'une société. La dernière enquête de Hub One réalisée par OpinionWay du 11 au 18 mai 2018 sur « les Français et le bien-être au travail » traduit bien le lien entre satisfaction et engagement. Elle révèle ainsi que les salariés et chefs d'entreprises français les moins satisfaits de leur bien-être au travail ne se sentent ni épanouis, ni utiles (70 %) ; et les plus satisfaits sont ceux qui ont le sentiment d'épanouissement et d'utilité au travail le plus élevé (68 %).

Le mal-être a des incidences sur la performance des collaborateurs et donc sur la santé économique d'une société.

Pourtant si le bien-être s'avère étroitement lié avec la motivation des employés, le dernier observatoire Actineo (voir l'encadré 1) souligne que des efforts restent à faire. « Plus d'un tiers d'actifs travaillant dans un bureau (et près d'un sur deux dans les très grandes entreprises) pensent que leur employeur ne se préoccupe pas de leur bien-être », rapportent ainsi les enquêteurs. Et l'une des conséquences, démontrent-ils, c'est un risque d'absentéisme accru. 54 % des salariés qui se disent insatisfaits et 59 % des très insatisfaits sont ainsi d'accord avec l'affirmation « je ressens le besoin de m'arrêter alors que je ne suis pas malade ».



SODEBO

Numérique: des bienfaits insoupçonnés sur la pause déjeuner

Ne pas faire un repas classique, ce n'est pas renoncer au plaisir de manger. C'est avec cette conviction en tête que Sodebo a imaginé Free Go, une vitrine connectée, facile d'usage, riche de recettes variées. Un moyen pour les entreprises d'offrir à leurs collaborateurs une solution pratique, « comme à la maison ».

« **L**a pause déjeuner a beaucoup évolué depuis quinze ans. Certains s'accordent encore deux heures et en profitent pour faire du sport ou des courses, d'autres, de plus en plus nombreux, consacrent moins de 45 minutes à cette pause. Mais le plaisir et le repos qu'ils y trouvent est alors essentiel pour mieux repartir l'après-midi. À ce titre, les solutions que l'entreprise peut apporter aux salariés pour pouvoir manger le midi doivent être variées pour répondre à ces attentes multiples et participer à leur sentiment de bien-être », explique Philippe Rondeau, responsable marketing chez Sodebo.

C'est en ce sens qu'a été imaginé Free Go, la nouvelle offre de Sodebo. Elle ne se substitue ni à un restaurant d'entreprise, ni à une brasserie à l'extérieur des bureaux. Elle vient en complément afin que les collaborateurs ne vivent aucune frustration à l'heure de la pause du midi. Mais ce n'est pas un distributeur automatique, une machine aujourd'hui souvent mal perçue en raison des problèmes techniques qu'elle peut rencontrer, du choix limité de produits qu'elle peut offrir et d'un non-retour possible si la personne change d'avis.

« On a pensé une machine fondamentalement différente. Ce n'est pas un distributeur. C'est une vitrine, précise Philippe Rondeau. Et on l'a appelé Free Go car elle reproduit un geste qu'on fait au quotidien à la maison. On ouvre la porte, on se sert, on referme la porte. L'usage est totalement différent. Cela véhicule une expérience plus simple et plus chaleureuse, deux notions fortes du bien-être ».

La connectivité synonyme de plus de choix et plus d'information

Le fonctionnement est en effet aisé, et ce grâce aux outils numériques. Un salarié peut ainsi passer sa carte ou son smartphone directement sur le Free Go pour



Plaisir et praticité sont donc offerts aux collaborateurs.

déverrouiller la porte. Puis il l'ouvre, choisit ses produits comme il le souhaite, et referme la porte. La vitrine identifie alors automatiquement les produits qu'il a pris et débite directement le montant associé sur la carte ou le compte ouvert par le collaborateur sur l'application mobile dédiée. « Là on peut avoir une vraie variété d'offre, à la fois des sandwiches pour quelque chose de nomade et rapide, des salades pour quelque chose de plus équilibré, des box aussi pour un repas chaud et gourmand. Cette variété permet de nourrir toutes les envies et là encore d'éviter les



frustrations », assure le responsable marketing. Et d'ajouter, « contrairement à un distributeur automatique et grâce au numérique, les consommateurs peuvent en plus obtenir des informations plus précises sur ce qu'ils mangent. Sur l'application et depuis un écran sur la vitrine, ils peuvent visualiser la composition des recettes ou leur nutriscore. Et s'ils changent d'avis, ils peuvent y replacer le repas dont ils ne veulent plus et en choisir un autre. »

Plaisir et praticité sont donc offerts aux collaborateurs. Il ne reste plus aux entreprises qu'à installer ces vitrines dans des espaces accueillants pour leur assurer de passer un moment de déjeuner résolument agréable. « Le repas du midi est essentiel et la particularité de s'inscrire dans une journée de travail, rappelle Philippe Rondeau. Cela doit donc être un moment positif quelle que soit sa forme. C'est notre combat. »



Tel. +33 (0)2 51 43 03 91
www.sodebo.com
pro.sodebo.net

C'EST QUOI LE BIEN-ÊTRE ?

Pour les entreprises, il est donc urgent de mettre en place une politique active dans le domaine et d'en faire un investissement stratégique pour renforcer l'attractivité et faire venir les talents, et maintenir ou améliorer l'engagement des équipes. Mais il n'est pas toujours évident de choisir les outils, méthodes et services qui permettront d'impulser un sentiment de bien-être collectif et individuel à la fois.

De ce point de vue, la première étape consistera à dialoguer avec ses équipes régulièrement et à identifier les possibles causes d'un mal-être comme les critères de satisfaction les plus partagés par les salariés.

Sondages et études ont d'ores et déjà mis en lumière les facteurs favorisant le bien-être au travail. Et le premier apprentissage à

retenir est que le bien-être vient d'une somme d'intentions qui doivent s'inscrire dans la durée. Il s'agira donc non seulement de créer des moments particulièrement propices au bien-être mais surtout d'insuffler un état d'esprit, un environnement et une organisation du travail moteurs de motivation, de lien social et de créativité.

Dans le détail, le bien-être est associé aux missions effectuées et à la reconnaissance d'abord. Il faudra donc mettre le collaborateur en condition de réussir et de s'épanouir. Être clair sur ses responsabilités et ses objectifs, c'est l'un des déterminants de la qualité de vie au travail. Le deuxième facteur de satisfaction des salariés tient à l'équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie personnelle. Et le troisième facteur fort réside dans l'ambiance et les relations de travail.

OFFRIR DES ENVIRONNEMENTS ÉPANOUISSANTS

Heureusement nombre de professionnels proposent outils, services et accompagnement pour répondre à ces attentes. Ils mettent notamment



en avant des solutions pour faire des environnements de travail des lieux de vie inspirants, reposants et conviviaux.

Et ici les temps de pause-café ou déjeuner, sont particulièrement valorisés (voir l'encadré n° 2). D'un côté, ils participent à « l'errance mentale » qu'affectionnent les chercheurs de la Chaire « Talents de la transformation digitale » de Grenoble École de Management, qui permet de relâcher son esprit de toute sollicitation pour

améliorer la concentration. De l'autre, ils donnent l'opportunité d'échanger avec ses collègues ou occupants d'un espace de manière plus informelle.

Sans oublier que « l'alimentation est un facteur très important du bien-être. Nous, c'est notre métier, explique Philippe Rondeau, responsable marketing chez Sodebo. On s'adapte ainsi en permanence aux attentes des Français pour proposer des offres qui correspondent à trois critères phares. Le plaisir d'abord. Car manger en France doit être synonyme de plaisir. La praticité ensuite pour répondre à une consommation hors domicile plus contrainte. →

Salariés et bureaux, une satisfaction en demi-teinte

Chaque année, l'Observatoire Actineo suit l'évolution de la morphologie des espaces de travail, ainsi que les dimensions constitutives du bien-être au travail et ses relations avec l'efficacité.

Pour son édition 2019, 1218 actifs travaillant dans un bureau ont été interrogés en ligne en février 2019. Et les résultats, s'ils soulignent une satisfaction globale des travailleurs, mettent en lumière l'importance du stress et de l'espace de travail sur leur bien-être et leurs motivations.

Il apparaît ainsi que les relations hiérarchiques ne posent pas de problèmes majeurs. 74 % des actifs répondent être plutôt ou très satisfaits de leurs relations avec leurs managers. De la même manière, l'environnement autour de l'entreprise (cafés, restaurants, espaces verts) contente 71 % d'entre eux.

Toutefois, le stress et manque de sens touchent environ 2 actifs travaillant dans un bureau sur 5. 46 % répondent notamment être totalement d'accord avec l'affirmation « je me sens stressé dans mon travail ».

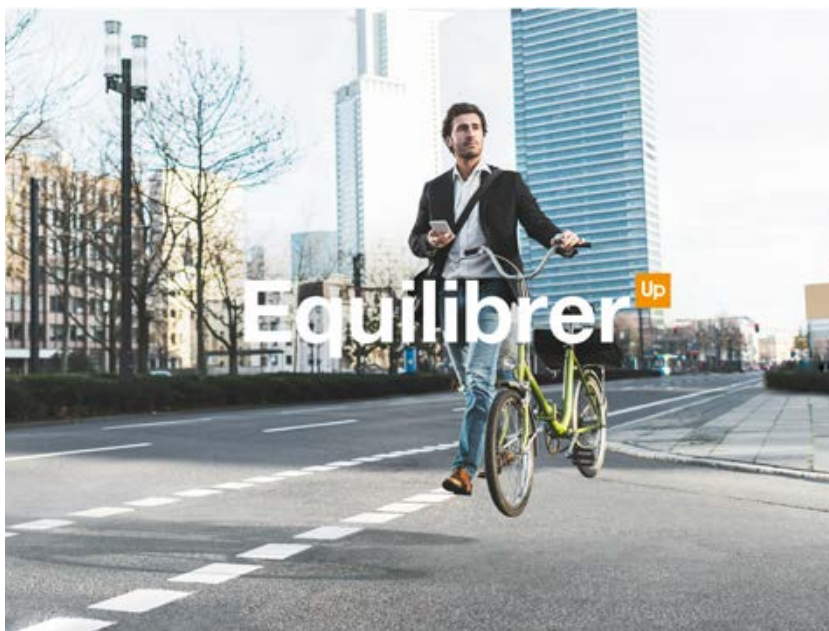
Enfin, l'espace de travail (son aménagement) est un puissant déterminant de satisfaction. 66 % des insatisfaits au travail pensent que leur lieu de travail n'est pas adapté à leurs besoins. Et de manière générale, à la question « quel degré d'importance a votre espace de travail sur les éléments suivants? », les actifs interrogés placent la santé (50 %) et le bien-être (48 %) en tête, suivis de près par la motivation (43 %) et l'efficacité (41 %). Le relationnel avec les collègues arrive ensuite (39 %).

UP

Participer à l'équilibre de vie de ses salariés

Avec le Chèque Déjeuner ou le Chèque Domicile, le groupe Up a démontré combien des solutions simples prises en charge par l'employeur pouvaient renforcer l'engagement des collaborateurs. Surtout, elles contribuent concrètement à l'amélioration de leur qualité de vie, et pas seulement au travail. Explications.

Acteur de l'économie sociale et solidaire depuis 55 ans, Up accompagne les entreprises dans le développement de leur performance et contribue à l'amélioration de la qualité de vie des individus. « Les avantages sociaux comme le Chèque Déjeuner ou le Chèque Domicile ne servent pas uniquement à augmenter le pouvoir d'achat mais participent à l'amélioration de la qualité de vie. Les titres Chèque Déjeuner contribuent par exemple à la convivialité d'une pause déjeuner entre collègues, ils incitent à prendre un vrai repas, équilibré et ils invitent à la déconnexion à l'heure du déjeuner. Avec Chèque Déjeuner on peut aussi décider de consommer « plus responsable », local et solidaire. En proposant le Chèque Domicile, le Chèque emploi service universel préfinancé (CESU), l'employeur contribue à l'amélioration de l'équilibre de vie de ses salariés. Simple et économique, (exonéré de charges



pour l'employeur et donnant accès à crédit d'impôt), il facilite l'accès, à moindre coût, aux 26 services à la personne réglables en CESU », décrit Marina Ferreira, la Directrice Générale des Solutions RH du groupe Up.



Marina Ferreira,
Directrice Générale des
Solutions RH du groupe Up

Beaucoup d'entreprises proposent ce service dans le cadre des accords liés à la parentalité et la parité mais le Chèque

Domicile accompagne l'ensemble des salariés, quel que soit leur âge ou leur situation familiale, tout au long de leur parcours professionnel. On peut par exemple se retrouver dans l'obligation d'aider un proche en situation de dépendance (un conjoint, un parent...) et cela peut également avoir des conséquences sur l'équilibre vie professionnelle et personnelle.

Des solutions modernes et préventives aussi

Pour l'entreprise, c'est l'assurance d'avoir des salariés plus engagés et motivés. Et Up

continue d'innover en matière de qualité de vie au travail. Par exemple, Up a développé un programme d'animation ludique et pédagogique. L'idée ? « Sensibiliser à l'importance de cultiver son bien-être qui est construit autour de l'alimentation, de l'activité physique et de la prise de recul », explique Marina Ferreira. « Il peut ainsi servir d'outil de prévention des maladies chroniques tout en dynamisant un collectif de travail ».

De plus, le groupe s'appuie ainsi sur les apports du digital pour étoffer son offre aux entreprises et à leurs collaborateurs. En effet, il propose une plateforme de pilotage de la Qualité de Vie au Travail conçue par Wittyfit en partenariat avec le CHU de Clermont Ferrand. « Elle replace le manager au centre de l'animation de la Qualité de Vie au Travail de son équipe. C'est un outil qui accompagne la transformation managériale. Il mesure au quotidien la

satisfaction de chacun, l'état de stress, et permet d'identifier rapidement les points d'amélioration », poursuit Marina Ferreira.

Concrètement, les salariés deviennent acteurs de l'amélioration de leur Qualité de Vie au Travail. Ils émettent des suggestions pour construire en équipe les plans d'actions collectifs, et les effets sont mesurés en temps réel. Pour Marina Ferreira, c'est donc « un outil au service de l'efficacité opérationnelle qui implique tous les acteurs de l'entreprise. C'est un vrai support de construction collective, très contemporain pour répondre aussi aux besoins d'implication et de participation des salariés à la vie des entreprises ».



Ça fait du bien au quotidien

0 811 87 87 87 Service 0,06 € / min * prix appel

<https://up.coop>



Et l'équilibre enfin, car les consommateurs sont aujourd'hui plus qu'hier attentifs à ce qu'ils ont dans leur assiette en matière de provenance et de santé. Notre objectif c'est donc de travailler sur ce triptyque du bon, du pratique et du bien au service

des entreprises et de leurs salariés ». Cet attachement à la nourriture et à la convivialité qu'elle véhicule est aussi ce qui a guidé la start-up TOTEM pour construire son offre. « Nous avons mené une centaine d'interviews d'employés, de managers et d'employeurs pour savoir quels avantages seraient de nature à améliorer leurs conditions de travail. Et 80 % des demandes en avantage tournaient autour de la nourriture dans les bureaux et les espaces aménagés pour la savourer, raconte Rafael de Lavergne, son CEO. En créant et en approvisionnant ces lieux pour les entreprises, nous véhiculons donc une vision positive du travail. Nous démontrons que c'est aussi grâce aux interactions avec les autres et grâce à la déconnexion qu'un collaborateur va mieux travailler ».

Proposer des espaces variés, équipés d'un mobilier confortable, de machines « comme à la maison » et de produits de qualité pour se

restaurer ou prendre une boisson chaude fait donc partie des leviers à portée des entreprises pour améliorer le bien-être des équipes.

Petit à petit, l'objectif sera de créer des environnements de travail centrés sur l'humain...

Petit à petit, l'objectif sera de créer des environnements de travail centrés sur l'humain, des espaces au service du salarié et non

l'inverse, propices à lui faire vivre une expérience de travail heureuse.

FACILITER LE QUOTIDIEN DES COLLABORATEURS

Au-delà de corners de pause-café ou lieux de déjeuner, les entreprises peuvent donc imaginer des aménagements, des animations et des services qui servent la tranquillité d'esprit et la motivation de leurs collaborateurs. « Nous le constatons tous : les horaires classiques de bureau, c'est terminé ; le management vertical, c'est terminé ; et le lieu de production unique, c'est terminé. Cela veut dire que la mobilité interne et externe au lieu de travail s'accroît et que les usages du lieu de travail se diversifient. Et les salariés attendent donc qu'on facilite leurs usages mais aussi, dans une ère de plus en plus connectée, qu'on leur donne la possibilité d'entretenir des liens sociaux enrichissants et inspirants, estime Stéphane Roger, Directeur Général chez Sodexo Services aux Entreprises en France. L'entreprise devient un lieu de vie à part entière. Nous aimons parler de village vertical. Imaginez par exemple Cœur Défense : plus de 8 000 personnes y travaillent tous les jours. Notre objectif c'est donc d'organiser les usages et le lien entre les habitants de ce village ».

Bien des services sont alors envisageables. →

Pauses et qualité de vie au travail : un lien évident

Plus de 9 salariés sur 10 pensent que les pauses pendant le travail améliorent le bien-être des salariés (96 %), le lien et les relations entre collègues (93 %), la qualité du travail fourni (92 %) et la productivité des salariés (91 %), selon le dernier sondage BVA sur les salariés et les pauses. 83 % des salariés estiment également que les pauses améliorent la transmission des informations dans l'entreprise.

Pourtant seuls 37 % des salariés interrogés jugent leurs managers bienveillants avec les pauses.

Dans le cadre d'une politique d'entreprise engagée pour le bien-être de ses collaborateurs, la pause ne doit donc pas être sous-estimée, d'autant qu'elle contribuerait largement à améliorer la performance et la concentration des travailleurs aux dires de nombreuses études françaises, européennes et américaines sur le sujet.

Et si plusieurs options sont envisageables pour valoriser le temps de pause des salariés, la traditionnelle pause-café a toujours la côte. Dans un sondage réalisé en 2018 pour Carte Noire, l'IFOP montrait ainsi que 9 salariés sur 10 en faisaient un quotidiennement. Et soulignait que ce rituel était particulièrement apprécié de la jeune génération.

Dans cette enquête, 73 % des moins de 35 ans considèrent en effet la pause-café comme un moment de détente favorisant l'intégration et la relation entre les équipes et leur manager. 63 % d'entre deux déclarant partager régulièrement une boisson chaude avec leur supérieur hiérarchique.

LA MAISON BLEUE

Places en crèche: offrir la sérénité à ses salariés

Créée en 2004, La Maison Bleue a ouvert plus de 260 crèches en France et accueille chaque jour plus de 10 000 enfants. Un réseau que toute entreprise peut mettre à disposition de ses salariés pour faciliter l'articulation travail-famille et renforcer son attractivité.

C'est prouvé, la conciliation vie professionnelle-vie personnelle peut être une source de stress dans la vie des salariés. Selon une enquête récemment menée par La Maison Bleue avec Opinion Way, 49 % d'entre eux ont éprouvé ou éprouvent une tension à ce sujet. À cet égard, la garde d'enfant est centrale. Notamment pour les parents de petits en bas âge faisant face à la pénurie de places dans les crèches publiques.

« Toutes nos études l'ont montré: le fait que l'entreprise propose des places en crèche à ses salariés est un moyen de les faire gagner en tranquillité d'esprit et en motivation. C'est donc une des solutions à imaginer lorsqu'on entreprend d'améliorer le bien-être au travail de ses collaborateurs. C'est aussi une manière d'attirer les talents, de fidéliser ses équipes ou de renforcer sa politique d'égalité homme-femme », explique Sylvain Forestier, président de La Maison Bleue.

Depuis 2004 et l'autorisation offerte à des organisations privées de gérer des crèches, les entreprises ont cette possibilité de réserver des places en crèche pour leurs employés. Pour eux, le coût est équivalent à celui d'une crèche publique. Quant à l'entreprise, elle bénéficie d'un crédit d'impôt Famille de 50 % et d'une déduction sur l'impôt sur les sociétés pouvant atteindre 31 %.



Sylvain Forestier, président La Maison Bleue



Autre avantage mis en avant par Sylvain Forestier, « la possibilité pour les salariés de trouver une place en crèche en fonction de la localisation qui les arrange. En général, à proximité du domicile et parfois, à quelques pas de leur lieu de travail. Que vous soyez un grand groupe ou une PME, vous pouvez donc réserver 100, 30 ou 2 places et bénéficier de notre réseau. Il se compose de nos 260 crèches ainsi que d'environ un millier d'autres avec lesquelles nous avons un accord. Ensuite, les parents salariés n'ont qu'à localiser une ou plusieurs crèches sur une carte, autour de chez eux par exemple, à valider leurs choix, et nous nous occupons de tout pour inscrire leurs enfants ».

Quotidien ou imprévus: faciliter la vie de tous les salariés

Forte de son expérience, La Maison Bleue est même allée plus loin en créant l'offre Familizy. « Pour les salariés ayant des enfants plus âgés et les autres, nous proposons un accompagnement de services à la personne. Les collaborateurs peuvent appeler leur interlocuteur dédié pour trouver des solutions à leurs problèmes d'aide à la personne. Garde d'enfant, ménage, soins

à domicile, nous organisons de A à Z leur mise en relation avec le prestataire le plus pertinent, ajoute le président de La Maison Bleue. Pour eux pas besoin de faire de longues recherches, nous les prenons en charge et négocions les tarifs. Et pour les entreprises, une nouvelle manière de simplifier la vie de leurs salariés pour un abonnement annuel à prix compétitif ».

