

Jun 2017

Digital Workplace : une révolution dans la révolution



En bref

L'espace numérique de travail (Digital Workplace) constitue une révolution de la proximité pour les utilisateurs dans une révolution générale, la transformation numérique des entreprises. Cette révolution dans la révolution impacte le fonctionnement quotidien mais aussi la place de la DSI dans l'entreprise. Démonstration au travers de témoignages et d'études.

Sommaire

Stratégie

Avec le Digital Workplace, le rôle du DSI va au-delà de l'informatique

Stratégie

Le digital devient l'un des axes de transformation de la Macif

La parole aux métiers

Comment Babilou a été transformé par le numérique

Management

DSI en Nouvelle-Calédonie : du rêve et des contraintes

Management

EDF utilise la démarche classique d'incubation pour son innovation interne et externe

Avec le Digital Workplace, le rôle du DSI va au-delà de l'informatique



Maximilien Intartaglia, DSI du Centre Hospitalier de Montperrin, mise sur l'authentification forte pour les médecins.

Les projets de digital workplace permettent au DSI de profondément transformer l'environnement des utilisateurs.

Le workplace est un thème en apparence évident. Il consiste à remplacer la vieille bureautique par le même service, accessible plus simplement. Cette solution passe par le cloud et une utilisation en mobilité, interne ou externe. Les outils et les documents de travail suivent le salarié partout où il se trouve : à son bureau, en réunion en interne, devant la machine à café avec son smartphone, en clientèle ou en intervention externe, dans un cadre personnel, domicile ou autre. Vaste programme.

Cette facilité d'utilisation génère de la productivité, c'est l'objectif. Elle touche aussi aux habitudes et à l'environnement de travail au sens large, elle n'est donc pas anodine. Le DSI a un rôle central à jouer dans les choix : les outils, le cloud, la sécurité et la mobilité, l'accompagnement, mais aussi le budget et le déroulé du projet. Il touche très vite à d'autres aspects, par le travail collaboratif qui va se développer, les avantages et contraintes à donner aux salariés.

Le digital workplace n'est pas qu'un sujet informatique. Avec lui, le rôle du management de terrain se modifie, il devient vertical et celui du salarié, moins fixe, plus autonome. Pour ces deux populations cela n'a rien d'évident, surtout dans des entreprises historiquement « rigides » issues du secteur public ou de secteurs industriels très cadrés. Tout le monde ne suit pas au même rythme. Le DSI doit intégrer une bonne dose de RH ou partager son projet avec ces ressources humaines. Pour les prestataires extérieurs c'est également une autre façon de vendre et d'intégrer. Bref,

est de simple nouveauté, le digital workplace recouvre une réalité
Digital Workplace : une révolution dans la révolution

complexe. On note également un écart certain entre la prose marketing, abondante sur ce sujet, et la réalité des entreprises, les fournisseurs devraient en prendre conscience.

Transformer la vie du salarié

Le DSI a un rôle étendu, il est maître du projet, des choix d'outil et d'applicatifs, de l'accompagnement, du choix de fournisseurs externes. Rien n'est pour lui évident. Prenons un exemple, celui du choix des terminaux. Souvent, le salarié dispose d'une liste restreinte et sa hiérarchie directe l'influence et le limite. Lui offrir un choix plus large, enlève à cette hiérarchie une part de son pouvoir direct. Passer en mode locatif avec un prestataire externe change également le modèle d'achat et la gestion des renouvellements. Enfin, donner l'accès à des applicatifs métiers encourage le collaboratif et l'autonomie des salariés.

Le Workplace n'est pas une simple évolution. Il permet au DSI d'engager la transformation digitale auprès des salariés. Sur ce sujet assez traditionnel de la bureautique, le DSI peut démontrer que le digital a son mot à dire et même plus que cela, il engage une transformation de fond et peut retrouver un rôle central, très visible des autres directions et de toute l'entreprise.

Maximilien Intartaglia, DSIO, Directeur système d'information et organisation du Centre hospitalier de Montperrin à Aix-en-Provence, nous apporte son témoignage. Cet établissement public est spécialisé en psychiatrie et couvre toutes les Bouches-du-Rhône. il compte 1 200 salariés, personnel soignants ou administratif. La gestion de l'espace de travail n'a cessé d'évoluer depuis plusieurs années. *« Moi je travaille avec Citrix depuis 15 ans, nos utilisateurs étant sur du Wan, ce prestataire reste toujours un bon choix pour la partie serveurs »* explique-t-il.