À chaque fois, il s'agit donc d'aider les salariés à gagner du temps et de leur offrir une sérénité qui contribue à leur bien-être au travail. Et La Maison Bleue connaît les bénéfices concrets de ses solutions puisqu'elle les propose à ses propres salariés en crèche ou au niveau du siège, lequel a justement été totalement réaménagé pour garantir leur épanouissement.



info@la-maison-bleue.fr
www.la-maison-bleue.fr
www.familizy.fr

Des chauffeurs privés ou du covoiturage pour faciliter la mobilité des collaborateurs. Des conciergeries ou l'accès à des plateformes en ligne pour organiser les à-côtés, du pressing à la réservation de places de concert en passant par la recherche d'un professeur particulier ou d'une aide à domicile. Des partenariats avec des services de livraison pour simplifier l'organisation d'un petit-déjeuner ou autre repas d'affaires ou d'idéation. Ou encore la mise à disposition de places en crèches pour rassurer, attirer et motiver les talents et parents. Sur les 450 000 places de crèche en France, 17 % sont aujourd'hui gérées par des entreprises privées et permettent aux employeurs d'y réserver des places. Un avantage très apprécié. Pour détendre les équipes et favoriser leur cohésion, les entreprises peuvent également organiser des afterwork, des ateliers créatifs, ou des



séances de sport ou de relaxation. Ainsi, les services et outils propices au bien-être et à la performance existent et sont portés par des professionnels attentifs aux évolutions de société et aux besoins particuliers de chaque entreprise. Tout l'enjeu ensuite est de porter cette dynamique. Faire le choix d'une politique conciliant enthousiasme et productivité demande, plus qu'un investissement financier, une

implication managériale et humaine réelle. Pour réussir, l'attention portée au collaborateur ne peut donc être superficielle. Et elle doit être cohérente avec l'identité et l'activité de l'entreprise. Finalement du petit café au déjeuner gastro, en passant par la bienveillance et l'écoute, une stratégie gagnante de bien-être au travail invite les entreprises à avoir la même attention pour leurs salariés que pour leurs clients. ■

HUDI

Un concept de restauration d'entreprise innovant

Créer un espace convivial, renforcer les liens, offrir de vrais services, favoriser le bien manger. Autant d'engagements BCorp™ qui signent la différence de hudi. Roméo Verdier, fondateur, revient sur cette offre au service d'une marque employeur forte.

En quoi votre concept est-il si atypique ?

Roméo Verdier : Parce qu'au-delà de l'aspect food, nous réinventons un véritable lieu de vie au sein de l'entreprise qui va accroître la convivialité pour améliorer sa performance. Cela veut dire que nous redésignons des espaces non optimisés afin qu'ils puissent avoir une triple fonction : le travail, la restauration et la détente. Une approche globale pensée dans le sens de la performance du collaborateur et du bien-être de l'individu que nous sommes les seuls à offrir.

Quels sont les avantages pour l'entreprise ?

R. V. : Au-delà d'améliorer la qualité de vie au travail, de garantir une restauration



350 m² redesignés offrant 120 places assises dont 60 positions de travail et permettant d'offrir de 8h à 20h, 160 repas par jour

gourmande, nos espaces sont aussi un formidable lieu d'expérimentation RH qui permettent de déployer des animations en lien avec la transformation culturelle de l'entreprise. Leur attractivité vient « doper » la marque employeur et apporte un bénéfice financier immobilier. De plus, l'entreprise est assurée d'avoir un service

sur mesure grâce à l'évaluation continue des clients, mais aussi un service labélisé BCorp™ qui lui garantit une approche d'impact environnemental et sociétal positive.

Comment garantisiez-vous cette convivialité ?

R. V. : En proposant des services et des animations qui reconnectent les collaborateurs à eux-mêmes, à leurs envies, et aux autres afin de se retrouver au-delà des frontières de leur organisation.

Une restauration sous le signe du « fait maison » ?

R. V. : Parfaitement. Travailler des produits bruts, frais, bios et transformés sur place est notre signature. Cela se décline par une restauration ouverte de 8h à 20h assortie d'une offre de plats à emporter.

Tél. +33 (0)6 17 79 01 60
rverdier@hudi.fr
www.hudi.fr



TOTEM

La cafèt qui rassemble et booste les salariés

Né en 2017, TOTEM est plus qu'un service de snacking pour les entreprises. C'est une vision : celle de créer de réels lieux de convivialité dans les bureaux, au bénéfice des collaborateurs comme des employeurs. Échange avec son cofondateur et CEO, Rafaël de Lavergne.

Pouvez-vous présenter TOTEM et son concept ?

Rafaël de Lavergne : TOTEM vient créer des espaces de pauses conviviales dans toutes les entreprises, en installant machines à café, réfrigérateurs, fontaines à eau, distributeurs de fruits secs, le tout modulaire pour s'adapter aux espaces, et en livrant chaque semaine : café, thé, fruits bio, snack sains et boissons. C'est aussi une plateforme web. Grâce à elle, les entreprises peuvent se connecter 24h sur 24h et ajuster leurs commandes chaque semaine si elles le souhaitent.

La gratuité pour les salariés fait aussi partie de votre offre. Pourquoi ?

R. de L. : C'est en effet l'employeur qui offre nos services à ses collaborateurs, dès



10 €/mois/salarié. Cela revient moins cher que la distribution automatique ou le contrôle de l'accès au snacking par un employé. Ensuite, c'est un avantage en nature très apprécié. Surtout à l'heure où les jeunes générations se tournent vers les environnements de travail qui font le plus sens pour elles. Pour les DRH, c'est donc aussi une manière de développer la marque employeur de l'entreprise, dans une logique d'attrait et de rétention des talents.

Comment cette cafétéria sur-mesure répond aux attentes de bien-être des travailleurs ?

R. de L. : L'idée du TOTEM est de créer un point de rassemblement. Nous n'avons jamais été aussi connectés mais tout le monde plébiscite des vraies interactions. Et en France, on le sait, la convivialité se fait souvent autour de la nourriture. Pour créer une forme d'émotion et d'attachement dans les bureaux, il n'y a donc rien de mieux que de proposer nourriture et convivialité. Prendre 15 minutes de vraie pause et d'échanges dans un espace agréable, autour de produits sains et réconfortants, cela permet aussi, une fois de retour derrière son poste, de travailler plus efficacement.



Tél. +33 [0]1 84 80 88 83
<https://thetotem.co>

Maxicoffee Professionnel

La pause-café : un rituel créateur de lien !

Sans surprise, la pause-café, symbole de l'échange formel et informel depuis la nuit des temps est devenu un outil essentiel du soin apporté aux collaborateurs, dans le cadre des programmes fleurissants en France autour de la Qualité de Vie au Travail.

Sébastien, CMO chez MaxiCoffee Pro aide depuis plus de 10 ans les entreprises à révolutionner leur expérience de pause au bureau : « Parce que partager le café permet avant tout de créer le lien social, nous accompagnons les entreprises dans l'aménagement de corners ou d'espaces de convivialité plus chaleureux, véritables lieux d'échanges ».

Il ajoute : « Les employeurs soignent leurs collaborateurs et il n'est pas rare de les voir aujourd'hui leur offrir une pause très qualitative : des cafés de torréfacteurs, des snackings sains, et des corbeilles de fruits frais. D'après une étude menée auprès de nos clients, 9 consommateurs sur 10 estiment qu'un café de qualité témoigne de l'attention de leur entreprise pour leur bien-être ».



Selon Sébastien, la nouvelle pause-café repose sur trois piliers :

- **Une carte proposant plusieurs cafés,** sélectionnés pour la richesse de leurs bouquets aromatiques, et torréfiés selon des méthodes traditionnelles.
- **Une solution matérielle design et professionnelle.** Aujourd'hui, on préfère des machines moins encombrantes, plus

modernes, proches de celles de nos cuisines. Elles doivent néanmoins répondre aux normes de sécurité d'un espace collectif.

- **Un lieu de vie et d'expérience.** Pour une pause réussie, nous aidons les clients à choisir les cafés avec leurs collaborateurs. Puis, nous nous chargeons de maintenir le lieu de pause en parfait état, de régler les machines pour une extraction parfaite, et surtout nous discutons avec les consommateurs pour obtenir leurs retours et améliorer notre offre.

Retrouvez un dossier complet (gratuit) sur « la pause-café idéale au bureau » sur www.maxicoff ee.com/qvt



Tél. +33 [0]5 57 15 36 10
www.maxicoff ee.com/professionnel
Retrouvez Sébastien da Silva Inacio via LinkedIn pour parler café.

SODEXO

Faire des lieux de travail des lieux de vie

Le lien social est vecteur de bien-être, propice à la performance. Cette conviction pousse Sodexo à innover pour offrir des espaces et des services qui améliorent la qualité de vie au travail toute la journée.

« Transformer chaque journée de travail en expérience inspirante, efficace et citoyenne », c'est la raison d'être de l'activité Services aux entreprises de Sodexo. Les 12 000 collaborateurs en France s'emploient à fournir des services qui « couvrent l'entièreté de la journée de travail et facilitent la vie des collaborateurs,



participant ainsi à leur bien-être », explique Nancy Haye, Corporate Services Communication Manager chez Sodexo. Dans cette approche « workplace », on trouve des restaurants d'entreprise, des cafétérias lieux de vie, ou encore des food

trucks et frigos connectés. Des services aux bâtiments aussi pour contribuer au confort des collaborateurs dans une démarche responsable. Et Sodexo innove pour animer le quotidien des occupants en renforçant le lien social. « Nous aménageons et animons

de nouveaux espaces, comme le Social Hub. Autour d'un comptoir, d'un lounge, d'une zone de coworking et d'un espace de co-meeting, les salariés se réunissent et innovent autrement, méditent ou participent à des soirées entre équipes, précise Nancy Haye. Et puisqu'un espace ne suffit pas pour faire vivre un lieu de vie multi-usages, nous avons inventé le métier de Hub Officer pour l'animer ».

Pour Sodexo, offrir une journée promettant diverses expériences de travail, co-construite avec ses occupants, c'est contribuer au bien-être de ses salariés et impacter leur engagement.



<https://fr.sodexo.com/>
Le Social Hub en vidéo :
<https://play.buto.tv/TNnkC>

JUSTE À TEMPS

N° 1 de la convivialité au bureau

Expert de la convivialité au bureau, Juste à temps fournit tous les produits et services indispensables à la qualité de vie des collaborateurs. Didier Riahi, Président, revient sur cette offre à large spectre plébiscitée par plus de 3000 entreprises.

Quelle est la raison d'être de Juste à temps ?

Didier Riahi : Un nombre croissant d'entreprises intègrent désormais la question de la qualité de vie au travail comme un facteur clé de réussite. Travailler dans un cadre agréable et convivial impacte positivement la motivation et la performance des collaborateurs. Juste à temps accompagne les entreprises



Didier Riahi, président de Juste à temps

engagées dans cette démarche en leur proposant des produits et des services de convivialité au bureau.

Des produits, des animations, des aménagements... votre palette de services est à 360° !

D. R. : Nous proposons en effet plus de 2000 produits, en free access, qui permettent aux collaborateurs de bien s'hydrater et de bien s'alimenter tout au long de la journée, avec une large gamme de thé, de jus, de fruits, de café, de snacking et de plateaux-repas.

Nous offrons aussi des animations packaging dédiées aux temps forts de l'entreprise. Une offre globale que nous sommes les seuls à déployer, offrant aux

DRH et aux Chief Happiness Officer, la possibilité de centraliser chez un seul et même partenaire l'ensemble de leurs besoins.

En quoi répondez-vous à l'exigence RSE des entreprises ?

D. R. : Par des actions très concrètes telles que le développement de notre offre de fontaines à eau, accompagnées d'un large choix de gourdes et bouteilles, visant à réduire la consommation de plastique en entreprise. En matière de café, nous proposons aussi une large gamme de café grains et une vaste sélection de cafés issus du commerce équitable. Avec l'objectif de faire rimer convivialité au bureau et engagement RSE.



N° 1 de la convivialité au bureau
 Tél. 0 820 00 10 30
contact@justeatemps.com
www.justeatemps.com

QUE C'EST BON
d'être bloqué en réunion.



FRICHTI

PLATEAUX-REPAS LIVRÉS EN 20 MINUTES, DÈS 18€

WWW.FRICHTI.CO/PAGES/PLATEAUX-REPAS

Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.fr

ROOM SAVEURS

Performants et gourmands, c'est possible !

Mieux manger et mieux travailler, les deux sont liés. C'est la conviction de Room Saveurs qui depuis 2005 s'emploie à être un livreur de moments gourmands pour les entreprises d'Ile-de-France. Zoom sur ses recettes du bonheur au travail.

Que diriez-vous d'un Vélo Smoothie pour commencer votre journée de travail ? Proposé par Room Saveurs, ce concept consiste à pédaler pour activer un mixeur dans lequel un collaborateur aura sélectionné les fruits et légumes frais de son choix pour un cocktail vitaminé et sain. « Nous ne sommes pas seulement là pour livrer à manger. Ce qui compte pour nous c'est avant tout de faire vivre un bon moment aux personnes qui sont en entreprise », explique Marie-Laure Basset, directrice générale de Room Saveurs. Car, elle en est sûre, se sentir bien sur son lieu de travail, partager des moments plus informels et gourmands, c'est bon pour le moral et pour la productivité. Résultat plus de 70 animations composent son catalogue : crêpes party, bars à légumes, à cocktails ou



à bonbons, ou encore déjeuners étoilés... Il y en a pour tous les goûts et toutes les occasions, depuis la réunion de travail en mode « idéation » jusqu'à l'afterwork. Et pour tenir son mot d'ordre mieux manger et mieux travailler, Room Saveurs s'emploie à toujours innover. « Nous venons de lancer TWIST, la première offre zéro

plastique avec des contenants en pulpe de canne à sucre 100 % recyclables, et un coffret made in France. Côté productivité, nous accompagnons nos déjeuners à partager d'un kit pour faciliter le démarrage d'une réunion, stimuler la créativité et améliorer la performance. Cela se présente par exemple sous forme de cartes qui permettent à chaque convive-collaborateur de communiquer sa « météo personnelle », précise Marie-Laure Basset. Pour elle et son équipe, repas et encas sont donc propices à la diffusion de bonnes ondes au travail. Pourquoi s'en priver ?



Tél. +33 (0)1 44 97 59 09
www.roomsaveurs.fr

KAPTEN BUSINESS

La solution de confort pour vos déplacements professionnels

Se rendre chez un client, prendre un train... rien de plus simple avec Kaptén Business. Focus avec Dimitri Tsygalnitsky, Vice-Président, sur cette solution qui facilite la vie des collaborateurs et optimise la gestion des dépenses de transport.

Confort, efficacité, sécurité : le trip-tyque gagnant de Kaptén Business ?

Dimitri Tsygalnitsky : C'est en tout cas ces trois paramètres qui signent notre différence auprès des salariés qui relèvent la qualité de service au niveau du confort des véhicules, de l'attention des chauffeurs, du temps d'attente moyen de 4 minutes ou de notre application jugée très intuitive. Sans omettre notre service client aujourd'hui plébiscité par 93 % de nos utilisateurs et notre programme de fidélité. Unique en son genre, il permet à chaque collaborateur qui se déplace dans le cadre de ses fonctions d'accumuler des points (et donc des réductions) pour ses courses perso. Et puis, nous sommes une entreprise française... ça a du sens pour nos 2 200 entreprises clientes.



Dimitri Tsygalnitsky, Vice-Président Kaptén Business

Même efficacité d'un point de vue comptable avec une solution 100 % intégrée ?

D. T. : Tout à fait, sans compter qu'elle est 30 % moins cher qu'un abonnement de taxi traditionnel. La synchronisation avec

des outils de gestion des dépenses comme Concur, la centralisation du paiement (immédiat ou en fin de mois)... autant de fonctionnalités qui permettent de contrôler ses coûts et de réaliser une économie importante quand on sait que le traitement d'une note de frais s'élève à 28 euros ! Sans parler de la suppression des risques de fraudes.

Une application qui se veut également sur mesure ?

D. T. : Elle est totalement paramétrable avec la politique de mobilité de l'entreprise qui peut orchestrer ses filtres de restriction à la commande selon les collaborateurs tels que point et horaire de départ, gamme de véhicule... et s'assurer ainsi que celle-ci sera respectée.

kaptén
business
info-business@kaptén.com
www.kaptén.com

JURA FRANCE

Un résultat café 100 % fraîcheur

Esthétiques, innovantes, simples d'utilisation... les machines à café en grains Jura subliment la pause-café avec une promesse gustative exceptionnelle. Aurélie Degand, responsable marketing-communication, revient sur cette gamme atypique qui fait de plus en plus écho à la quête de café frais.

Quelle est la différence Jura ?

Aurélié Degand : Certes notre réputation n'est plus à faire sur ce marché où nous sommes présents depuis 1930, mais je dirai que c'est surtout le fait que nous sommes la seule marque à ne proposer que des machines automatiques à spécialités de café. Ce qui veut dire que la totalité de notre investissement en innovation et design leur est consacrée. Ce qui explique que l'on se singularise sur ce marché par un design souvent salué dans les concours les plus prestigieux et une technologie très en avance. Tout cela au service de notre promesse : offrir un café d'une grande fraîcheur dans la tasse.



La GIGAX3c avec son écran 4,3 pouces est une machine 100 % autonome qui propose 32 spécialités de café et 150 tasses/jour

«[...] nous travaillons à plus de 50 % avec des torréfacteurs pour nos lignes professionnelles.»

Jura, est-ce juste du café noir ?

A. D. : Pas seulement, nous proposons également des boissons lactées de plus en plus prisées telles que le cappuccino, le caffè latte, le latte macchiato... Autant de spécialités qui répondent aux attentes des plus jeunes générations, et changent résolument la donne de la pause-café traditionnelle.

Qu'en est-il côté entretien ?

A. D. : Il n'y a pas plus simple. Nos machines communiquent en permanence avec l'utilisateur, lui indiquant s'il y a lieu de faire un entretien et la marche à suivre. Et si tel est le cas, elles restent opérationnelles malgré tout et en capacité de préparer des boissons toute la journée. C'est très intuitif et aussi facile que de se faire un café. Et d'autant plus avec nos modèles 100 % autonomes où là, l'usage est simplifié au maximum.

Voir son café se faire : un élément extrêmement différenciant ?

A. D. : Tout à fait, la quête de fraîcheur est une attente de plus en plus exprimée au sein des entreprises. Voir son café se mouder à l'instant T participe à cette exigence qualitative. Et c'est dans ce sens que nous travaillons à plus de 50 % avec des torréfacteurs pour nos lignes professionnelles.

Le design de vos machines s'inscrit dans la tendance cocooning des espaces café.

A. D. : Parfaitement, nos machines trouvent naturellement leur place dans ces nouveaux espaces types corners café, et participent à leur ambiance et au bien-être recherché. Avec leur look design et compact, leur capacité allant de 30 à 200 cafés par jour et la qualité des spécialités de cafés qu'elles proposent, elles concourent véritablement à faire de la pause-café un instant particulier extrêmement qualitatif.

TÉMOIGNAGE CLIENT



Christophe Petit, directeur commercial, Cafés Pfaff

« Cela fait une quinzaine d'années que nous sommes fidèles aux machines Jura parce que ce sont celles qui offrent une qualité d'extraction optimale permettant de restituer fidèlement toutes les saveurs gustatives de nos cafés. Et valoriser notre savoir-faire. Un critère essentiel pour nous, artisans torréfacteurs.

De plus, côté utilisateurs, les retours sont très positifs plébiscitant également le large choix de boissons gourmandes au lait frais qu'elles proposent en complément. Et d'une manière générale, les entreprises saluent leur impact écologique et économique qui répond avec efficacité aux exigences de leur démarche RSE. Enfin, bien sûr, le design si caractéristique des machines Jura est un élément extrêmement différenciant dans les entreprises actuelles et notamment dans les open spaces. Autant de critères clés qui nous ont permis d'étendre notre présence au-delà des CHR et d'être référencés dans les TPE/PME et multinationales telles que Microsoft, Hermès et prochainement, Van Cleef & Arpels. »



aurelie.degand@fr.jura.com
www.jura.com

jubileo



**VOTRE RÉFLEXE
POUR**

- # FIDÉLISER
- # REMERCIER
- # RÉCOMPENSER

L'énergie est notre avenir,
économisons-la !



TOTAL

Committed to Better Energy



CARTE CADEAU JUBILEO

Le cadeau 100% original pour vos clients et collaborateurs.

Valable dans plus de 3 500 stations-service du réseau TOTAL.*

Pour la consommation de carburant, de lavage et de produits et services en boutique.

Pour plus d'informations rendez-vous sur le site www.carte.total.fr

L'E-COMMERCE : UNE CROISSANCE EXPONENTIELLE



Les chiffres du e-commerce n'en finissent plus de donner le vertige. Que ce soit au niveau du chiffre d'affaires ou des emplois générés, ou simplement en termes de ventes de produits, le commerce en ligne est à son apogée. Un succès que les e-commerçants doivent également aux nombreuses entreprises qui développent des solutions agiles, flexibles, performantes et intelligentes pour consolider ce succès.

Peu importent les incertitudes qui pèsent sur le moral des ménages, peu importe aussi la grogne sociale qui impacte le chiffre d'affaires des commerçants patentés des centres-villes en bloquant leurs livraisons, l'e-commerce continue son incroyable

marche en avant et affiche une insolente santé financière avec des performances de haut vol. Les raisons sont simples : le commerce en ligne est devenu un réflexe naturel, il est entré dans les mœurs. Que ce soit pour acheter un vêtement d'occasion, réserver un billet de train, ou un lieu de villégiature pour

les vacances, que soit pour faire ses courses ou pour chercher une pièce auto, pour s'équiper en électroménager ou simplement aller au spectacle ou au restaurant, toutes ces transactions passent désormais par l'e-commerce lequel s'est ancré dans les habitudes des Français à une vitesse phénoménale. Chaque heure ce sont 180 000 transactions qui s'enchaînent les unes derrière les autres ! Cette façon de faire du commerce qui permet des flux financiers 24h/24 et 7j/7, continue de faire tomber les records. Ainsi, en 2019, il devrait franchir la barre des 100 milliards d'euros. Rien que pour les trois premiers mois de l'année, le commerce en ligne a bondi de 11,9 % par rapport à 2018 pour atteindre un total de 25 milliards d'euros. Un succès qui fait boule de neige. En effet, dans le sillon de cette réussite, des territoires que l'on croyait voués à la désertification se redynamisent, des emplois se créent, des entreprises positionnées dans le secteur de la logistique, de l'informatique, de la téléphonie, de la sécurité, des transports, etc., trouvent un second souffle et bien sûr tous les commerçants qui petit à petit, se rallient à cette cause se frottent les mains... Une vraie poule aux œufs d'or !

UN MARCHÉ ESTIMÉ À 200 MILLIARDS D'EUROS EN 2022

Selon la fédération du e-commerce et de la vente à distance, en l'espace d'un an les dépenses que les Français ont opérées sur les sites de e-commerce ont connu une hausse de 13,4 %. Traduction : cela signifie qu'1,5 milliard de transactions ont été effectuées sur l'année, soit l'équivalent de quarante commandes par cyber-acheteur, lequel a dépensé en moyenne, en l'espace d'un an, pas moins de 2 400 euros. →



Les petits commerces, ou les commerces indépendants figurent parmi les bénéficiaires de ces ventes en ligne, lesquelles jouent un rôle moteur dans le développement économique des territoires. Non content d'enregistrer un bon taux de rentabilité, de constater un impact positif sur les magasins physiques, grâce à internet, les e-commerçants dans leur ensemble voient de belles et réelles perspectives de croissance se dessiner à l'horizon. Exemple avec le segment BtoB, dans lequel 87 % des PME sont aujourd'hui rentables.

Outre les traditionnels grands comptes qui voient leurs chiffres d'affaires prospérer, les PME ou même les indépendants grignotent des parts de marchés. 80 % des entreprises qui gèrent à la fois un site et un magasin traditionnel constatent un impact positif avec une fréquentation en hausse de leurs magasins. Autre effet positif, d'une part, les e-commerçants recrutent et en plus ils le font dans des territoires éloignés des métropoles, puisque 50 % d'entre eux sont implantés dans des communes de moins de 20 000 habitants. Une aubaine pour les localités reculées qui retrouvent de l'attractivité et du dynamisme.

Enfin, impossible de ne pas saluer un des principaux leviers du secteur, un des meilleurs artisans de la progression des achats et donc de la croissance : le smartphone ! Grâce au très fort engouement qu'il suscite auprès de jeunes acheteurs, il est un des outils majeurs du e-commerce.

Les e-commerçants recrutent et en plus ils le font dans des territoires éloignés des métropoles, puisque 50 % d'entre eux sont implantés dans des communes de moins de 20 000 habitants.

Les quatre grands défis à relever par les e-commerçants pour transformer l'essai de l'intelligence artificielle...

Les obstacles techniques et technologiques sont encore nombreux sur la route qui relie les e-commerçants aux applications d'intelligence artificielle. Il n'en demeure pas moins qu'ils devront être impérativement levés pour garantir un avenir toujours aussi radieux à ce domaine d'activité tant prometteur. Parmi ces fameux défis, le premier sera de parvenir à intégrer un nouveau type de technologies dites cognitives. Ces dernières utilisent des algorithmes d'apprentissage statistique qui emmagasinent des connaissances à partir de données transmises pour ensuite les décortiquer et en tirer toutes les informations consommateur possible.

Le deuxième défi consistera à reconsidérer la place que laisseront les e-commerçants à l'intelligence artificielle et à son cortège d'automatisation. Une question qui se pose très précisément dans la logistique avec l'avènement de robots-machines particulièrement performants dans la réception, le tri et l'expédition de marchandises.

Une question qui effraie pas mal d'entreprises. Le troisième consistera à former des collaborateurs et à attirer de nouveaux talents pour développer les compétences de l'intelligence artificielle. Enfin, quatrième et dernier défi et pas des moindres puisqu'il s'agira d'encourager des e-commerçants à partager les innovations avec leurs concurrents proches, et ce dans le but de non content partager les investissements, mais aussi les risques et bien les opportunités qui en découlent.

D-IMPULSE

Oui, D-Impulse connaît déjà vos futurs clients !

Grâce à sa technologie disruptive et innovante de marketing prédictif, D-Impulse a remporté un appel à candidature devant plus de 3 000 entreprises du marketing. D-Impulse ne fait pas que détecter les intentions d'achats des consommateurs (BtoC) et des décideurs (BtoB), elle fait souffler un vent de fraîcheur sur le marketing digital !



David Huré, président de D-Impulse

« Notre technologie n'est pas réservée aux seuls grands groupes, elle s'adresse également aux PME et e-commerçants plus modestes ».

stratégies digitales de haut niveau, mais également dans la gestion de leurs campagnes médias, social ads et S-commerce.

Jusqu'à 50 millions de profils analysés

Outil phare des directions marketing/com et commerciales, Pulsar 360 détecte l'intention d'achat avant qu'elle ne se réalise ! Basée sur des capacités de ciblage qui surpassent les modèles conventionnels, cette technologie peut analyser au quotidien jusqu'à 50 millions de profils, qu'ils soient consommateurs, décideurs, acheteurs, et ce, sur les grands médias, les réseaux sociaux, les applications mobiles.

De plus, D-Impulse identifie les comportements d'acheteurs en analysant les signaux forts, mais également les signaux faibles des clients, ce qui lui permet d'apprendre, de comprendre et d'agir automatiquement et en temps réel pour générer des ventes et/ou des leads commerciaux. Grâce à PULSAR 360, D-Impulse permet à ses clients de tripler les taux de clics et de générer en moyenne une rentabilité de l'ordre de 30 % supplémentaire par rapport à une campagne de marketing traditionnelle...

Parmi les clients de D-Impulse, on trouve des E-commerçants, des groupes d'assurances, la Caisse d'Épargne, Meilleurtaux.com, Gîtes de France, Centre International

de Deauville... « Notre technologie n'est pas réservée aux seuls grands groupes, elle s'adresse également aux PME et e-commerçants plus modestes », souligne David Huré, président de D-Impulse. Exact ! La preuve avec cet indépendant spécialisé dans l'habillement et qui en l'espace de six semaines, en investissant 60 K€, étape par étape, a généré un chiffre d'affaires de 500 k€ ! et s'est ouvert à l'international... et a dépassé les 250 000 fans Facebook !

Enfin une technologie bienveillante et à visage humain

« Pour la deuxième année consécutive nous doublons notre chiffre d'affaires ainsi que le nombre de collaborateurs. Nos points forts ? Au-delà du marketing prédictif, nous restons profondément axés sur l'humain. Nous veillons à rester bienveillants et à ne pas agacer les consommateurs tout en atteignant des performances exceptionnelles et mesurables », détaille le fondateur de D-Impulse qui a structuré son activité autour de six domaines d'intervention : audit, conseil/stratégie, production de contenus, développement web, webmarketing, marketing prédictif et centre de formations.

Assurément, D-Impulse se démarque et se distingue par sa créativité, son agilité et son sens inné de l'innovation pour concevoir des stratégies et campagnes de haut niveau. « Pour 2019 – 2020, nos axes de développement vont tourner autour de deux nouvelles offres : L'immobilier prédictif avec analyse du comportement tant des vendeurs, que des acheteurs et le recrutement prédictif pour trouver le bon candidat avant même qu'il ne postule ! », conclut David Huré.



Tél. +33 (0)6 19 72 16 04
hello@d-impulse.com
www.d-impulse.com



Plus de la moitié des moins de 35 ans réalisent leurs achats en ligne, directement depuis leur téléphone portable.

LES START-UP ET LEURS APPLICATIONS INNOVANTES, LES ALLIÉES DE TOUJOURS

Si l'e-commerce connaît cet incroyable engouement, il le doit aussi à d'autres secteurs d'activités qui ont su bien évidemment profiter de l'aubaine, tout en mettant leur expertise et leur savoir à disposition pour assurer et consolider le succès du commerce en ligne. Pour délivrer une qualité de services irréprochables, que ce soit en termes de livraison, de paiement, de diffusion de l'information, ces acteurs ont aidé les e-commerçants à séduire les clients, minimiser les coûts, sans pour autant gréver les marges. La logistique est une des alliées de la première heure du e-commerce. À

La logistique est une des alliées de la première heure du e-commerce.

elle seule, elle représente 50 % de cette réussite. En effet, cette dernière peut avoir un fort impact sur le taux de fidélisation de la clientèle, en soignant les livraisons de palettes, colis, produits pour éviter les mauvaises expériences. La logistique rime également avec gestion des stocks, avec tarifs d'expédition préférentiels, avec traçabilité de la flotte des véhicules pour des expéditions réalisées en temps et en heure...

Les autres grands partenaires qui ont fusionné avec les e-commerçants sont ces nombreuses start-ups qui en très peu de temps ont développé des technologies digitales pour consolider l'envol du e-commerce. Les solutions de gestion de l'information produit, les PIM sont aujourd'hui indispensables à tout commerçant qui veut offrir une expérience canal haut de gamme, tout en générant des gains de productivité.

Des chiffres et des lettres :

- 81,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires des e-commerçants français répertorié en 2018
- 200 milliards d'euros : selon les prévisions les plus optimistes, c'est le chiffre d'affaires que devrait peser le marché e-commerce, dans l'hexagone, à l'horizon 2022
- 13 500 emplois sont prévus en 2019 sur tout le territoire, essentiellement dans l'e-commerce et le marketing.
- 38,8 millions d'e-consommateurs en France
- 15,6 % de nouveaux commerçants en l'espace d'un an
- 45 % de parts de marché pour les produits culturels, lesquels sont les plus prisés par les cyber-acheteurs.
- 505 millions de colis BtoC ont circulé en France en 2017
- 85 % de paiement par carte bancaire pour les achats sur internet (loin devant les portefeuilles en ligne qui concernent 9 % des achats).
- 70 % des Français (soit 42,9 millions d'internautes) consultent chaque mois des sites et/ou application du top 15 e-commerce.
- Top 5 : parmi les 5 sites les plus visités mensuellement par les Français, on trouve dans l'ordre Amazon, Cdiscount, Fnac.com, vente-privée, Booking.com

D'autres ont mis au point des solutions logicielles de communication et de marketing, totalement innovantes pour détecter à l'avance les intentions d'achat des consommateurs. D'autres encore, ont réfléchi à améliorer et donc à remédier à l'engorgement routier que provoque le transport urbain en proposant des solutions numériques, flexibles, rapides, haut de gamme et surtout écologiques, afin de tendre vers davantage de développement durable. Certains ont œuvré aussi pour faciliter le parcours des e-commerçants dans un univers législatif particulièrement hostile en mettant à leur disposition des solutions performantes et agiles pour lutter contre la fraude, identifier le client sans toutefois entraver sa démarche, notamment au moment de payer. →

GLS FRANCE

Quand logistique rime avec écologique...

Grâce à sa nouvelle solution de livraison écologique, urbaine, nocturne et à la carte, GLS France, acteur incontournable de la logistique française, est en train de prouver qu'on peut intelligemment combiner développement durable et livraison par la route.



Hervé Courau, Directeur du développement commercial et Klaus Schaedle, Group Area Managing Director

Sous l'impulsion du e-commerce, le transport routier se développe tous les jours un peu plus. Conscient de cet état de fait qui contribue grandement au réchauffement climatique, certains acteurs du secteur de la logistique ont fait le pari de l'intelligence et de l'innovation pour trouver les moyens de contribuer à la protection durable de l'environnement, tout en proposant à leurs donneurs d'ordre, des prestations flexibles, rapides et haut de gamme. C'est le cas de GLS France, le prestataire de colis le plus en pointe dans ce domaine. « Développer de la logistique innovante et écologique pour organiser efficacement les flux de colis, c'est un des grands défis que compte relever GLS France », souligne Klaus Schaedle, Group Area Managing Director de GLS France. La preuve, avec son nouveau service premium de livraison écologique et en soirée, qui est actuellement en phase de test dans des arrondissements du sud parisien.

Des horaires de livraison totalement flexibles

Après avoir réceptionné un SMS indiquant l'heure à laquelle lui sera remis le colis, le particulier a la possibilité de piloter la livraison, en géolocalisant le livreur qui se déplace en vélo et en reprogrammant sa course en temps réel, pour la reporter à une tranche d'heures qui convient à ses attentes. Jusqu'à la dernière minute, il peut ainsi intervenir pour décaler l'horaire et même opter pour une réception en soirée, entre 18h et 20h, ou entre 20h et 22h, et ce, moyennant un complément de quelques euros. Cette flexibilité offerte au



GLS France vient de lancer son service de livraisons écologiques, en soirée, à Paris

client est le fruit d'un partenariat tissé par GLS France avec la start-up Tous facteurs, spécialiste de la logistique du dernier kilomètre et de la livraison en soirée. Cette dernière a en effet développé une technologie interactive inédite qui permet, via une interface sécurisée et accessible sans téléchargement d'applications, d'intervenir avec une simplicité enfantine à toutes les étapes de la livraison. « Avec ce service premium, nous venons d'ajouter une nouvelle brique de services particulièrement adaptée à la clientèle urbaine, tout en contribuant à la réduction de l'empreinte carbone sur le dernier kilomètre », détaille Hervé Courau, directeur du développement commercial chez GLS France.

Taillé pour être leader européen en qualité

« Nous ambitionnons d'être leader en qualité de service pour la logistique « colis » européenne, nous devons donc être irréprochables en termes de qualité, fiabilité, transparence, innovation et développement durable », confie Klaus Schaedle. Grâce à son implantation européenne dans 41 pays (que ce soit au travers de ses propres filiales ou via ses partenaires), mais aussi grâce à

son effectif de 18 000 collaborateurs et à son portefeuille clients de 270 000 donneurs d'ordre, le groupe GLS (General Logistic Systems B.V.), dont GLS France est une filiale, s'affirme comme un acteur de la logistique européenne de tout premier plan, un acteur déjà taillé pour se hisser au rang de numéro 1 en matière de qualité en Europe. Durant l'exercice 2017-2018, il a par exemple transporté 584 millions de colis qui ont généré un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros. Il est également présent dans 8 États américains ainsi qu'au Canada. Au total, GLS dispose aujourd'hui de 50 hubs et de plus d'un millier d'agences. Au niveau de l'Hexagone, sa filiale GLS France, qui dispose de 3 000 véhicules de livraison, s'appuie sur un réseau de 11 hubs, 86 agences, 4 800 points relais et dénombre 5 000 donneurs d'ordre.



Tél. +33 (0)5 34 619 619
informations@gl-s-france.com
<https://gl-s-group.eu/FR/fr/gls-france>

L'AVENIR SE PRÉNOMME INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Innover et protéger les données personnelles des cyber-consommateurs est une obligation pour tout e-commerçant, lequel doit cependant utiliser ces données personnelles pour accentuer son approche technologique afin d'attirer le consommateur au bon moment, au bon endroit, avec les bons produits ou services. À ce titre, l'intelligence artificielle est vouée à jouer les premiers rôles. Pour l'heure son utilisation reste des plus basiques, mais là encore, heureusement que des start-up sont à la manœuvre pour développer des applications qui seront aptes à relever tous les défis. Que ce soit pour personnaliser et améliorer l'expérience client (notamment dans la récolte de données destinée à cibler le comportement du client et à adopter un marketing prédictif et ciblé), que ce soit pour la logistique robotisée et intelligente, (capable



de gérer automatiquement et sans intervention humaine les stocks), et encore dans la recherche visuelle pour offrir aux utilisateurs et détenteurs de smartphones, toujours plus de possibilités pour trouver un produit et l'essayer virtuellement grâce à une webcam. Ou enfin les chatbots de gestion, ces petits assistants personnels, qui viennent aider et assister

le client pour trouver un produit, effectuer une commande, suivre un colis (ils sont encore à l'état de balbutiements mais vont forcément évoluer très vite pour garantir la fiabilité et la fluidité des expériences client), autant de projets déjà en route qui dessinent l'avenir de ce secteur en consolidant sa croissance pour la rendre la plus pérenne possible. ■

FOLLOWANALYTICS

Votre partenaire pour une success story sur mobile

Start-up créée en 2013, FollowAnalytics est leader de solutions Mobile Marketing Automation de nouvelle génération. Sa plate-forme qui facilite l'engagement et la personnalisation lance BUILD. Les explications de Naëlle Hadji-Bormann, Head of Marketing.



Qu'est-ce que BUILD ?

Naëlle Hadji-Bormann : BUILD permet à une entreprise possédant un site web responsive de disposer en quelques semaines d'une

véritable application mobile, entièrement personnalisée et proposant les fonctionnalités les plus avancées en matière d'analytics et d'engagement avec les utilisateurs. FollowAnalytics s'occupe de la création de l'application à sa soumission aux App Stores. De quoi économiser du temps et de l'argent, tout en bénéficiant d'un nouveau point de contact avec les mobinautes !

Pourquoi « builder » son application ?

N.H-B. : En 2018, 54 % des transactions commerciales ont eu lieu sur mobile et le taux de conversion a été 3,3 fois plus élevé sur les applications que sur le web-mobile. Or moins de 10 % des retailers ont une application. Ces interfaces concentrent pourtant 90 % du temps passé sur smartphone et 82 % des utilisateurs consultent leur mobile avant de réaliser leurs achats en boutique. BUILD a été conçu pour faire d'un site web une application intelligente, l'intégrer à l'écosystème de l'entreprise, sans écrire une seule ligne de code, et commencer à générer des revenus potentiels en quelques mois...

Quels sont vos atouts ?

N.H-B. : L'application met en avant des fonctions natives mobiles qui lui donnent une haute performance et de la valeur ajoutée en termes d'expérience client. En réduisant le temps de développement et les ressources associées, BUILD permet de disposer d'une solution tout-en-un, comprenant l'application et les meilleures solutions d'analytics et d'engagement, à un coût entre 5 et 10 fois inférieur à celui habituellement facturé par une agence !

FollowAnalytics

Tél. +33 (0)1 85 09 95 14
marketing@followanalytics.com
<https://fr.followanalytics.com>

ADOBE

Une plateforme unique pour des expériences personnalisées

Avec Adobe Commerce Cloud, Adobe propose une offre de solutions agile et complète pour se démarquer sur chaque canal digital. Son objectif : permettre aux entreprises de créer des expériences d'achat hors pair.

« On a longtemps considéré que le e-commerce était uniquement un outil technologique alors qu'il fait partie intégrante l'expérience client proposée par une marque. C'est ce que Commerce Cloud, composante d'Experience Cloud, permet et valorise », soutient Grégoire Pauty, Principal strategist innovation design chez Adobe.

Concrètement, c'est l'union de deux savoir-faire de renom. Celui de Magento, acquise en 2018, plateforme d'e-commerce (création de boutiques en ligne, gestion des transactions, expéditions et retours de produits, marketing sur les réseaux sociaux). Et celui d'Adobe, partenaire stratégique de la transformation des entreprises, et proposant un ensemble très complet de



services cloud destinés aux entreprises pour la gestion de leurs expériences client via Adobe Experience Cloud. Des potentiels réunis sur une plateforme unique, avec des fonctionnalités évolutives.

« Notre objectif c'est de fournir à nos clients les moyens de transformer chaque expérience de marque en une opportunité business, avance Grégoire Pauty. Commerce Cloud est une solution e-commerce de son

temps, agile et ne nécessitant pas de lourde intégration. Elle a la particularité de bénéficier d'un OMS (ndlr : Order Management System) incroyable, permettant de pousser des contenus de manière dynamique en s'adaptant à chaque axe spécifique de vente, d'Instagram à Facebook en passant par un site Internet ou une marketplace ».

De quoi répondre aux clients d'aujourd'hui qui attendent des interactions très contextualisées et intuitives avec les marques, et un parcours d'achat sans couture.



Adobe

www.adobe.com/fr/commerce/magento
www.adobe.com/fr/experience-cloud

Paul Grand / Elan Edelman

Tél. +33 (0)6 29 60 29 80

Paul.grand@elanelman.com

ALGOLIA

Algolia, ou l'art de réussir en quelques secondes une bonne expérience utilisateur !

Avec sa plateforme de recherche aussi robuste que performante et instantanée, Algolia révolutionne l'expérience utilisateur pour permettre aux e-commerçants d'être plus réactifs aux attentes de leurs clients. Et d'être donc plus compétitifs...

**YOUR
USERS
DESERVE
BETTER
SEARCH
RESULTS!**
EVEN WHEN THEY
TYPE QUICKLY

Facteur clé de la réussite d'un projet, l'expérience client s'est aujourd'hui imposée comme un des principaux enjeux de développement pour les e-commerçants.

Habitué par Netflix, Uber ou Google à des expériences digitales ultra-fluides et dans l'instant, les consommateurs attendent des entreprises qu'elles répondent également à ces besoins d'immédiateté. « Moins un visiteur rencontrera de difficultés pour trouver le bon produit et naviguer vers la bonne offre, et meilleures seront les chances

de conversion pour l'e-commerçant. Ceci implique une expérience de recherche et de navigation ultrarapide, pertinente et personnalisée. C'est ce que nous rendons possible, simplement. », explique Jean-Louis Baffier, Chief Revenue Officer chez Algolia.

Recherche vocale et intelligence artificielle

Pour satisfaire un portefeuille de 7 500 clients de tous horizons, dont de grands noms tels que Dior ou L'Occitane en Provence, Algolia a mis au point dans le Cloud un outil de recherche innovant, qui affiche des résultats en quelques

millisecondes. Cette application analyse et hiérarchise l'ensemble des contenus du site du e-commerçant pour offrir une expérience client instantanée aux consommateurs ! La fonction vocale, utilisée tant pour la recherche que pour la navigation, mais aussi l'intelligence artificielle, qui combine puissance et flexibilité, assurent aux sites web et aux applications mobiles des entreprises un très haut niveau de pertinence et de personnalisation, afin que leur offre corresponde le plus possible aux attentes des consommateurs. Les résultats ? Lacoste a vu son taux de conversion augmenter de 37 % après avoir implémenté Algolia.



hey@algolia.com

Consultez notre e-Book

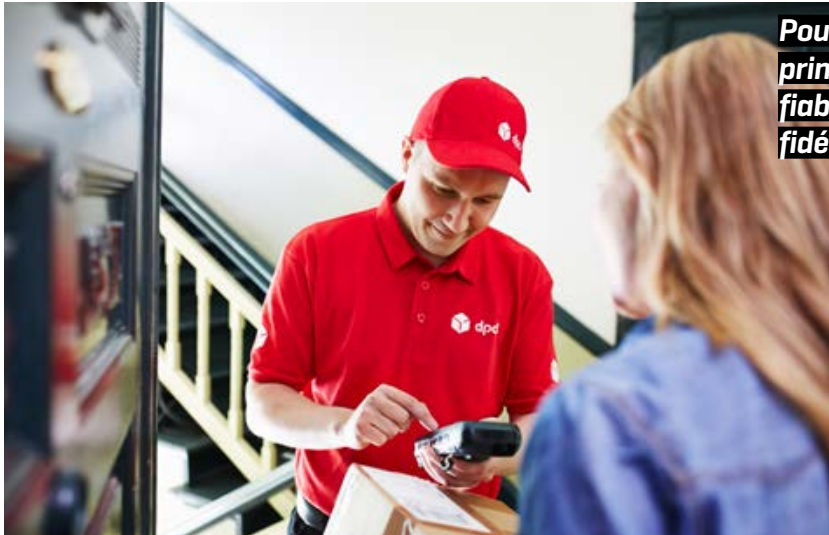
www.algolia.com/ecommerce



DPD FRANCE

Une e-logistique optimisée et responsable

Avec plus de 300 000 colis livrés en France chaque jour, DPD France fait partie du 2^e réseau de livraison en Europe. Au cœur des enjeux liés au e-commerce, le transporteur doit répondre à de multiples défis : dynamique de croissance, exigences des consommateurs, contraintes réglementaires et environnementales...



Pour les e-commerçants, il est primordial d'opter pour un acteur fiable et reconnu afin d'assurer la fidélisation des clients

puissent personnaliser leur choix. Grâce à son expertise et son réseau d'agences réparties sur tout le territoire, DPD France propose des solutions de livraison rapides et flexibles : à domicile sur rendez-vous avec le service interactif Predict, qui permet au destinataire de choisir son créneau horaire de livraison (ou de la reprogrammer) selon ses besoins et ses contraintes personnelles, ou en point de proximité avec DPD Relais dont la logistique s'appuie sur un réseau de plus de 6 000 commerces Pickup (tabacs/presse, épicerie, fleuristes...).

La livraison est un élément déterminant dans la satisfaction des e-acheteurs puisqu'elle est le dernier maillon d'un acte d'achat réussi. Pour les e-commerçants, il est donc primordial d'opter pour un acteur fiable et reconnu afin d'assurer la fidélisation des clients. Si aujourd'hui la livraison doit être facile et pratique, il s'agit néanmoins de s'adapter à un marché en forte croissance et à des exigences accrues. Avec 76 millions de colis livrés en 2018, comprendre les besoins et trouver les meilleures solutions est fondamental dans la réflexion de DPD France, qui met le client au centre du processus de livraison.

Un marché en pleine croissance

Selon le baromètre e-shopper, publié chaque année par DPDgroup, dédié aux pratiques d'achat en ligne des Européens, les e-acheteurs commandent en moyenne 7 colis par an, un de plus que l'année passée. La croissance du marché repose sur les acheteurs réguliers : 86 % du volume des achats en ligne. Cependant, le e-commerce attire constamment de nouveaux acheteurs qui jouent un rôle essentiel dans le dynamisme du marché puisque près de la moitié d'entre eux sont des acheteurs réguliers. Majoritairement millénials (18-34 ans), ils

effectuent des achats en ligne depuis moins de deux ans et sont très exigeants tout au long de leur expérience d'achat.

Des exigences accrues

Plus que jamais, les e-acheteurs sont actifs sur les réseaux sociaux, sensibles aux buzz en ligne et désireux de partager leurs avis sur leurs expériences personnelles. Ils apprécient les programmes de fidélité et ont tendance à retourner leurs achats. Le nombre de retours a ainsi doublé par rapport à l'année dernière, passant en moyenne de 5 % à 10 %. Enfin, 72 % des e-acheteurs considèrent qu'il est important de connaître le nom du transporteur au moment de l'achat. Cette information peut être rassurante, ou motivée par une précédente expérience. Offrir aux clients le choix entre plusieurs entreprises de livraison pourrait donc faciliter la décision d'achat et générer de la satisfaction client.

Rapidité et flexibilité

Combinant technologies innovantes et savoir-faire local, DPD France propose des services spécialement conçus pour le e-commerce qui facilitent l'expérience d'achat en ligne, avec notamment de multiples options de livraison afin que les e-acheteurs

Des investissements responsables

Depuis plusieurs années, DPD France compense gratuitement l'impact carbone de chaque colis livré. L'entreprise souhaite également améliorer la vie urbaine au quotidien en apportant des solutions de livraisons plus respectueuses de l'environnement afin de réduire les embouteillages et la pollution en centre-ville. L'entreprise investit dans les sites, les véhicules propres, la formation des chauffeurs (éco-conduite) et la démultiplication des solutions de livraison proposées aux clients... Face aux prévisions de croissance du volume de colis à livrer, il faut nécessairement plus de moyens (ressources humaines et matériels) tout en restant extrêmement vigilant à la problématique environnementale. Désormais, expéditeurs et destinataires souhaitent tous des livraisons rapides et non-polluantes !



dpd

ensavoirplus.ecommerce@dpd.fr
www.dpd.fr

GROUPON

Groupon : l'atout des commerces locaux pour booster leur business grâce au web

Quel est le point commun entre un consommateur connecté et un commerçant de proximité ? Groupon ! Le site d'offres promotionnelles a dix ans d'expérience dans l'art et la manière de mettre en relation des utilisateurs en quête de bons plans et des commerces de proximité en mal de visibilité.

Les uns surfent sur la vague du 4.0, ce sont les nouveaux consommateurs, ils sont de plus en plus nombreux avec des aspirations communes : la fluidité, la simplicité, la sécurité... D'un simple clic, ils veulent accéder aux informations et bons plans du commerçant situé à proximité de chez eux. Les autres, ces fameux commerçants, ne sont pas forcément tous passés maîtres dans l'art d'exploiter les outils digitaux. Selon une récente étude Harris Interactive, pour 90 % des Français de moins de 35 ans, le smartphone est aujourd'hui l'outil le plus utilisé pour s'informer sur ces commerces de proximité. En parallèle, 59 % des partenaires interrogés par Groupon ne disposent pas d'outil de réservation en ligne et 39 % des sites web ne sont pas optimisés sur mobile. « En boostant la visibilité du commerce sur le web, le commerçant peut rester concentré sur son métier, et son savoir-faire. C'est nous qui créons un carrefour d'audience pour lui apporter des clients, en tant que

« On travaille avec Groupon pour bénéficier d'un fort référencement, se faire connaître et avoir de la notoriété supplémentaire sur le web. »



Afin de valoriser les meilleures expériences client qu'ils offrent au quotidien, 24 000 partenaires ont obtenu le label Groupon Star dans 13 pays.



Paul Choppin de Janvry, Directeur de la communication corporate et du développement

partenaire de proximité dédié. Quant à nos partenaires grands comptes, on est capable de leur apporter une clientèle dans un point de vente en particulier, de faire du web to store, du web to web, on crée des offres sur-mesure. », explique Paul Choppin de Janvry, Directeur de la Communication Corporate et du Développement chez Groupon France.

Stratégie du gagnant-gagnant

Si actuellement Groupon figure en 10^e position des sites de e-commerce les plus visités en France, ce n'est pas un hasard. Il permet aux consommateurs de découvrir des offres géolocalisées, attractives et économiques, que ce soit dans l'univers des loisirs, des spectacles, de la mode, du voyage, de la gastronomie, du shopping, etc. Et c'est une relation gagnant-gagnant, comme en témoigne Anaïs Ben Lamine, Directrice marketing du Zoo du Bois d'Attilly (77), du Zoo des 3 Vallées (81) et du Zoo de Pont-Scorff (56) « On travaille avec Groupon pour bénéficier d'un fort référencement, se faire connaître et avoir de la notoriété supplémentaire sur le web. Groupon permet de lisser l'activité, d'avoir de la visibilité à des moments où l'on a moins de clients. Pour les petites structures, en déclenchant une offre sur

« Nous boostons la visibilité du commerce sur le web, le commerçant peut rester concentré sur son métier. »

Groupon, c'est la garantie d'une forte trésorerie. »

La bonne réponse aux challenges du digital pour des entreprises

Acteur clé du e-commerce, Groupon n'a pas attendu que les outils digitaux aient le vent en poupe pour s'y intéresser. Depuis sa création en 2008, il s'affirme comme un spécialiste majeur et unique en son genre de l'hyper-proximité. Ses solutions innovantes de marketing intégrées pointues et ultra-ciblées sont la garantie pour toute entreprise qui cherche à booster son business, d'accroître sa présence en ligne et sur mobile, de renforcer sa notoriété et son ancrage local, d'acquiescer et surtout de fidéliser une clientèle volatile. La preuve en chiffre : à ce jour, Groupon a travaillé avec plus d'un million de commerçants dans le monde. L'appli Groupon a quant à elle été téléchargée 200 millions de fois, et 80 % des ventes se font via l'application. En France, où Groupon a travaillé avec 66 000 partenaires, près de 11 millions de visiteurs uniques se rendent chaque mois sur Groupon.fr...

GROUPON

www.groupon.fr

Pour plus d'informations si vous voulez devenir partenaire :

www.groupon.fr/merchant/blog

Relations partenaires :

Tél. +33 (0)1 76 36 07 07

[du lundi au vendredi : 9h à 17h]

CLLOUDFLARE

Pour des expériences clients fluides partout et tout le temps

Qui dit e-commerce dit possibilité pour les utilisateurs d'accéder facilement aux informations sur un produit et au paiement, mais aussi exposition aux risques cyber. Cloudflare a donc développé des solutions expertes pour assurer la disponibilité, performance et sécurité des sites Internet et applications.



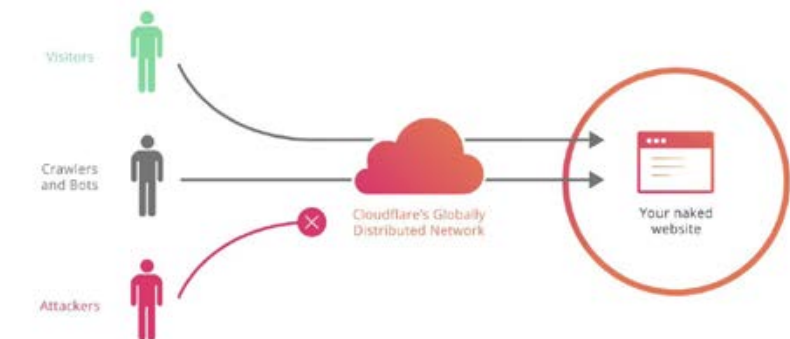
John Graham-Cumming, CTO de Cloudflare

Née il y a 9 ans, l'entreprise américaine Cloudflare assure aujourd'hui la rapidité et la protection de 16 millions de sites Web et applications à travers le monde. Son ADN : améliorer la performance et sécuriser tout ce qui se passe en ligne.

« En B to B ou en B to C, chaque utilisateur d'un site de e-commerce s'attend à ce qu'il fonctionne vite. Le plus longtemps il attendra pour visionner les informations sur un produit (texte, image, vidéo) ou accéder au paiement, le moins il achètera. La performance et la fiabilité d'un site ou d'une appli sont donc centrales pour assurer un bon taux de conversion et une expérience client de qualité », explique John Graham-Cumming, CTO de Cloudflare.

Finis les blocages

Les solutions développées par Cloudflare s'appuient donc sur deux axes majeurs : la performance et la fiabilité, et une sécurité avancée. Pour ce faire, la société californienne dispose d'un solide réseau de diffusion de contenus (CDN) avec des serveurs répartis dans quelque 175 villes du globe. « Cela nous permet de mettre à disposition



de nos clients, petites ou grandes entreprises, une infrastructure réseau de haute qualité. Résultat même si un e-commerçant héberge son site internet chez OVH en France, il peut continuer à proposer des expériences rapides et riches à ses visiteurs où qu'ils se trouvent dans le monde. Car on le sait l'éloignement du serveur d'origine peut ralentir les applications Internet », souligne encore John Graham-Cumming. De plus, Cloudflare s'appuie sur des technologies qui permettent une navigation fluide et la consultation de pages lourdes depuis un smartphone, un lieu moins bien desservi par le réseau ou en cas de pics de trafic. « Elles adaptent par exemple la taille des images et vidéos aux capacités plus réduites d'un mobile, précise le CTO de l'entreprise. Et avec notre outil Argo, nous disposons d'une sorte de Bison Futé des autoroutes d'Internet pour fluidifier le trafic en ligne en temps réel et éviter tout blocage ou ralentissement sur un site ». Un atout économique aussi, car résister à la congestion du réseau, c'est éviter l'arrêt d'un site et des coûts de remise en service onéreux.

Des outils de pointe contre les cyber-menaces

Pour tenir sa promesse de service, Cloudflare inclut également à ses solutions les technologies de sécurité les plus avancées du marché afin de bloquer les attaques comme le vol de données clients

et l'intervention de bots malveillants. À cet égard, elle rappelle qu'en 2017, le coût moyen d'une violation de données s'élevait à 141 \$ par enregistrement perdu ou volé. « Concrètement, on peut rapidement bloquer toute tentative de hacking avant même qu'elle n'atteigne un site. Car nous opérons sur tout ce qui se passe en ligne et pouvons contrôler les requêtes très en amont, explique John Graham-Cumming. Il peut s'agir d'attaques DDoS, des requêtes envoyées par des hackers pour bloquer le fonctionnement d'un site. De piratage des données sensibles comme des numéros de carte de crédit. Ou encore de bots entraînés à acheter un produit massivement, la nouveauté d'une marque de chaussures de sport par exemple, empêchant les utilisateurs d'acquiescer le bien qu'ils souhaitent sur le site du e-commerçant ».

Les services que propose Cloudflare offrent donc aux entreprises des outils de haut niveau pour assurer une expérience client enrichie et réduire les défaillances. Et ils sont aisément accessibles : moins de 5 minutes sont nécessaires pour configurer Cloudflare, rappelle la société sur son site.



Service commercial :
Tél. +33 970 440 599
www.cloudflare.com/fr

AKENEO PIM

Plus qu'un logiciel, une application métier incontournable...

Composantes essentielles du e-commerce et du retail, les solutions de gestion de l'information produit, développées par Akeneo, sont devenues les outils indispensables à toutes marques ou retailers souhaitant délivrer une expérience produit omnicanale.



Fournir la bonne information produit, l'unifier, l'organiser, la contextualiser et la décliner sous différentes formes quel que soit le canal choisi : sites e-commerce, applications mobiles, catalogues papiers, points de vente... Grâce à ses solutions de gestion de l'information produit (PIM) Akeneo, un des leaders mondiaux du secteur, permet aux distributeurs, aux

fabricants et aux marques d'améliorer la gestion et l'enrichissement des catalogues, d'offrir à leurs clients une expérience omnicanale haut de gamme, tout en générant des gains de productivité.

Sur-mesure

« Une bonne gestion de l'information produit fait toute la différence, et parce qu'aujourd'hui, le PIM est devenu un enjeu majeur pour les entreprises, nous mettons à leur disposition un outil ergonomique adapté aux contenus et aux informations métiers. Un outil qui va créer de l'émotion en racontant une histoire autour du produit, pour susciter un engouement », détaille Johan Benoualid, VP Sales chez Akeneo.

Véritables applications métiers stratégiques, les solutions PIM d'Akeneo permettent de créer des expériences produits personnalisées avec des applications « taillées » sur-mesure. Outre le traitement des informations destinées à accompagner les marques et retailers dans leur développement, ces logiciels centralisent et harmonisent toutes les informations marketing et techniques des catalogues produits, en accélèrent la gestion tout en garantissant une meilleure qualité et davantage de précisions dans les contenus, ou encore gèrent les flux entre les différentes équipes pour mieux les coordonner et éviter de dupliquer les mêmes tâches...



Tél. +33 (0)2 55 59 00 00
hello@akeneo.com
www.akeneo.com

CROSSLOG INTERNATIONAL

Grâce à CrossLog International, l'innovation et l'agilité s'invitent chez les e-commerçants...

Spécialiste de la logistique et de la supply chain, CrossLog International, entreprise innovante et digitale, se distingue par sa capacité à proposer aux e-commerçants des solutions logicielles parfaitement adaptées à leurs problématiques.

Expert reconnu du e-commerce, CrossLog International est un logisticien qui affiche presque vingt ans d'expérience. Filiale du groupe Bansard International, il dispose d'entrepôts en France et à l'étranger pour gérer les stocks de ses clients BtoB et BtoC, pour lesquels il couvre tout le spectre de la logistique. Gestionnaire et professionnel du pilotage transport sur le dernier kilomètre, il intervient également auprès de donneurs d'ordre qui possèdent déjà leur propre organisation logistique. Mais la grande force de CrossLog International réside dans sa capacité à concevoir des solutions digitales agiles, réactives et particulièrement innovantes à destination des e-commerçants.

« Outre la logistique et le transport, c'est effectivement avec ce troisième métier que nous marquons notre différence » constate Alain Sebban, directeur général de CrossLog International.

CrossDesk : plus qu'un outil, un atout !

Parmi ces outils développés en interne autour de la problématique de la supply chain et du transport, se distingue CrossDesk, un progiciel unique en son genre. Aussi interactif qu'ergonomique, aussi flexible que performant, cet outil est conçu pour assurer le suivi de la supply chain, et s'adapte parfaitement au cahier des charges des clients, ainsi qu'à tous



types de flux. Ses multiples fonctionnalités lui permettent par exemple de gérer les plans de transport, d'assurer le suivi des acheminements, de communiquer avec les clients finaux... En plus d'être interfaçable avec les ERP et les WMS clients, il est parfaitement compatible avec les plateformes de commerce les plus usitées du marché : Prestashop, Magento, WooCommerce, Shopify...



Tél. +33 (0)1 75 06 15 03
contact@crosslog.com
www.crosslog.com

ORBITVU

Les meilleures solutions pour la photographie de produits

ORBITVU est leader mondial de l'innovation technologique dans le domaine de la photographie automatisée de produits en 2D, 3D et à 360°.

Entretien avec Tomasz Bochenek, PDG fondateur du groupe dont la mission est de permettre à ses clients de mieux vendre leurs produits en ligne.



Comment est né ORBITVU ?

Tomasz Bochenek : Ingénieur en informatique, issu d'une famille de photographes, je suis passionné de technologie et traitement d'images. Après avoir fondé une entreprise d'équipements de studio photo, c'est en 2008 qu'est créée la marque ORBITVU dédiée aux plateaux tournants à 360°. Avec l'essor du e-commerce, notre ambition devient alors d'automatiser la production d'images.

Quelles solutions proposez-vous ?

T. B. : Depuis 2012, nous développons une gamme de studios photographiques compacts (Alphashot, Alphastudio) qui automatisent le processus de capture d'image, de suppression d'arrière-plan (détourage), de post-production et de publication en ligne. Nous fournissons également une plate-forme de gestion des ressources numériques dans le cloud (Orbitvu Sun) et des plug-ins pour différents e-shops, notamment Prestashop, Magento, Shopify etc.

À quels enjeux répondez-vous dans le domaine du e-commerce ?

T. B. : Face à une demande croissante, l'enjeu est de produire plus de contenu, plus rapidement, avec des budgets réduits tout en maintenant la qualité des images. Les solutions Orbitvu automatisent l'ensemble du processus : elles produisent du contenu prêt à être publié en ligne et permettent de définir des modèles de prise de vue en



enregistrant les réglages et paramètres de l'appareil photo, de l'éclairage et de la post-production. En moins d'1h30, un opérateur peut shooter jusqu'à 100 produits, sous 5 angles différents, incluant la post-production et la mise en ligne des images... De quoi gagner un temps précieux et réaliser de belles économies sur les coûts de production des contenus !

Qui sont vos clients ?

T. B. : De la très petite boutique en ligne, qui ne produit que quelques milliers d'images par an, aux grosses entreprises de e-commerce qui en shootent plusieurs millions par mois. Nos solutions s'adaptent à une large gamme de produits (bijoux, mode, électronique, alimentation...) : tout ce qui entre dans le studio peut être photographié aisément avec un rendu le plus fidèle qui soit, même pour les produits blancs, réfléchissants ou transparents réputés difficiles.

Comment contribuez-vous à améliorer la performance et la rentabilité ?

T. B. : Avec ORBITVU, moins de 3 minutes suffisent pour créer la présentation d'un produit à 360° et 36 photos sous différents

angles, avec l'arrière-plan détourné automatiquement, sans délais ni frais supplémentaires. Nos clients optimisent leur processus de production de contenu en travaillant plus rapidement avec du personnel moins qualifié. Ils réduisent ainsi les coûts, raccourcissent les délais de mise sur le marché et offrent une meilleure expérience client.

Comment accompagnez-vous vos clients ?

T. B. : Nous assurons un service de conseil et support technique - en ligne, en face-à-face ou par téléphone. Nous organisons également des présentations, des ateliers et si besoin des formations à l'utilisation de nos produits. Basé en Pologne, nous disposons de plusieurs bureaux en Europe - Paris, Berlin, Barcelone et Londres -, ainsi que d'un vaste réseau international de distributeurs, ce qui nous permet d'être présents dans plus de 50 pays.

Quels sont vos atouts ?

T. B. : Notre technologie et nos produits sont développés en interne, gage de qualité et de valeur ajoutée qu'ORBITVU apporte à ses clients. Nous pouvons compter sur une équipe R&D pluridisciplinaire composée d'ingénieurs, programmeurs, spécialistes marketing et photographes experts. Nous mettons toute notre énergie dans l'amélioration constante de nos solutions, afin d'optimiser encore les méthodes, le temps et le coût d'utilisation de nos produits.



Tél. +33 (0)6 67 66 33 29
france@orbitvu.com
www.orbitvu.fr

ONEYTRUST

Avec Oneytrust, les fraudeurs ont des soucis à se faire !

Moins de contrôles pour préserver un parcours d'achat fluide tout en évitant la fraude : un mythe ? Non, une réalité mise en œuvre par Oneytrust, société Française qui développe des solutions aussi innovantes que performantes pour identifier les acheteurs en amont de leur transaction et éviter l'authentification.

Se faire passer pour un client déjà connu plutôt que de créer un nouveau profil : il suffit de récupérer des mots de passes pour éviter de se faire repérer avec des numéros de cartes bancaires volés... Les fraudeurs ont bien souvent un coup d'avance et s'adaptent toujours aux évolutions de sécurité avant même que celles-ci ne soient pleinement efficaces. Les e-commerçants doivent en plus manœuvrer dans un uni-

vers législatif contraignant qui les oblige à repenser leurs dispositifs de lutte anti-fraude pour éviter à tout prix d'entraver la fluidité des parcours au prix de la sécurité. Un sacré numéro d'équilibriste dans lequel excelle Oneytrust, filiale de Oney Bank. Fruit de la fusion des marques FIA-NET et SELLsecure, Oneytrust est spécialisée dans la lutte contre la fraude et l'identification client.

Éviter d'empiler les systèmes de sécurité, mieux vaut les combiner

Avec ses services aussi innovants que réactifs, avec son approche humaine particulièrement bienveillante qui se résume à savoir comment fluidifier en douceur l'expérience client, cette entreprise s'est rapidement affirmée en tant qu'acteur majeur dans le domaine de l'identification digitale et dans la lutte contre la fraude. « Oneytrust facilite la distinction entre usurpation et vrai usager afin d'éviter les contrôles en pure perte. Nous proposons plusieurs solutions modulaires afin d'accompagner les e-commerçants à préserver leurs clients tout au long du parcours, dans tous les pays. » résume William Ben Chemouil, CEO de Oneytrust. Empiler les systèmes de sécurité



William Ben Chemouil, CEO de Oneytrust

n'a jamais découragé les fraudeurs, en revanche cela peut nuire durablement à la croissance d'un e-commerce. En effet, pour 99,5 % des commandes, sont faites par des consommateurs parfaitement honnêtes, se soumettre à des contrôles de sécurité récurrents lors d'une transaction en ligne peut s'avérer irritant, voire décourageant.

Identification en amont du paiement

C'est en partant de ce constat que Oneytrust a développé ses solutions. Elles s'inscrivent dans une démarche d'analyse des risques avec un impact positif pour le client, avec ses algorithmes pour valider les éléments déclaratifs, le tout en prenant bien soin de ne jamais stocker les données clients, et les protéger ainsi de toute exploitation de leurs données. À ce titre, Oneytrust est la seule entreprise du secteur à avoir obtenu une autorisation de la CNIL pour sa finalité de lutte contre la fraude en ligne. « Le vrai enjeu réside dans cette capacité à bien identifier le consommateur. Plus on affine cette étape et plus on supprime les contrôles. Nous sommes davantage axés vers l'identification des vrais clients qui est finalement la meilleure protection contre

« Nous sommes davantage axés vers l'identification des vrais clients qui est finalement la meilleure protection contre les fraudeurs. »

les fraudeurs. » détaille William Ben Chemouil. Exemple : Les codes par SMS, obligent le client à

prouver son consentement : La solution Score évalue l'indice de confiance d'une transaction avant de générer ce contrôle, en analysant en temps réel le panier, le lieu de livraison, l'identité du consommateur. Oneytrust a conçu des algorithmes puissants et efficaces pour sécuriser tous types de moyens de paiements, y compris en un clic ou en plusieurs fois. Digital Review, complète le dispositif, sous la forme d'un enquêteur virtuel qui, à partir des données fournies par le client, va évaluer un score de fiabilité du profil avec ses modèles par induction logique « Nous œuvrons en permanence pour repenser la philosophie du contrôle. Nous divisons par 2,5 l'utilisation des contrôles visibles grâce à un contrôle invisible beaucoup plus fiable. Il faut définitivement que la sécurisation soit au service de l'expérience client, et non un frein » conclut le CEO de Oneytrust.



LA GESTION DE PROJET : UN VRAI DÉFI



Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, les entreprises sont séduites par des méthodes de travail dites en « mode projet ». La gestion de projet s'impose dans des structures de toutes tailles comme un mode d'organisation particulièrement efficace. Une méthode de travail collaborative qui aide les entreprises à améliorer leur productivité, leur réactivité et agilité.

Les décisions inopérantes et la mauvaise planification des projets peuvent coûter des milliards. Les échéanciers et le budget alloué pour un projet sont souvent dépassés, alors que les résultats prévus ne sont pas toujours atteints. Savoir gérer un projet avec succès représente pourtant une compétence clé en gestion dans les organisations d'aujourd'hui et permet d'optimiser production et coût pour mieux répondre aux attentes des clients.

OPTIMISER LES RESSOURCES

Une gestion de projet efficace permet de maîtriser chacune des étapes d'un projet et d'optimiser la mobilisation

des ressources afin d'atteindre les objectifs stratégiques et développer l'avantage concurrentiel de l'organisation, en la rendant plus productive. Cahier des charges, planification des ressources, gestion des délais, pilotage, brainstorming, diagramme de Gantt... Ces termes sont devenus communs dans le langage de n'importe quel manager car ces techniques ne sont plus simplement réservées aux spécialistes. La gestion de projet couvre l'ensemble des méthodes et outils qui permettent à un chef de projet et son équipe d'évaluer, d'organiser et de piloter les tâches à exécuter. Objectif: le respect des coûts, des délais et de la performance technique. La gestion de projet intègre aussi le management

des ressources humaines, la gestion des risques et la capitalisation. Plus le projet est vaste et complexe, plus le chef de projet s'éloigne du domaine technique.

MANAGER LES COMPÉTENCES

La gestion de projet implique la collaboration d'autant de personnalités différentes que de personnes dans l'équipe, il faut donc prendre en compte les façons de travailler, les attentes et les compétences de chacun afin de tenter de définir au mieux une méthodologie de travail et des objectifs globaux communs. Travailler en mode projet permet la mise en commun des compétences des différents collaborateurs et offre de nombreuses solutions à l'amélioration de leur productivité. Il optimise le maintien de l'équilibre entre la charge de travail, les ressources humaines et matérielles, le temps de travail et les coûts. Cela permet de mieux définir les priorités, homogénéiser les processus de travail et garantir le niveau de qualité attendu. Une méthode qui facilite donc la maîtrise des risques et la mesure des performances en temps réel.

STIMULER L'INTELLIGENCE COLLECTIVE

Le management en mode projet instaure également un cadre propice à l'échange d'informations et créer un véritable climat de confiance entre les collaborateurs. En centralisant l'information et en plaçant les membres d'une équipe au même niveau, les échanges entre les différentes activités impliquées sont favorisés. Le responsable de projet qui instaure un esprit de collaboration et soude son équipe parvient à créer plus d'implication dans le travail à mener. Les salariés responsabilisés et valorisés dans leurs tâches sont d'autant plus motivés et plus ouverts à des partages et des échanges constructifs entre collaborateurs, un moyen de monter en compétences. →

MI-GSO | PCUBED

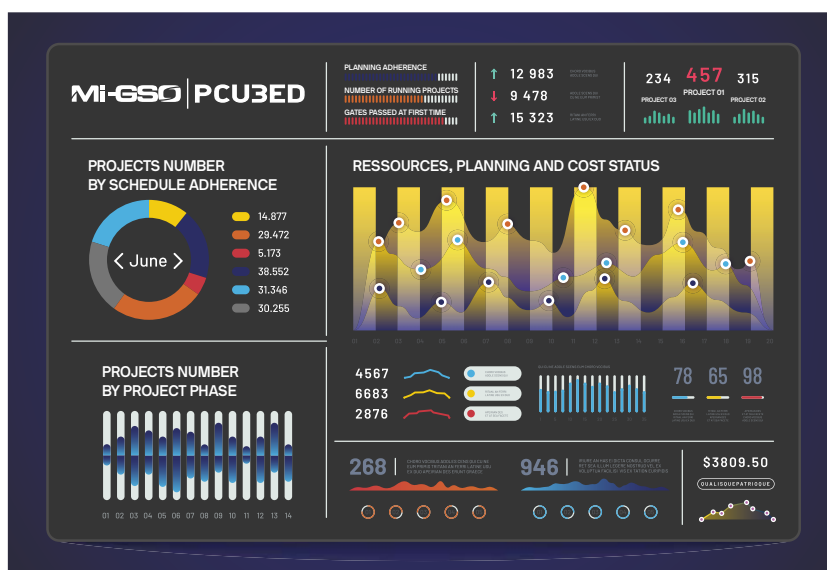
MI-GSO | PCUBED, ou l'art du PMO et du pilotage de projet...

Filiale du Groupe ALTEN, pionnier et leader du conseil en PMO, MI-GSO | PCUBED accompagne ses clients industriels en développant une expertise aussi pragmatique que pointue, basée sur un savoir-faire et sur des outils technologiques d'aide à la décision de dernière génération.

Que ce soit pour le lancement et l'industrialisation d'un nouveau produit, d'un nouveau service, ou pour transformer une façon de travailler afin de réduire les coûts et de gagner en productivité, un projet est assurément une aventure collective tant humaine que technologique. Surtout dans un contexte de complexification croissante, un « time-to-market » très compétitif, avec des projets qui tendent de plus en plus souvent à intégrer un réseau étendu de fournisseurs, mobilisant des équipes projet éclatées sur plusieurs sites et pays. Autant d'éléments qui obligent les chefs de projet à redoubler de vigilance pour éviter les doublons, les manques, les incompréhensions et maîtriser les risques. Pour relever de tels défis et répondre à ces enjeux, notamment dans des secteurs stratégiques, tels que l'aéronautique, la défense, le spatial, le ferroviaire, l'automobile, les télécoms ou encore l'énergie, l'entreprise doit faire appel à des spécialistes aguerris, les PMO, qui vont s'engager au service des chefs de projet, comme des copilotes, pour mener à bien la mission et garantir sa réussite totale. C'est ce que propose MI-GSO | PCUBED, groupe leader dans le conseil en PMO.

Pionnier dans le PMO

Fort d'un effectif de 1 700 consultants, MI-GSO | PCUBED opère depuis plus de 20 ans en France et dans plus de 10 pays dans le monde (Europe, USA, Canada, Asie et Australie). En 2013, MI-GSO a acquis la société américaine PCUBED afin de devenir un partenaire de rang mondial pour ses clients. MI-GSO | PCUBED accompagne ses donneurs d'ordre dans le pilotage de leurs grands projets et programmes de R&D, et de leurs portefeuilles de projets de transformation technologique et digitale, en développant des services innovants et compétitifs pour coller au plus près de leurs besoins.



La nécessité d'un Project Management Office agile et robuste (PMO)

Pour MI-GSO | PCUBED, le PMO définit le cap à atteindre avec le chef de projet et s'assure qu'il soit compris au sein des équipes projets. Il est en charge de la planification du projet, de la mesure de l'avancement et de l'analyse multicritère permettant l'anticipation des dérives et la maîtrise des risques. Il coordonne avec le chef de projet les plans d'actions de reconvergence vers les objectifs lors de déviations. Il est le garant de l'établissement et de la fiabilité du tableau de bord et met en place des outils d'aide à la décision. Il doit veiller à faciliter le travail collaboratif au sein des équipes projet et les préparer à affronter l'imprévu avec agilité pour garantir la performance du projet.

L'ère des projets 4.0

Pour offrir un éventail le plus large possible en termes d'opportunités pour innover, mais aussi pour réduire les coûts, améliorer la fiabilité des indicateurs pour le pilotage

et proposer des systèmes de prédiction plus robustes, MI-GSO | PCUBED mise sur les évolutions technologiques de la quatrième révolution industrielle. Ainsi, la transformation digitale et le Big Data, vont permettre d'accéder à de nouvelles données utiles et surtout faciliter en temps réel la prise de décision et le pilotage, tout en permettant l'automatisation des tâches répétitives.

L'intelligence artificielle va quant à elle exploiter le patrimoine de la mémoire, capitaliser sur les expériences pour de meilleures prévisions, mais aussi contribuer à une exploitation plus fine des données courantes d'un projet, notamment pour en détecter les signaux faibles, et élaborer des scénarii de prévision pour sécuriser le projet et garantir son succès.

MI-GSO | PCUBED

Tél. +33 (0)5 34 42 77 00
 info@mi-gso.com
 www.migso-pcubed.com



L'intelligence collective est ainsi stimulée par ce mode de management collaboratif. Dans un contexte multidisciplinaire, favoriser le travail collaboratif en mode projet permet donc une meilleure productivité des équipes et le développement des compétences.

S'EMPARER DES OUTILS NUMÉRIQUES

Les outils utilisés par les équipes ont évolué et ne cessent de s'améliorer grâce au numérique, pour gagner en temps, en efficacité et en simplicité. Ils permettent désormais de rapidement constituer une équipe, de partager les informations, d'échanger au quotidien sur les tâches et activités en cours, de fluidifier les processus de validation et de communication, de visualiser en temps réel l'avancée des projets, si nécessaire d'être à même de rapidement modifier les objectifs, d'anticiper sur les possibles aléas et problématiques liés à



la réalisation d'un projet réussi... Le but est de permettre aux entreprises d'utiliser les nouvelles technologies selon leurs façons de travailler, et non l'inverse, pour rester compétitifs et innover à la fois dans leurs outils et usages. D'autant que la performance et la réussite d'un projet passent par plus de collaboration, plus de partage et des systèmes agiles qui évoluent selon les objectifs.

ÉCHANGES ET ORGANISATION

En facilitant les échanges et rendant possible la sous-traitance de certaines activités, les innovations technologiques révolutionnent la structure même des entreprises.

Ainsi, de plus en plus de collaborateurs travaillent à distance. Un nouveau défi en matière de management de projet, surtout en termes d'organisation. Dans ce contexte, un bon logiciel de gestion de projet peut s'avérer vital pour aider efficacement à organiser, répartir et suivre le travail de chacun. Depuis plusieurs années, les systèmes d'information s'orientent vers des architectures plus collaboratives et ouvertes. Les technologies collaboratives impactent et modifient les frontières existantes des entreprises en ouvrant la voie à de nouveaux modes d'échange, de partage et de communication affranchis des contraintes de temps et de lieu. Les équipes peuvent désormais travailler sur des fuseaux horaires différents, l'information étant disponible à n'importe quel moment. Tandis que, pour les collaborateurs dispersés géographiquement, une plateforme commune devient un lieu virtuel de travail proche de chacun.

FOXPLAN

Enfin du nouveau dans la gestion de projets !

Avec sa solution entièrement dédiée à la gestion de projets, l'éditeur français de logiciels FoxPlan rivalise d'ingéniosité et de simplicité pour permettre aux entreprises de réaliser leurs projets.

A ce jour, seuls 37 % des projets menés en entreprises sont une réussite. Pour remédier à ce constat et garantir aux entreprises, notamment les PME et ETI, une totale réussite de leurs programmes, la start-up française FoxPlan, soutenue par de nouveaux investisseurs et son partenaire CoPrime, a mis en œuvre une solution de gestion de projet aussi efficace qu'innovante. « Reconnue par Bpifrance, qui la cite dans son guide digital en tant que solution française significative, notre application est indispensable aux entreprises qui veulent mener leurs projets à terme » souligne Gilles Kieffer, fondateur de FoxPlan. Agile, intuitive, puissante et basée sur une technologie avancée, l'application FoxPlan s'adresse à tous les contributeurs pour les aider à avoir une vision



commune de l'ensemble des projets en cours et à développer de véritables projets collaboratifs au sein de l'entreprise.

Prise en main immédiate

Non content de gérer les dépendances entre les projets pour faciliter leur suivi

et anticiper les problèmes, FoxPlan permet d'afficher à tout moment l'historique pour avoir toujours une vision d'ensemble. Particulièrement pertinente au niveau de la gestion des échéances, du pilotage, de la dotation en ressources ou en budget, cette application fluidifie le travail avec les autres organisations tout en créant des environnements sécurisés. Quant à sa tarification, elle est fondée sur le nombre réel de projets gérés et s'adresse à un nombre d'utilisateurs illimités.

Logiciel en ligne, FoxPlan se déploie très facilement dans l'entreprise grâce à sa prise en main immédiate et grâce au fait qu'elle ne nécessite aucune formation technique au préalable.



Tél. +33 (0)6 95 91 16 11
contact@fox-plan.com
www.fox-plan.fr

PMO

Un partenaire plus qu'un prestataire

PMO est une société d'animation opérationnelle, spécialiste des métiers de PMO et de planification de projets complexes. Ses consultants travaillent dans une ambiance collaborative et créative. Leur mission : seconder les clients dans le pilotage opérationnel de leurs programmes et projets.



Christophe Lambert,
consultant senior
et responsable de PMO

Née de la volonté d'apporter la compétence au cœur des projets, PMO pour « Project Management & Organization » a été créée en 2006. Expert dans l'amélioration de

l'efficacité délais, coûts et performance des projets, PMO est capable de fournir des ressources compétentes en adéquation avec les besoins du client n'importe où dans le monde.

Ses consultants se différencient par la qualité des missions menées qui s'appuie sur un panel de services à forte valeur ajoutée que peu de prestataires offrent : transparence, organisation optimale, aptitude à s'implanter localement, engagement aux livrables, conduite du changement, résolution de problèmes etc. « Nous pouvons mobiliser des consultants, du junior au très senior, selon les besoins du client en quelques semaines. Pour chaque mission, un « leader » est identifié. Interlocuteur du client et opérationnel sur la mission, il pilote l'ensemble de l'équipe, formalise des rapports mensuels et construit un référentiel de pilotage projet pour faire perdurer les acquis », explique Christophe Lambert, consultant senior et responsable de PMO qui affiche un turn-over quasi nul sur les missions menées. Plutôt qu'un prestataire de conseil, il se perçoit comme un partenaire. « Après avoir connu notre valeur ajoutée, les clients sont fidèles », révèle le consultant senior pour qui nombre de clients sont devenus des partenaires, souvent « sponsors » puisqu'ils recommandent régulièrement PMO ! « Le management de projets est un métier à part entière et nécessite des savoir-être et savoir-faire spécifiques », témoigne-t-il.

Le rayonnement des consultants

« People for efficient projects ». La formule affichée par PMO caractérise sa volonté de mettre les hommes au cœur de l'efficacité



des projets et donc d'attacher une importance particulière à la relation avec le client, mais également à l'expérience collaborateur de ses consultants. Ces derniers sont ainsi encouragés à envisager de faire carrière chez PMO. « Nous veillons à ce que nos collaborateurs aient une vie professionnelle épanouissante. Formés et encadrés, ils peuvent ainsi exercer leur métier de consultant avec passion et dynamisme pour satisfaire pleinement leurs clients », précise Christophe Lambert, enchanté par ses nouveaux locaux au cœur de Paris où il fait bon travailler. Chacun des consultants de PMO bénéficie d'un programme dédié de formations internes pour affiner son expertise, renforcer ses savoir-faire et ses compétences comportementales. Tous ont une expérience « terrain », une expérience opérationnelle poussée sur des projets de grande envergure et une ou plusieurs expériences internationales, gage d'adaptabilité.

Dynamisme et résultats

En forte croissance depuis 10 ans (en moyenne +30 % par an), PMO compte 80 consultants. « Nous sommes un cabinet à taille humaine qui bénéficie d'une structure hiérarchique légère et de contacts directs

et personnalisés. L'humain est au centre de notre stratégie de développement », rappelle Christophe Lambert. « Depuis 10 ans, nous avons fédéré une équipe de consultants pluridisciplinaires. Ils se sont forgé une expérience significative dans les projets et produits industriels, d'infrastructures et de transformation ». La combinaison de leur compétence individuelle (formation initiale et expérience opérationnelle) et de la compétence collective capitalisée au sein de PMO, garantit l'apport de solutions efficaces qui contribuent à la performance des projets. PMO a réalisé 8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018, et plus du tiers à l'international. Les équipes savent prendre en charge tous les métiers projet de l'entreprise de manière pragmatique, avec la volonté d'améliorer la performance en continu.



Tél. +33 (0)9 72 40 89 02
contact@pm-org.com
www.pm-org.com

GESTION DE L'INFORMATION ET TRAVAIL COLLABORATIF

Avec le temps et les bons outils, la mise en place d'une méthodologie organisationnelle efficace permet aux managers et aux responsables de projets de se consacrer à d'autres tâches. Si une parfaite compréhension du rôle de chacun est indispensable, une vision claire des projets l'est tout autant. Centraliser les informations dans un seul et même espace sécurisé permet au chef de projet de coordonner les missions de chacun, de déléguer des tâches, de maîtriser l'avancement du travail, bref de contrôler les activités afférentes aux projets. Un outil performant peut être utilisé comme un moyen pour mettre en place des processus efficaces pour la délégation et le suivi des performances afin d'améliorer la transparence au sein d'une équipe. En plus d'offrir un meilleur suivi de l'avancement d'un projet, la mise en place d'un logiciel de gestion de



projet peut permettre de surmonter certains problèmes liés à l'organisation de l'entreprise.

L'ART DU PILOTAGE

Cependant, la clé reste la capacité du (ou des) chef(s) de projet à

être performant. Or dans bien des entreprises, la fonction est encore considérée comme évidente. Incontournable, elle est très souvent négligée. D'où les projets interminables, les clients insatisfaits et les collaborateurs démotivés... sans parler du coût que cela représente. Le chef de projet a trois niveaux de compétences: le savoir-faire (la gestion de projet), le savoir-être (le sens du service) et le savoir-devenir (la conduite du changement). Au-delà de l'aspect organisationnel et technologique, cette fonction requiert donc un grand sens humain, des valeurs et beaucoup de méthode. Bon communicant, le chef de projet doit savoir fédérer et coordonner une équipe pluridisciplinaire pour atteindre un objectif commun. Tout au long du projet, il doit être opérationnel, valoriser et motiver ses collaborateurs, afin d'appréhender et de mener à bien avec confiance chaque projet, aussi complexe soit-il. ■

KANTREE

Libérer l'intelligence collective de l'entreprise grâce à une plateforme digitalisée

Innovante, intuitive, puissante et surtout collaborative, Kantree, développée par Digicoop est la solution idéale pour toutes les entreprises qui veulent tirer parti du talent et du savoir-faire de tous ses collaborateurs.

La transformation digitale c'est avant tout repenser complètement les métiers: au-delà d'une simple mise à niveau des outils, c'est repenser la manière de gérer, de travailler en équipe et avec les clients, pour mieux répondre à leurs attentes. C'est justement pour y répondre que Digicoop, un des seuls éditeurs de logiciels constitué sous forme de coopérative, a créé Kantree: Une plateforme collaborative tout-en-un de gestion de projets qui redonne la parole aux métiers. « Les équipes sont plus impliquées, elles communiquent mieux entre elles, s'organisent plus efficacement en étant libérées des contraintes organisationnelles. Kantree parie sur la transformation des organisations pour les rendre plus efficaces et encourager les par-

cours vers l'innovation » argumente Bruno Alcaras, associé et directeur commercial chez Digicoop.

Permettre au métier de reprendre la main

Sans besoin de formation au préalable, accessible à tous, ce gestionnaire de projet visuel et flexible permet à chacun de disposer d'une vue détaillée et contextuelle de la situation à son niveau, dans son périmètre d'action, et plus synthétique pour le reste de l'entreprise. En outre, il ouvre la possibilité d'implémenter n'importe quelle méthodologie ou processus. Il encourage la fusion des données de gestion et parie sur l'intelligence collective des équipes en donnant aux métiers la possibilité de



définir et d'automatiser eux-même leur processus. Les projets sont mieux gérés, les processus sont davantage limpides et les gains en termes de temps et de productivité sont réels. La preuve en chiffres: En l'espace de dix-huit mois, le nombre d'utilisateurs payants qui ont adopté Kantree est passé de 1 000 à 11 000!



Tél. +33 [0]6 52 69 58 54
<https://kantree.io>
bruno@kantree.io

Op²

La performance des projets au cœur de la compétitivité

Op² accompagne en France et à l'international, les directions générales et directions de projet dans la mise en œuvre d'organisation et de pratiques de management permettant d'améliorer la performance des projets et de l'ingénierie. Entretien avec Christian Lehman, responsable du cabinet.

Comment se positionne Op² sur la gestion de projet ?

Christian Lehman : Op² est un cabinet de conseil en stratégie opérationnelle spécialisé dans la performance de programmes et projets complexes et nous sommes des passionnés des projets qui agissent comme des catalyseurs de performance chez nos clients. Nous travaillons sur tous les projets à grands enjeux du moment, des sous-marins au Grand Paris en passant par les nouveaux EPR et les trains du futur...

Quelle est votre offre ?

C. L. : Op² apporte une forte valeur ajoutée en accompagnant ses clients en France et à l'international. Au service de grandes entreprises, nous proposons des prestations de conseil afin de répondre à leurs enjeux : préparer une organisation et déployer des méthodes/processus/outils capables d'accueillir un projet de taille inhabituelle ; redresser des projets en difficulté ; initier, planifier et suivre des projets complexes ; monter les équipes en compétence ; définir et déployer des initiatives de transformation globales relatives à l'amélioration de la performance... En résumé, Op² c'est une offre de Project Performance as a Service !

Exemples de leviers de performance

- Réduire les délais de développement : améliorer le Time to market
- Réduire les coûts : appliquer le Design to cost
- Améliorer la qualité des produits, des projets, de la relation fournisseur
- Améliorer la visibilité sur la situation des projets
- Trouver des compétences opérationnelles de haut niveau en Management de projet
- Choisir un système d'information dédié aux projets

Quels bénéfices en retirent vos clients ?

C.L. : Op² contribue notamment aux grands programmes actuels en répondant à leurs enjeux de complexité. En véritable partenaire de nos clients, nous leur apportons un éclairage sur les différents leviers qui pourraient créer plus de valeur. Or le premier levier de performance de l'entreprise pour tenir son niveau de marge passe par la gestion de projet : tenir les objectifs en termes de qualité, coûts et délais en bénéficiant d'une bonne planification : organisation, perspectives, opportunités et risques... Notre philosophie : « **Make it simple, make it visible, make it happen !** »

Project Performance as a Service!

Comment accompagnez-vous vos clients ?

C. L. : Nous accompagnons nos clients sur l'ensemble de la chaîne de valeur. De l'innovation aux métiers du support, en passant par la spécification, la maîtrise des architectures, le développement ou encore l'industrialisation, Op² est capable d'identifier les vrais leviers de progrès et de performance (cf. encadré). Nous proposons à nos clients un accompagnement complet pour garantir la performance des projets et des programmes : diagnostic, conception et conduite du changement. Privilégiant une approche terrain en intervenant sur la stratégie opérationnelle de l'entreprise, nous



agissons sur son organisation, ses méthodes, et ses compétences.

Quels sont vos atouts ?

C.L. : Op² est reconnu pour sa capacité à développer des solutions pragmatiques et adaptées à chaque client grâce à ses consultants qui sont des passionnés de projets et qui ont plusieurs années d'expérience terrain sur des projets d'envergure de tous types - produit, service, infrastructure, IT et transformation - et ce dans tous les domaines avant de nous rejoindre. Le cabinet se différencie également par sa capacité à proposer plusieurs lignes de services : conseil, animation opérationnelle, formation et coaching... Nous partageons les mêmes valeurs d'écoute, d'efficacité, d'ouverture, de créativité et de transparence, synonymes de résultats mesurables par les clients.



Tél. +33 (0)1 81 80 38 28
 contact@op2.fr
 www.op2.fr

ARCADIS

Avec Arcadis, la gestion de projets acquiert ses lettres de noblesse...

Quand un des leaders mondiaux de l'ingénierie met son expertise tant humaine que technologique au service de la gestion de projet et de l'assistance à maîtrise d'ouvrage, forcément, un vent d'optimisme souffle sur les processus de construction...

Dans le cadre du projet de Grand Paris Express (2 millions de passagers par jour, 200 kilomètres de nouvelles lignes de métro), l'assistance à maîtrise d'ouvrage et la conduite générale des opérations des lignes 15, 16 et 17, tout comme la maîtrise d'œuvre des infrastructures de la future ligne 18 (35 km de long alternant tunnels et viaducs), c'est eux. Concernant la mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage pour la conception et la réalisation du projet de réalisation d'un complexe industriel dans le port du Havre pour la fabrication d'éoliennes off-shore, c'est encore eux. Oui, Arcadis est sur tous les fronts.

Toujours dans le respect des délais et des budgets

Quand il s'agit de trouver un expert pour élaborer des projets titanesques, qui visent à améliorer le cadre de vie des habitants, à corriger des inégalités territoriales ou encore à construire des infrastructures ou à imaginer une ville durable, Arcadis, troisième groupe mondial d'ingénierie, de conseil et de gestion de projet (27 000 personnes, 3,5 milliards de chiffre d'affaires, 90 implantations mondiales, 11 agences en France) répond toujours présent. « De l'expertise technique, en passant par les contraintes budgétaires ou le respect des délais, notre activité de conseil et



Nicolas Ledoux, PDG d'Arcadis France

d'assistance à maîtrise d'ouvrage est particulièrement bien rodée » souligne Nicolas Ledoux, PDG d'Arcadis France. De la conception à la réalisation, Arcadis, fort d'une soixantaine d'années d'expérience dans les métiers de la géotechnique, du génie civil, a développé toute une gamme de services et d'outils, mais aussi de savoir-faire et d'expertises pour toujours livrer les projets, dans les délais et dans le respect des budgets.

ARCADIS Design & Consultancy for natural and built assets
Tél. +33 [0]1 46 23 77 77
info@arcadis-fr.com
www.arcadis.com

ALLIANCE

Partager les savoir-faire et expériences pour un partenariat durable

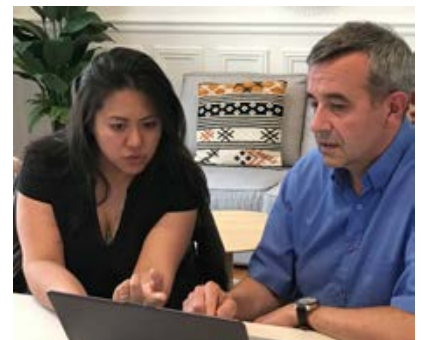
Cabinet d'experts, alliance propose des prestations de conseil, formation, accompagnement et coaching. En apportant des solutions concrètes adaptées aux exigences de ses clients, il construit un partenariat durable au service de leurs enjeux et projets.

"Partager, diffuser et enrichir nos expertises pour apporter des services et résultats concrets, adaptés aux évolutions souhaitées ». C'est ainsi qu'alliance expose sa mission. Plurisectoriel, le cabinet d'experts s'appuie sur un réseau de consultants seniors, bénéficiant de 15 à 20 ans d'expérience en management et conduite de projet. « Nous nous attachons à conseiller, fédérer et accompagner les dirigeants, cadres et salariés autour d'une stratégie partagée et de projets de transformation, créateurs de valeur pour l'organisation, les collaborateurs et les bénéficiaires », explique Christophe Baus, Directeur du cabinet qui se présente comme un parte-

naire de développement engagé, disponible et réactif, pour co-construire des solutions au service de la performance.

Développer la performance collective

Convaincu que diffuser son expertise n'a de sens que dans l'action et l'échange pour un développement durable des compétences, il place les hommes avant les outils. La coopération et la mobilisation des équipes sont au cœur des projets, il s'agit donc de travailler sur les compétences managériales et relationnelles, les complémentarités et l'enrichissement mutuel. « Depuis 10 ans, Alliance s'engage auprès de ses



clients à écouter pour comprendre leur contexte, culture, besoins et contraintes afin de concevoir ensemble des réponses adaptées et pragmatiques, en les accompagnant jusqu'aux résultats », témoigne Christophe Baus. Avec le « sur-mesure » comme marque de fabrique, la priorité d'alliance est de partager ses savoir-faire et expériences pour développer la performance collective.

alliance conseil | formation
Tél. +33 [0]6 72 26 81 08
contact@alliance.fr
www.alliance.fr

VISUAL PLANNING

Un logiciel de planification pour gagner en productivité!

Visual Planning, le produit phare de la société STILOG IST, propose une solution complète de gestion des ressources de l'entreprise afin de gagner en efficacité. À l'heure du collaboratif, le logiciel de planification flexible et intuitif a séduit des milliers d'organisations partout dans le monde.



STILOG IST est une ESN créée en 1991, mais dès 1996 la société se lance dans l'édition de logiciels en créant Visual Planning, la première application interactive dédiée à la gestion de plannings. Depuis, les deux activités se développent en partageant des valeurs d'innovation, qualité, implication, réactivité et sens du service. La plateforme, dédiée à la gestion des ressources et au pilotage de l'entreprise, intègre tout le savoir-faire technologique de STILOG IST. « Nous apportons des solutions en termes de mobilité, de partage d'informations, de collaboration et de prise de décision, quels que soient la taille et le secteur d'activité de la structure », précise Christophe Midon, Directeur commercial de l'entreprise.

Solution flexible

Intuitif et collaboratif, le logiciel de planification permet d'améliorer la gestion des équipes et de gagner du temps grâce à des solutions personnalisées. La souplesse de l'outil permet un paramétrage en fonction des besoins de chaque entreprise. « Lorsque nous rencontrons un client, nous nous imprégnons de son mode de fonctionnement, de ses processus afin de lui proposer une solution sur-mesure. Une fois paramétrée dans Visual Planning, elle est

directement déployable et opérationnelle » explique Christophe Midon. Flexible, le logiciel est disponible en mode achat de licence ou SaaS et en plusieurs langues (français, anglais, allemand, espagnol et italien).

Optimisation des ressources

Grâce à une solution complète, souple et intégrée, Visual Planning propose des gains de productivité immédiats, en aidant à optimiser la gestion des ressources. « Notre réseau de consultants et partenaires en France et à l'international accompagne les clients avec une dimension conseil sur l'efficacité des processus internes ». Ils bénéficient de la flexibilité du logiciel et d'un accompagnement à valeur ajoutée. Les formations sont adaptées aux administrateurs fonctionnels, planificateurs ou simples utilisateurs. Visual Planning répond ainsi aux exigences de ses clients avec des domaines d'application variés : gestion de projet, suivi de chantier, interventions, RH, CRM, parcs, production...

Des projets pilotés

Afin de contrôler ses projets et limiter les risques, l'outil de gestion de projets doit être flexible, intuitif, et doit ne mettre à disposition de chaque acteur que les

Fonctionnalités clés

- Planification et suivi des projets
- Affectation des ressources selon **disponibilités, compétences et localisations**
- Suivi des plans de charges et taux d'utilisation des ressources
- Visualisation de l'avancement des projets : diagramme de **Gantt, Kanban...**
- Définition fine des droits des utilisateurs pour des plannings **collaboratifs** partagés
- Évaluation de la **performance des projets** en générant des rapports personnalisés
- Valorisation des événements pour mieux **maîtriser les coûts** et le temps passé
- Centralisation des informations : ressources, jalons, contraintes, documents etc.
- Accès aux données en situation de **mobilité** [smartphone, tablette]
- Suivi instantané des modifications effectuées
- Chat et partage des projets et ressources...
- Intégration aux outils existants [mails, agendas, flux RSS, **Excel**, etc.]
- **Interfaces** avec les ERP et outils de gestion [imports, exports, API] ...

fonctionnalités pertinentes pour son activité. En matière de gestion de projets, Visual Planning, s'adapte aux besoins et propose les options et fonctionnalités utiles (cf. encadré) selon la taille du projet et de l'organisation. L'objectif est d'être en mesure de planifier et piloter ses projets en optimisant la gestion de ses ressources, à partir de manipulations graphiques simples et interactives : clics ou drag&drop.



Tél. +33 (0)1 47 29 99 69
 commercial@stilog.com
 www.visual-planning.com

LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE : UNE ÉTAPE INCONTOURNABLE



Les innovations technologiques successives générées par le digital finissent par modifier en profondeur tous les métiers de l'entreprise. Aussi, la transformation numérique s'impose comme un enjeu incontournable qui implique de repenser sa stratégie globale.

Internet, réseaux sociaux, data, cloud computing, applications, SAS... investir dans le digital est aujourd'hui indispensable pour trouver de nouveaux relais de croissance. Enjeu incontournable pour les entreprises, la transformation numérique est un investissement qui leur permet de véritablement prendre l'ascendant sur leurs concurrents. Mais pour cela, elles doivent radicalement changer de dimension afin d'intégrer pleinement cette innovation à tous les services de l'organisation. Communication, comptabilité, marketing, achats, ventes, l'ensemble de l'entreprise est concerné par la transformation digitale.

UN LEVIER DE CROISSANCE

Aujourd'hui, la digitalisation de notre société ne fait plus débat. Les canaux numériques se multiplient et leurs usages montent en puissance. Plus de 3 entreprises sur 4 reconnaissent que le numérique participe à leur croissance. Les entreprises engagées dans leur transformation digitale ont 2,2 fois plus de chance d'être

en croissance. C'est ce que révèle l'association de l'économie numérique ACSEL qui a publié, en avril dernier, les résultats de la 3^e édition du baromètre Croissance & Digital. Les entreprises ayant mis en place les bonnes pratiques déclarent pour près des 2/3 avoir connu de meilleurs résultats en 2018 et prévoient à l'unanimité une croissance sur 2019. Pour autant, même s'ils sont en baisse, des freins à la mise en œuvre d'une stratégie digitale demeurent : manque de temps (54 %), coût (49 %), complexité de mise en œuvre (39 %) ou encore manque de formation (36 %).

GAGNER EN MATURITÉ DIGITALE

Le digital reste encore très orienté vers la communication et l'IT, n'irriguant pas suffisamment tous les services de l'entreprise. Pour certains dirigeants, installer un outil de CRM, un site internet ou être présent sur les réseaux sociaux suffit à booster les ventes et à penser avoir réalisé cette transformation digitale. Nombreuses sont les entreprises qui n'ont pas encore recruté de Chief Digital

Officer et rares sont celles qui ont un degré de maturité digitale élevé, axé sur la veille numérique et le Big Data ou l'optimisation des actions marketing. Certaines ont conscience des problématiques mais n'ont pas encore engagé leur transformation. Au final, trop peu ont réellement investi dans la formation de leurs salariés aux enjeux du numérique. Ces entreprises accumulent un retard important et commencent seulement à mesurer l'importance du digital. Elles ne présentent pas les mêmes caractéristiques, révélant parfois des écarts assez importants sur le degré de maturité face à la digitalisation de leur écosystème, souvent lié à la nature de leur activité.

UNE STRATÉGIE GLOBALE DE L'ENTREPRISE

La vision purement technologique de la stratégie digitale ne suffit pas à engager la mutation numérique d'une entreprise. Généralement, lorsque les outils deviennent la seule stratégie, le retour de performances attendues n'est pas à la hauteur de l'investissement. C'est uniquement lorsqu'elle est souhaitée par l'ensemble des collaborateurs que la stratégie digitale pourra réellement être bénéfique et générer des résultats. En effet, aucun processus de digitalisation n'est possible sans une implication de l'ensemble des collaborateurs. Toute la chaîne de valeur doit être mobilisée sur le projet de digitalisation. Levier de croissance et de performance, la transformation numérique de l'entreprise est par conséquent également un facteur de déstabilisation pour l'organisation. Pour mettre en place une stratégie digitale efficace, il convient donc de réfléchir aux enjeux, aux répercussions en termes de management et de comprendre les besoins de ses clients. ■

01MARS

« Le digital n'est pas qu'une solution, c'est un état d'esprit... »

Expert depuis plus de 20 ans dans le digital, Yohan Benouaich a fondé 01MARS pour accompagner ses clients face aux enjeux de l'ère numérique. En pensant data, agilité et design, l'agence se positionne en véritable partenaire de leur transformation digitale pour repenser l'activité de leur entreprise.

Comment est né 01Mars ?

Yohan Benouaich : J'ai commencé à travailler dans le digital à la fin des années 90. Venu du webdesign, j'ai d'abord travaillé sur les technologies du Web et leurs usages, puis sur des problématiques plus orientées marketing et communication online, en particulier pour les Telco et médias. En vivant Internet depuis les années 2000, j'ai pu acquérir une vision 360, mais également une approche opérationnelle s'appuyant sur les leviers digitaux. L'importance de changer son prisme de lecture pour que le digital soit un véritable moteur et non une contrainte anxiogène m'a alors poussé à créer 01MARS.

Que proposez-vous ?

Y. B. : L'adaptation au numérique représente pour les entreprises un impératif urgent, autant qu'une opportunité majeure pour leur compétitivité. Notre approche consiste donc à construire ensemble la version digitalisée de leur activité. Prenant en compte leurs moyens, leur niveau de maturité et leur position sur le marché pour avancer plus ou moins vite, notre approche est prudente et pragmatique. Car le plus difficile n'est pas la mise en place technique, mais le changement dans la façon de voir les choses et de travailler. C'est un véritable état d'esprit qui se développe au fur et à mesure que l'on délègue et automatise les tâches de l'entreprise à son système d'informations. Et c'est là qu'est le réel enjeu de la transformation digitale !

À quels enjeux répondez-vous ?

Y. B. : La France est en retard en matière de digital. Seule une PME sur 8, contre une sur 3 ou 4 en Grande-Bretagne ou en Allemagne, a réellement pris le virage du numérique. Pourtant, le digital est plus qu'une opportunité, c'est la pérennité de l'entreprise à moyen terme qui se joue... À l'ère numérique, nous apportons



Yohan Benouaich, fondateur de 01MARS

aux dirigeants une grille de lecture qui leur permettra d'une part de définir leurs enjeux et d'en comprendre les implications, d'autre part de réaliser et suivre le déploiement de la solution.

Quelle est votre offre ?

Y. B. : Notre accompagnement couvre l'ensemble des étapes de la transformation digitale. Depuis la définition d'une vision jusqu'au management des ressources, en passant par le Webmarketing ou la gestion de projet. Pour résumer, nous apportons une compétence de direction digitale aux PME durant toute la phase de lancement.

Qu'apportez-vous aux entreprises ?

Y. B. : Ayant participé à toutes les évolutions du web, notre recul est leur meilleur atout. Nous sommes convaincus qu'un digital fort est la prochaine évolution de leur business et nous les aidons à développer une vision disruptive sans perdre de vue la réalité et la culture de l'entreprise. Notre action s'inscrit dans une exécution pragmatique et agile. Nous apprenons au PME à se créer une nouvelle relation avec leurs

« Notre approche consiste à construire avec les entreprises une version digitalisée de leur activité et de les aider à adopter une nouvelle grille de lecture. »

Nos domaines d'intervention

- Conseil en transformation digitale
- Conception expérience utilisateurs
- Stratégie et déploiement Webmarketing
- Développement site internet et e-commerce
- Management de projet

clients dans un schéma où Online et Offline travaillent de concert. Contrairement aux idées reçues, les deux ne s'opposent pas, bien au contraire. En particulier dans le retail.

Comment accompagnez-vous vos clients ?

Y. B. : Selon le niveau de maturité du client, nous prenons un rôle plus ou moins opérationnel. Nous venons en renfort des équipes existantes pour assurer le bon encadrement du projet. Nous nous positionnons comme une ressource complémentaire capable d'insuffler la dynamique digitale, tout en leur servant d'exemple pour apprendre à travailler différemment selon un principe de développement continu : essayer, mesurer, améliorer...



01MARS

Tél. +33 (0)9 70 44 69 69
 bonjour@01mars.com
<https://01mars.com>

SKILLSOFT

Leader mondial des solutions e-learning

Skillsoft accompagne les organisations dans leur transformation numérique en améliorant les compétences de leurs salariés. Leader en e-learning et gestion des talents, l'entreprise permet aux individus de réaliser tout leur potentiel grâce à l'apprentissage.

Avec plus de 165 000 cours, vidéos et livres, consultés plus de 130 millions de fois chaque mois, dans 160 pays et en 29 langues, Skillsoft peut s'enorgueillir de former plus de professionnels que tout autre concurrent et d'avoir la confiance des plus grandes entreprises dans le monde. Avec un accès à 100 % sur le cloud, partout et à tout moment, sa plateforme de formation en ligne intelligente PERCIPIO offre une expérience d'apprentissage immersive. Fondée sur l'expérience attendue par les apprenants sur Internet, elle exploite un contenu attrayant, organisé dans plus de 500 parcours d'apprentissage actualisés et enrichis continuellement. Les apprenants s'impliquent d'autant plus qu'ils bénéficient d'une plateforme intelligente



avec une interface simple, des playlists d'apprentissage personnalisées et un accès aux contenus en un clic.

Learning In The Digital Age

Skillsoft accompagne les services de formation et développement à préparer les collaborateurs aux nouvelles responsabilités

créées par la transformation digitale grâce à des contenus efficaces qui permettront d'harmoniser les compétences numériques à tous les niveaux de l'entreprise.

« L'apprentissage aidera les salariés à changer leur façon de penser, à adopter l'utilisation de nouvelles technologies et nouveaux processus et à maîtriser les compétences dont elles auront désormais besoin », explique Stéphane de Jotemps, VP Sales chez Skillsoft France. Innovante, simple et intuitive, PERCIPIO offre une expérience personnalisée et place l'apprenant au cœur du dispositif, lui permettant de gérer sa formation de manière autonome.

skillsoft

Testez Percipio gratuitement :

<http://bit.ly/2Xin3bP>

Tél. +33 [0]1 83 64 04 10

www.skillsoft.com/fr

STRATOPS

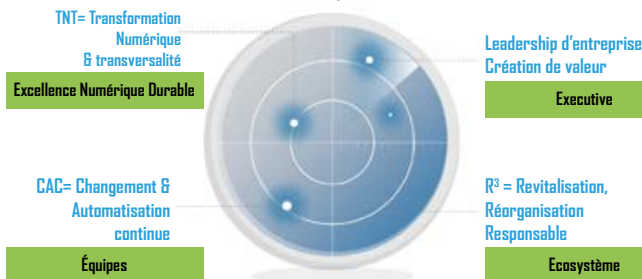
Coaching digital au service de la valeur ajoutée

Spécialisé dans les domaines du conseil et des services en transformation digitale des organisations, Stratops utilise le numérique comme levier de développement et de disruption.

« La différence entre une entreprise qui réussit et une qui échoue réside toujours dans la compétence de ses dirigeants à prendre du recul et bousculer leurs habitudes », affirme Sophie Douaire, fondatrice du

4E > Transformation Numérique & Administration d'Entreprise

From concept to cash



cabinet de coaching en transformation numérique et administration d'entreprise Stratops. Forte d'une expérience de plus de 20 ans en direction opérationnelle et en accompagnement de dirigeants, elle modernise la création de valeur en saisissant

l'opportunité de la transformation numérique comme levier de compétitivité.

« From concept to cash »

Le cabinet, qui fonctionne en entreprise étendue avec un réseau de partenaires,

favorise le Lean, l'Agilité, l'Intelligence Collective et l'Excellence Opérationnelle. Il accompagne les dirigeants ainsi que leurs équipes métier et IT de grands groupes (Dalkia, La Poste, Groupe Renault...) dans la réflexion sur leurs nouveaux modèles d'affaires en écosystème étendu. « Se transformer vers le numérique est avant tout un enjeu business, organisationnel, humain et culturel avant d'être un enjeu technologique », témoigne Sophie Douaire qui combine les concepts pour repenser la chaîne de valeur. Stratops guide ses clients dans leur stratégie et leurs postes d'investissements, créant des facteurs de différenciation pour une plus grande réactivité et un avantage concurrentiel durable.



Tél. +33 [0]6 76 01 87 00

contact@stratops.fr

www.stratops.fr

COMPUTACENTER

« Ressources contre Systèmes, Humain contre Informatique », RH et SI : antinomiques ou complémentaires ?

Fournisseur de services d'infrastructures IT depuis plus de 30 ans, Computacenter accompagne les grands comptes et organisations publiques dans leur transformation numérique. Arnaud Lépinos, directeur général de l'entité française, revient sur les enjeux RH liés à la mise en place d'un environnement digital opérationnel.



Arnaud Lépinos, directeur général

Quel est votre positionnement sur la transformation numérique ?

Arnaud Lépinos : Nous aidons nos clients à mettre en place un environnement digital opérationnel, en cohérence avec l'existant, en tirant le meilleur parti des innovations technologiques, et en nous assurant que les utilisateurs adoptent concrètement le changement. Nous conseillons les organisations dans leur stratégie IT, implémentons la technologie la plus appropriée qui optimisera sa performance, et manégeons les infrastructures de nos clients.

À quelles problématiques RH cela fait-il écho ?

A. L. : La digitalisation a conduit l'environnement de travail à devenir un élément clé dans le business d'une entreprise, mais également dans sa capacité à attirer et retenir les talents. La DRH a pour enjeux majeurs de soutenir l'efficacité et la productivité des salariés, améliorer l'expérience et les compétences, créer de l'adhésion à la stratégie d'entreprise et favoriser l'attraction et la rétention des talents. Pour répondre à ces enjeux, le numérique est clairement un support essentiel et c'est pourquoi DRH et DSI doivent se rapprocher.

« Notre force réside dans notre capacité à accompagner le DSI dans la compréhension des enjeux RH pour mieux y répondre. »

Quels sont vos atouts ?

A. L. : Computacenter accompagne des grands comptes et organisations publiques dans la transformation de leur environnement de travail depuis plus de 30 ans. Au-delà de comprendre les enjeux IT de ces entreprises, nous avons une très bonne connaissance des enjeux métiers. Aujourd'hui, les DRH digitalisent leurs fonctions administratives afin de bénéficier d'un SIRH sécurisé et performant et d'un esprit permanent de partage de connaissances, pour mieux se concentrer sur l'engagement des collaborateurs. Notre force réside dans notre capacité à accompagner le DSI dans la compréhension des enjeux RH pour mieux y répondre.

Des exemples ?

A. L. : La mobilité se redéfinit, les espaces de travail se réinventent et le télétravail se développe. Il est nécessaire de proposer des outils répondant à ces changements, tout en gardant un œil sur la sécurité : accès facilité aux outils d'entreprise depuis l'extérieur, multiplication des outils de collaboration proposés selon les usages des utilisateurs (pour éviter notamment le « shadow IT »), intégration IT complète des nouveaux collaborateurs.

Cependant, l'entreprise aura beau mettre en place une multitude d'outils pour retenir ses collaborateurs et soutenir leur productivité, si ces outils ne répondent pas aux usages, le travail sera vain. C'est pourquoi, dès les phases amont des projets de digitalisation, Computacenter propose

une analyse approfondie des usages des utilisateurs qui composent l'entreprise. Nous savons aujourd'hui que les besoins des collaborateurs au sein d'une même équipe, d'une même entreprise, ne sont pas les mêmes. Mettre en place des outils qui correspondent aux usages des utilisateurs facilite d'autant plus l'adoption qu'ils en feront. Nos chefs de projet peuvent accompagner nos clients dans cette phase d'adhésion / de formation / d'adoption des outils.

Accompagnez-vous vos clients sur toutes ces phases ?

A. L. : Nous accompagnons nos clients sur tout ou partie de ces solutions, selon leurs besoins. Notre mission est de bien comprendre leurs enjeux et de nous assurer que ce que nous leur proposons répondra à leurs réels besoins, et pas seulement aux besoins qu'ils pensent avoir... D'où l'importance de connaître les usages des utilisateurs et de les accompagner durant les projets de transformation numérique. C'est de cette façon que l'entreprise s'assurera de délivrer la meilleure expérience utilisateur.

Un groupe international

- 30 ans d'expérience
- + de 14 000 employés
- 120 pays couverts
- 4,2 millions d'utilisateurs soutenus [+ de 30 langues]



Tél. +33 (0)1 48 17 41 00
 besoins@computacenter.fr
 www.computacenter.com

NEXORB

Un guide pour votre Transformation Digitale

Fort d'une culture interne prônant le collectif et l'esprit d'entreprendre, NexOrb, spécialiste du conseil en Architecture & Ingénierie Digital aide les entreprises à faire la différence dans leurs projets de transformation numérique.

« Nous savons ce que nos clients attendent ou n'attendent pas du conseil, car la majorité de nos collaborateurs ont été eux-mêmes clients », introduit Laurent Patel, le président et fondateur de NexOrb.

Dans ce monde en plein développement digital, l'adoption de nouvelles pratiques technologiques comme le Cloud et les API, et l'intégration de nouvelles méthodes de travail plus agiles, transfigurent profondément le business model, l'organisation et les SI des entreprises. Seconder les entreprises dans leur Transformation Digitale en améliorant



Laurent Patel, le président et fondateur de NexOrb.

leur efficacité opérationnelle, est la mission que s'est fixée NexOrb, à travers ses offres.

Architecture & Ingénierie Digital, kezaoko ?

Avec son offre « Architecture Digital », NexOrb aide les entreprises à construire leur vision du Digital, en proposant des prestations d'assistance à l'élaboration de leur schéma directeur, et d'acculturation à l'architecture d'entreprise : chaîne de valeur, vision fonctionnelle, architecture applicative, infrastructure technique.

Avec son offre « Ingénierie Digital », NexOrb propose une gamme de prestations

qui permettent aux entreprises de se rassurer sur la performance, la fiabilité et la sécurité de leurs projets de transformation. Les interventions vont de l'audit de projet et d'organisation IT à la transformation de la fonction IT dans l'entreprise.

Une gouvernance collective

NexOrb a choisi de développer un modèle collectif de gouvernance, plutôt que pyramidale, où tous les collaborateurs sont actionnaires, avec une expérience opérationnelle et/ou une expertise particulière.

« Les seuls vrais assets d'une société de conseil, sont ses collaborateurs. Le choix d'un modèle collectif n'a rien d'un vœu social, il est pragmatique », conclut Laurent Patel.



info@nexorb.fr

ALPHONSE

Ode à la Positive Technology!

Matcher le bon talent avec le bon client pour un projet digital réussi. C'est le parfait dosage mis en place par la société Alphonse qui innove en développant des initiatives prônant le bien-être et la bienveillance.

Depuis 20 ans, cette entreprise de services numériques, qui s'appuie sur un effectif de 250 ingénieurs, accompagne plus de 100 entreprises dans leur transformation digitale. Alphonse leur propose des compétences adaptées pour leur permettre de relever leurs défis technologiques (expérience client, développement, data, SEO, etc.) et ce, quel que soit le domaine d'activités. Alphonse se positionne en réel partenaire « Chaque client a une problématique particulière qui mérite un accompagnement personnalisé par l'un de nos Business Partners. Ces derniers sauront trouver les bons profils recherchés et les suivront tout au long de leur mission. Un bel accompagnement pour nous est synonyme d'écoute, réactivité et pertinence », décrit Bernard Paix, PDG d'Alphonse.



Bernard Paix (au centre), PDG d'Alphonse, embarque ses clients à la VivaTech

Des talents heureux pour des missions réussies

Grâce à son expertise des métiers du digital et à son outil de smart matching basé sur l'intelligence artificielle, Alphonse développe une offre particulièrement innovante

basée sur une technologie positive, parce que comme le détaille Bernard Paix, « nous sommes convaincus que des personnes heureuses et à la bonne place peuvent réaliser de grandes choses ». En effet, la société, labellisée HappyAtWork, a mis en œuvre toute une série d'initiatives pour insuffler une vision et une pratique particulièrement bienveillante, tant avec ses clients qu'avec ses collaborateurs. Ces initiatives prennent différentes formes : baromètre interne, team manager, plateforme collaborative pour les collaborateurs ; partage d'expériences, événements et conférences tech pour le Club Client. Aussi, Alphonse collabore régulièrement avec Station F, plus grand incubateur de start-ups au monde.



ALPHONSE

WELCOME TO POSITIVE TECHNOLOGY

bernard.paix@alphonse.io

www.alphonse.io

LA GESTION DE L'INFORMATION ÉVOLUE...



Dans une société convertie aux usages digitaux, les flux d'informations d'un côté s'accroissent, et les attentes, de l'autre, changent. Chacun veut pouvoir retrouver, consulter, modifier, signer ou partager un contrat, un plan ou une facture en temps réel, avec aisance et en toute sécurité.

C'est ainsi que se sont déployées la GED, puis l'ECM, dont les outils s'enrichissent aujourd'hui des potentiels du cloud et de l'intelligence artificielle. À la clé deux promesses: une amélioration de l'expérience utilisateur (du métier au client) et une optimisation économique significative. L'entreprise est un lieu de création et de production, un lieu de relations,

d'échanges et de décisions. C'est aussi un lieu de circulation. Et pour chaque processus, du recrutement à la vente en passant par la conception, la facturation ou la livraison, il existe une ou plusieurs informations. Documents contractuels ou réglementaires, datas, connaissances, elles peuvent être de diverses natures, mais elles ont tendance d'un côté à augmenter en volume, et de l'autre à peser sur l'organisation et la productivité au quotidien.

Depuis quelques années, les solutions de dématérialisation de documents et de gestion digitale et dynamique des contenus se déploient. « Aujourd'hui, la dématérialisation des documents est un mouvement de fond. Plus aucune entreprise n'y échappe. À l'instar de ce que nous avons déjà tous connu à titre personnel - on ne reçoit plus ses relevés de banque par courrier, on les consulte dans un espace personnel sécurisé en ligne. →

PRIMOBX®

Dématérialisation: Libérez-vous de la paperasse!

Spécialisé dans la dématérialisation de documents, Primobox® édite des solutions pour optimiser les échanges des entreprises avec leurs salariés, clients et fournisseurs. À la clé: des économies rapides, du temps gagné et des risques juridiques maîtrisés.

« **V**ente ou souscription en ligne, stockage numérique... Chacun d'entre nous est amené à gérer des flux de documents et d'actions dématérialisés. Dans l'entreprise, cela implique une gestion adaptée », explique Ludovic Partyka, Directeur Général de Primobox®.



Pour accompagner cette transformation dans l'entreprise, Primobox® articule son offre autour de 4 solutions, compatibles avec tous les outils du marché: IZISIGN®, DEMAT VT, DEMAT RH® et MyPrimobox®. « IZISIGN® est notre solution de signature électronique: elle permet de simplifier et de sécuriser

tout acte de signature électronique, précise Ludovic Partyka. DEMAT VT permet d'automatiser l'envoi et l'archivage de toutes les factures aux clients (papier et électronique) et assure leur consultation et leur archivage dans le temps. DEMAT RH® s'adresse aux équipes Paie et RH.

Bulletins de paie, contrats, avenants, etc. tous les envois sont dématérialisés et les documents sont conservés de manière sécurisée dans MyPrimobox® ».

Les retours des clients de Primobox® sont unanimes: suivant leur taille, ils passaient entre une demi-journée et deux jours par mois à gérer les opérations d'impression, de mise sous pli, d'envoi, de relance... « Aujourd'hui, cela ne leur demande que quelques minutes, souligne Ludovic Partyka. L'intérêt est évident: le temps et l'argent gagnés, la simplicité d'usage et d'action, mais aussi l'humain valorisé: libérées de ces tâches administratives, les équipes RH peuvent se concentrer sur leur cœur de métier ».

Primobox®
 contact@primobox.com
 www.primobox.com

On remplit et on signe sa déclaration d'impôt directement depuis son ordinateur ou son smartphone – cette transformation gagne l'entreprise, souligne Laurence Nentas, Directrice Marketing et Communication, Toshiba Tec France Imaging Systems. C'est un gain en efficacité d'abord et donc en compétitivité. Et c'est aussi une façon de valoriser son image : permettre à chacun, collaborateurs, clients, partenaires, d'aller vite en toute sécurité, et ce, à coûts maîtrisés ».

Pourtant si certaines sociétés, les grands groupes notamment, ont compris leur intérêt et capitalisé sur les technologies et systèmes de gestion de l'information de plus en plus intelligents, beaucoup n'ont pas structuré cette gestion.

TOUT LE MONDE Y GAGNE

À toutes celles qui hésitent, l'heure est donc venue d'y adhérer, au risque de perdre en compétitivité et en visibilité. Référencement, stockage, et

partage des documents et informations de l'entreprise sont aujourd'hui clés en matière de management interne mais aussi à l'égard de clients qui recherchent des moyens flexibles et sûrs de signer un document, de consulter une facture, de suivre et de faciliter l'avancement d'un projet...

Le développement de plateformes de management du contenu de l'entreprise, disponibles dans le cloud ou On Premise, vient répondre à ce double enjeu d'efficacité. Elles vont permettre de structurer les documents de l'entreprise et, mieux encore, de faire dialoguer les contenus entre eux pour faciliter la recherche et l'échange d'informations.

Toutefois, gardons en tête que pour intégrer des outils GED ou ECM, l'entreprise doit d'abord identifier et prioriser ses besoins. Il est ainsi très rare, voire déconseillé, de mener un seul et unique projet de gestion dématérialisée et intelligente des contenus de l'entreprise. En fonction

de son secteur d'activité et de sa taille, l'une commencera par la digitalisation de sa facturation et la mise en place d'un processus de signature électronique, l'autre optera pour une gestion intelligente des flux RH, quand les entreprises de construction, elles, y verront un formidable outil de travail de planification et de co-gestion de chantier.

Les solutions actuelles et la possibilité de les configurer rapidement permettent à toutes, quelle que soit leur capacité d'investissement, d'engendrer des gains non négligeables. En matière de gestion du contenu, le vieil adage affirmant que le temps c'est de l'argent, n'aura donc jamais été aussi vrai. Et le futur promet plus encore. Demain, l'automatisation permise par les progrès du deep learning permettra de détecter et de corriger une erreur dans un contrat ou de contrôler la conformité d'un document. Difficile pour les professionnels d'y rester indifférents, non ? ■

GROUPE ARCHIVECO

Quand l'archivage et la GED boostent les entreprises à passer le cap de la transformation digitale !

En alliant dématérialisation de processus, IA et Big Data, le Groupe Archiveco, acteur de référence français, est passé maître dans l'art d'accompagner les entreprises dans la dématérialisation et gestion électronique de tous leurs documents.

Sécuriser, organiser, partager, gagner en productivité dans le traitement des documents et des archives, qu'elles soient numériques, ou physiques, ce sont les objectifs que suit le Groupe Archiveco pour satisfaire les besoins de ses 11 000 clients (entreprises et administrations).

Leader de l'archivage papier et numérique sur le marché français, le groupe Archiveco (40 ans d'expérience, 80 M€ de CA, 800 salariés, 9 000 km d'archives conservés dans 37 sites) propose une gamme complète de prestations de services et de solutions



Téo Hivart, directeur des opérations au sein du Groupe Archiveco

logicielles au travers de ses différentes entités – Locarchives, tiers archiveurs, Scan'Eco, prestataire de numérisation et de BPO, CD-Doc, intégrateur de GED, et Maarch éditeur de logiciels.

Solutions riment avec innovations

« Nous accompagnons les entreprises dans leur transformation digitale en les aidant à dématérialiser et à gérer électroniquement leurs documents. Nous créons ainsi un socle propice au déploiement massif de l'intelligence artificielle et du Big Data en

cumulant sur plusieurs années la mémoire documentaire de toute l'organisation », souligne Téo Hivart, directeur des opérations. Ses solutions logicielles, telle que sa digital workplace qui englobe l'ensemble des activités de BPO, de Système d'Archivage Électronique (SAE), de GED, dont Docuware, Portail, Apps, Signature, etc, sont particulièrement prisées par ses donneurs d'ordres. En termes d'innovations, le groupe se démarque clairement de la concurrence avec sa solution de SAE Nouvelle Génération autour du projet interministériel VITAM.



Tél. +33 [0]1 49 33 78 81
contact@locarchives.fr
www.archiveco.fr - www.locarchives.fr

EDT

« Piloter 100 % des flux que s'échangent les entreprises entre elles »

Depuis 30 ans, EDT innove et fournit des solutions et services pour améliorer la fluidité et la qualité des échanges entre les entreprises et leurs partenaires. Patrick Schuller, son nouveau Directeur général, fait le point sur les outils innovants et l'expertise que la société offre, au plus près de ses clients.



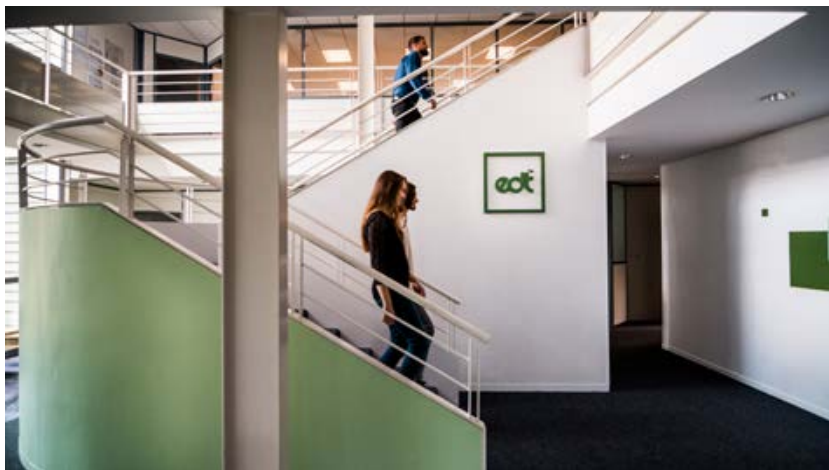
Patrick Schuller, Directeur général d'EDT

Pouvez-vous présenter EDT et ses savoir-faire ?

Patrick Schuller : Nous sommes éditeur et intégrateur de solutions pour fluidifier et améliorer les échanges électroniques entre les entreprises et leur écosystème. Nous nous appuyons sur des savoir-faire accumulés depuis près de 30 ans, sur des technologies leaders et robustes (Opentext et IBM), tout en intégrant de nouvelles fonctionnalités issues des progrès en matière de traitement big data et d'intelligence artificielle.

Quelles solutions proposez-vous pour faciliter les échanges de vos clients avec leurs partenaires ?

P. S. : Notre projet consiste à piloter tous les flux commerciaux, financiers et logistiques



que s'échangent les entreprises entre elles, quels que soient les canaux et les formats des échanges.

Notre ADN d'intégrateur nous permet de proposer des solutions sur mesure pour nos grands clients, que nous pouvons aussi exploiter en mode Cloud privé.

Mais nous proposons aussi une plateforme mutualisée en mode SaaS pour adresser notamment les petites et moyennes entreprises et leur permettre de bénéficier des économies d'échelles et d'un modèle « pay as you use ».

Comment vous différenciez-vous des autres acteurs du marché ?

P. S. : Notre positionnement d'abord, qui offre à nos clients une agilité précieuse. Nous pouvons nous adapter à chaque contexte en fonction de la situation de l'entreprise, de sa taille ou de sa maturité digitale.

Notre capacité à capturer et transformer les informations de l'intégralité des flux entrants et sortants nous permet de proposer des services à valeur ajoutée exploitant ces données de gestion.

Il peut s'agir de contrôles métiers ou légaux sur les factures pour automatiser leur traitement, mais aussi des analyses

de performance achat ou des indicateurs servant une gestion prédictive.

Nous avons également développé un outil de pilotage, BCP (Business Control Panel), particulièrement apprécié par nos clients. Dans un contexte d'augmentation des flux digitaux, il permet aux entreprises de bénéficier d'une traçabilité de bout en bout de leurs échanges documentaires leur offrant une vision globale et soutenant la mise en œuvre de leur piste d'audit fiable.

Enfin, nous intégrons un service de support personnalisé 24/7/365, particulièrement apprécié par nos clients pour sa réactivité et qui participe à la grande fiabilité de nos services.

Nous offrons ainsi à nos clients à la fois la souplesse d'une PME innovante et la solidité d'un expert reconnu depuis plusieurs décennies pour piloter en toute confiance leurs flux B to B.



Nous contacter :

Tél. +33 (0)4 76 41 19 19

info@edt.fr

www.edt.fr

Création : décembre 1989

Deux partenariats privilégiés :

Opentext et IBM

Références clients :

plus de 500 clients PME et Grandes Entreprises dans 20 pays dont Nexans, Lactalis, Kingfisher-Castorama, Canal +...

Rayonnement : présence en France, en Grande-Bretagne et au Sri Lanka

Secteurs d'Activité principaux :

Industrie, Distribution, Média-Publicité, Logistique-Transport, Bois

Réseaux et conformité :

CHORUS PRO, PEPPOL, SDI, EESPA, GS1, GALIA, ODETTE, EDIPUB...

THINK PROJECT!

Engineering et construction: « Un outil pour orchestrer les flux d'informations »

Dans le monde du BTP et de l'ingénierie, la complexité des projets et la digitalisation accélérée imposent des outils de gestion des flux d'information spécifiques et dynamiques. C'est ce que propose think project! Entretien avec sa directrice générale, Sabine Noisette.



Pourquoi avoir développé une plateforme dédiée aux secteurs de la construction et de l'ingénierie ?

Sabine Noisette : Ces secteurs mènent des projets d'envergure sur des temps longs, en coordination avec de nombreux acteurs et avec des contraintes de délai et

de conformité élevées. Et, comme d'autres, ils sont entrés dans un mouvement fort de digitalisation. Mais ils s'exposent à des enjeux spécifiques. Chaque métier va avoir besoin de gérer des documents, des maquettes, de disposer de circuits de validation tout en pouvant se coordonner entre eux à des moments clés d'un chantier.

Concrètement que propose think project! ?

S. N. : Nous offrons à nos clients (Alstom, Bosch, Bayer, E.on, Arup, RWE...) un Environnement de données commun (EDC). Ils peuvent y visualiser et y gérer une maquette numérique 3D avec du BIM, assurer la gestion des défauts ou

des changements, et orchestrer les flux d'informations entre les parties prenantes. Documents, métiers et phases de réalisation, cet outil structure les différents besoins d'un projet.

Votre ambition est de devenir leader sur le marché de la construction intelligente. Comment ?

S. N. : En plus du travail réalisé par nos développeurs, nous faisons régulièrement des acquisitions pour enrichir la plateforme : récemment une plateforme permettant d'effectuer du « contract management » et une autre solution de simulations 4D et 5D de maquettes. L'objectif est d'offrir une véritable plateforme de construction intelligente en permettant des applications métiers très pointues tout en assurant un workflow toujours plus fluide, conforme et efficace.

thinkproject!

Contacts France :

Tél. +33 [0]1 69 35 12 50
france@thinkproject.com
www.thinkproject.com
#constructionintelligente

OpenKM

Transformer l'information en un capital intellectuel précieux

Avec son logiciel de gestion de document basé sur la technologie du logiciel libre « Open Source technologies », OpenKM excelle sur le marché avec un produit parfaitement adapté aux besoins de ses clients. Entretien avec Gaspar Palmer, CEO d'OpenKM.

Pouvez-vous citer les grandes valeurs de votre logiciel ?

Gaspar Palmer : On peut mentionner la simplicité d'utilisation, ainsi qu'une mise en œuvre rapide, ou encore une installation dans une configuration hardware minimal. Citons également une intégration facile à des applications tierces, un accès depuis n'importe quel navigateur web. Assurément, OpenKM permet à l'utilisateur de transformer l'information en un capital intellectuel précieux.

Quels avantages concrets pour les entreprises ?

G. P. : C'est une solution de gestion de documents qui peut évoluer au rythme de l'organisation. L'offre de modules conçus offre des solutions de gestion à

une multitude d'organisations, tout en maintenant la compétitivité des prix. Nous n'avons d'engagement avec aucun fournisseur de matériel ou de logiciel et nous offrons la même liberté à nos clients. Pour utiliser OpenKM, il n'est pas nécessaire d'installer une application spécifique, ni de faire appel à des serveurs ou à du personnel technique.

Rappelons qu'OpenKM est un projet consolidé né en 2005, avec des versions stables dans le temps et un forum public où les développeurs OpenKM répondent pendant les premières 24 heures aux requêtes. Les mises à jour de l'application sont périodiques, au moins 2 à 4 publications par an. Les utilisateurs de la version commerciale OpenKM (Cloud et Professional) bénéficient quant à eux d'un support technique

professionnel avec une durée de gestion garantie et ce, en plus d'une plus grande liste de fonctionnalités.

En termes de plus-value ?

G. P. : Avec OpenKM, nous pouvons automatiser les processus d'affaire, garantir la conformité aux réglementations, la gouvernance des informations et améliorer la gestion de la sécurité. Le système de gestion documentaire donne à l'organisation la possibilité de maximiser ses performances et de mettre en œuvre le cycle d'amélioration continue, qui permet de reconnaître nos forces, de détecter les points d'amélioration et d'identifier les opportunités, plus facilement et plus rapidement.

openkm
KnowledgeManagement

Tél. +33 [0]6 28 41 07 87
contact@openkm.fr
www.openkm.fr

TOSHIBA

L'ACCÉLÉRATEUR DE VOTRE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Toshiba vous accompagne dans la gestion de vos flux documentaires, la sécurisation et la protection de vos données.

Libérez le potentiel de vos équipes, passez au document intelligent !



TOGETHER INFORMATION

La digitalisation des processus métier et des flux documentaires au cœur de la Transformation des entreprises



Laurence Nentas, Directrice Marketing et Communication

Pour dématérialiser les processus métiers dans l'entreprise et les documents associés (contrats, factures, bulletins de paie...), le choix des outils et l'accompagnement des équipes sont essentiels.

Dans cette perspective, Toshiba Tec France Imaging Systems a étoffé son offre traditionnelle de numérisation et d'impression pour pouvoir aussi partager, gérer et sécuriser l'information. « Alors que les entreprises et leurs écosystèmes sont portés vers le digital et ses avantages en termes de compétitivité et de performance, Toshiba a mis en place des outils et des méthodes de qualité pour accompagner les entreprises dans la transformation de leur gestion documentaire », souligne Laurence Nentas, Directrice Marketing et Communication. Toshiba s'est entouré de partenaires solides, des éditeurs leaders sur leur marché, pour proposer une offre complète. « Cela nous permet de proposer des solutions de dématérialisation qui s'adaptent à toutes les tailles d'entreprises et offrent une expérience utilisateur ergonomique et collaborative. Nous pouvons également répondre à

des besoins de gestion de contenus et d'automatisation des flux métiers spécifiques grâce à nos solutions d'ECM (Enterprise Content Management) », explique Thierry Montaillier, Chef de Produit Dématérialisation. « Résultat, nos clients peuvent automatiser au maximum des processus RH ou comptables souvent chronophages, pour un retour sur investissement net et rapide ». Mais l'offre de Toshiba ne se limite pas à la technologie. « Nous accompagnons aussi nos clients dans la conduite du changement », précise Laurence Nentas. « Il ne s'agit pas de dématérialiser et d'automatiser tous les flux d'information en même temps. Notre approche est pragmatique pour permettre à l'entreprise de maîtriser les coûts de sa transformation, aux collaborateurs de s'approprier les nouveaux outils, et, in fine pour nos clients, de se recentrer sur leur métier ».

TOSHIBA Pour plus d'informations : tfis-marketing@tfis.toshibatec.fr | <https://impression.toshiba.fr/>



Silk Road Paris

AEROLIANS PARIS

Un parc tourné vers le futur et l'innovation

Innovant, durable et ambitieux, AeroliansParis aspire à être un lieu d'échanges et d'innovation « relié au monde et à la ville ». Le parc d'affaires de demain est déjà là...

Interview avec Hervé Chastagnol, Directeur Général du Centre de Gestion des parcs d'affaires Paris Nord 2 et AeroliansParis.



Où est situé le parc ?

Hervé Chastagnol : Situé sur la commune de Tremblay-en-France (93), le parc d'affaires international AeroliansParis

profite d'une situation exceptionnelle à 30 minutes du centre de Paris. À proximité des aéroports d'envergure internationale Paris-Charles de Gaulle et Paris-Le Bourget, AeroliansParis offre une véritable ouverture sur le monde. Il bénéficie de multiples dessertes : autoroutes, TGV, RER, bus... D'ici 2030, une station du futur métro ligne 17 du Grand Paris Express desservira le parc.

Quel est le projet d'AeroliansParis ?

H. C. : Il s'agit d'un projet d'aménagement de près de 200 ha, dans le prolongement du parc d'affaires Paris Nord 2, disposant de 850 000 m² de surface de bureaux, d'activités et de commerces, avec 35 ha

d'espaces verts. Le parc (en cours d'aménagement et commercialisé par Grand Paris Aménagement) accueille de grands noms de la logistique et de l'import-export, ainsi que des entreprises leaders sur des marchés porteurs. À l'horizon 2025, il regroupera 250 entreprises, soit 10 000 à 15 000 emplois.

Quelles sont les 3 principales zones du parc ?

H. C. : D'une superficie de 200 000 m², Silk Road Paris s'annonce comme le plus grand centre d'activité et de commerce BtoB en Europe. Il est conçu pour les producteurs et exportateurs, européens et asiatiques, de tout secteur : prêt-à-porter, maroquinerie et accessoires, home design, électronique...

Barjane a choisi AeroliansParis pour implanter sa 1^{re} plateforme logistique en Ile-de-France dédiée à la logistique à haute valeur ajoutée.

Spirit poursuit l'aménagement d'un business cluster proposant des bâtiments clé en main, un campus, un pôle services et des locaux à la location.

humide, une prairie sèche, un bois et un verger. Offrant un lieu de promenades, ces aménagements favorisent la biodiversité et limitent la pollution. Dans le cadre d'une politique environnementale certifiée ISO 14001, des ruches ont été implantées : un aménagement précurseur d'une démarche globale de développement d'une agriculture urbaine.

2 parcs d'affaires, 2 territoires limitrophes, une démarche similaire et une ambition partagée : cela a été le point de départ de la convergence des 2 sites, que ce soit sur le plan de la gestion, des services et d'un avenir commun.

C'est donc un Centre de Gestion unique qui anime les 2 parcs et dynamise la vie des entreprises et de leurs salariés pour favoriser leur bien-être au travail : petits-déjeuners conférences, course de relais, crèche interentreprises, club de sport, institut de beauté, centre automobile, instituts de formation...

Société HMD, sur les terrains de Spirit



Quelle est la politique environnementale du parc ?

H. C. : Grand Paris Aménagement a voulu faire d'AeroliansParis un projet exemplaire en matière environnementale, notamment par une gestion innovante et vertueuse des eaux pluviales. On trouve dans le secteur sud du parc une prairie



Tél. +33 (0)1 48 63 10 00
accueil@aeroliansparis-gestion.com
www.aeroliansparis-gestion.com

PARIS NORD 2

Une attractivité et une compétitivité reconnues

1^{er} parc d'affaires privé européen, Paris Nord 2 dispose d'atouts considérables qui ont déjà séduit plus de 550 entreprises. Situé au cœur d'un pôle économique majeur aux portes de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle, il ne cesse d'attirer de grands groupes et sociétés étrangères. 6 raisons de s'implanter dans « un parc à la dimension de vos ambitions »...

1 Une situation géographique stratégique

Situé sur la future ligne 17 du métro Grand Paris Express, à proximité immédiate des aéroports Paris-Charles de Gaulle et Paris-Le Bourget, Paris Nord 2 bénéficie d'une implantation idéale et d'accès multimodaux : réseau routier et autoroutier, TGV, RER B « Parc des Expositions », bus...

2 Une offre immobilière diversifiée

Site d'exception de 300 hectares, le parc dispose de surfaces variées, fonctionnelles et modulables : immeubles de bureaux, d'activités ou locaux mixtes de quelques centaines à plusieurs milliers de m². Alliant qualité, exigence et innovation, son offre immobilière s'adapte aux besoins spécifiques et aux évolutions des entreprises.

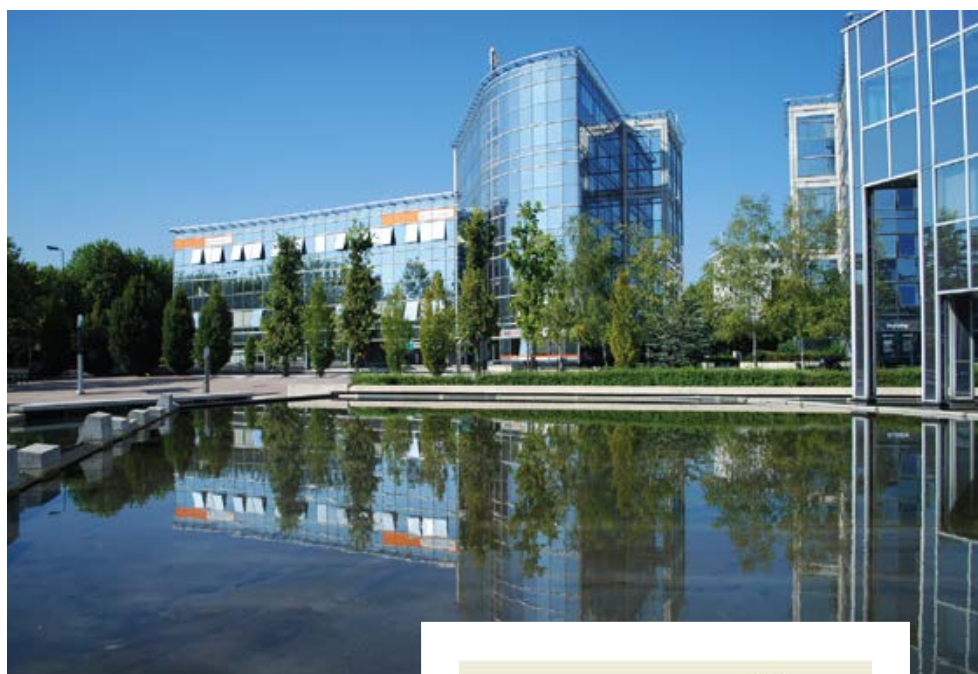
3 Un cadre de travail exceptionnel

Certifié ISO 14001 depuis 2009, Paris Nord 2 est reconnu pour son engagement dans le développement durable. Avec 70 hectares d'espaces verts, le parc mène une politique pour un avenir responsable visant à assurer la qualité du cadre de travail des salariés et préserver l'environnement.

4 Une offre complète de services

Les entreprises disposent de tous les services pour mener à bien leurs activités, tant sur le plan de l'organisation que du développement : fibre optique, centres de formations, agences de recrutement...

Une large gamme de services est destinée à permettre un meilleur équilibre entre les vies privée et professionnelle, pour



contribuer ainsi au bien-être au travail des salariés : crèche, RIE, club de sport, institut de beauté, centre automobile...

5 Un parc sécurisé

Afin de garantir la sécurité des personnes et des biens sur le parc 24h/24 et 7j/7, Paris Nord 2 dispose de 130 caméras, d'un PC Sécurité, d'agents sur le terrain et de rondes nocturnes, en partenariat avec Goron Sécurité Privée.

6 Un lieu de vie dynamique

Plusieurs zones résidentielles existent à proximité du parc. Maisons ou appartements, en centre-ville ou à la campagne, ils proposent un cadre de vie privilégié (proches d'établissements scolaires renommés) alliant sécurité, tranquillité, espaces verts, transports, loisirs sportifs et culturels...



Paris Nord 2
International Business Park CDG Airport

Tél. +33 (0)1 48 63 10 00
accueil@parisnord2.fr
www.parisnord2.fr

JPG [Vos espaces professionnels, votre réussite !]

Découvrez toutes les solutions pour vos espaces professionnels :



Espace de travail

Donnez vie aux meilleures idées.



Espace détente

Ressourcez-vous pour vos collations inattendues.



Espace de réunion

Tirez le meilleur du temps passé ensemble.



Espace sanitaires

Concentrez-vous sur votre business, nous nous occupons du reste.

JPG.fr