Rôle clé de l'authentification forte

Le client léger est l'une des bases de la gestion de cet environnement de travail très particulier, l'autre c'est l'authentification forte. *« Nous avons pour contrainte venue des médecins des questions de sécurité et d'organisation »,* précise Maximilien Intartaglia. *Nous avons choisi l'authentification forte et la carte CPS via le middleware d'Ilex, et déployé un client léger Wyse sur 900 postes. L'authentification forte est le quotidien pour l'accès au SI de nos médecins. Une de leurs exigences est d'avoir plusieurs lieux de prescription dans le département et donc besoin d'un roaming applicatif. Nous travaillons sur des scénarios de reconnexion / déconnexion avec cette carte CPS de manière à faciliter un accès rapide à leur espace de travail partout où ils se connectent ».*

Le médecin peut s'authentifier de n'importe quel poste et récupérer sa session de travail. Le département compte 39 structures externes sur le Wan, par exemple les hôpitaux de jour. Il faut pouvoir récupérer sa session très vite. *« La DSI vient de s'équiper d'un SAN full flash redondant pour promouvoir une session en 30 secondes. La reprise de session se fait maintenant entre 5 et 8 secondes. On recommande aussi de laisser le terminal toujours en session allumée. Cette reprise rapide est la clé de la satisfaction de nos utilisateurs ».*

« On travaille aussi sur le thème du « client zéro », c'est-à-dire les temps de déploiement d'un nouvel arrivant, un nouveau médecin notamment, on lui donne maintenant son outil de travail en 25 minutes, nos terminaux ont une procédure simple

pour s'auto-configurer. On va maintenant se pencher sur les process nécessaires pour réduire les pannes la nuit ou les week-end ».

La réduction des coûts en ligne de mire

Le cabinet Vanson Bourne attire l'attention sur un autre aspect du workplace, la réduction des coûts. C'est l'un des buts de l'opération. Une réduction au sens large. Quand le DSI présente un projet de workplace, il va intégrer la réduction des frais de déplacement et la surface de bureaux. Pour le cabinet, 66% des entreprises veulent des postes de travail plus flexibles, elles souhaitent également réduire de 14% la taille de leur immobilier de bureau d'ici 2020, dans ces bureaux il y aura 6,7 bureaux pour dix collaborateurs.

La productivité est un élément clé du digital workplace. Dans une étude de 2015, le cabinet Techconsult affirmait que 61% des DRH faisaient un parallèle entre la mobilité et l'efficacité des collaborateurs. Ils étaient même 64% pour estimer que le taux d'échec est moins important chez les collaborateurs mobiles... s'ils sont dotés d'une infrastructure adaptée. Du coup, ils font pression sur les DSI pour installer du workplace, gage d'économies et de productivité.

Différents choix budgétaires

La question budgétaire se retrouve évidemment dans les terminaux mis à disposition des collaborateurs. Traditionnellement, les choix sont réduits de manière à garder l'homogénéité du parc. Les Comex admettent difficilement autre chose que des iPhone. Mais l'achat peut se faire également par un système de location, ce qui déplace le budget de l'investissement au fonctionnement. La maintenance est également très liée à l'achat. GRTgaz a choisi une procédure d'infogérance avec Proservia (groupe Manpower) pour l'environnement utilisateur de ses 4 500 collaborateurs. Une infogérance totale qui englobe le service desk, le support, l'administration fonctionnelle des services et ingénierie du poste de travail, bref toute la gestion de la relation utilisateur.

Quel que soit le choix de la DSI, le digital workplace semble un sujet prioritaire. C'est ce que rappelle l'une des dernières études de PAC. Sur 180 DSI et DRH interrogés en Europe, 42% en font une priorité élevée et 6% l'enjeu le plus important. La raison ? Ils sont 52% à considérer ce workspace comme très important pour le succès de l'entreprise et 22% qu'il est primordial pour les performances économiques.

Dans le détail, les responsables interrogés par PAC mettent en avant plusieurs types d'investissements. Des sujets classiques : 63% des entreprises interrogées veulent moderniser les applications de leurs postes de travail, 61% veulent améliorer le support RH, 60% implantent de solutions de collaboration et de communication intégrée, 56% les performances réseau, 55% décloisonner l'infrastructure de leurs espaces de travail.

Sur le même sujet

La Matinée Stratégique [Digital Workplace](#) organisée par CIO aura lieu le 26 septembre 2017 à Paris.

Didier Barathon
Journaliste

Le digital devient l'un des axes de transformation de la Macif



Jean-Marc Raby, DG, à gauche et Adrien Couret, DG délégué, à droite, lors de leur présentation

La Macif investit dans les start-ups et le digital, mais dans un cadre global de refonte de toute l'entreprise.

La mutuelle Macif se transforme de fond en comble. A travers son plan stratégique à cinq ans, elle veut modifier ses outils, ses offres, ses métiers. L'informatique et le digital forment un axe important, mais très intégré dans cette stratégie d'ensemble, portée par le directeur général Jean-Marc Raby et le directeur général délégué, Adrien Couret (35 ans, nommé à ce poste à 32 ans seulement). Sur cinq ans, c'est 500 millions d'euros qui seront consacrés au digital. La Macif a un temps de retard sur la Maif mais engage des moyens considérables et chamboule ses structures pour une évolution en profondeur.

Premier volet digital, la Macif se met en veille. Elle développe des communautés de sociétaires par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Une première communauté d'une centaine de sociétaires est en place et permettra de remonter les approches, les besoins et d'en savoir plus sur leurs comportements. Premier assureur mutualiste, la Macif s'investit également sur la voiture autonome en pilotant le groupe de travail ad hoc à la Fédération française de l'assurance.

Cinq start-ups financées

Plus concrètement, elle investit. Elle a créé Macif Innovation, un fonds d'investissement doté de 15 millions d'euros d'amorçage. Avec trois partenaires : New Alpha Asset Management, Swen Capital, Daphni. Cinq start-ups sont ainsi financées : Carizy,

GoMore, TellMePlus. Avec elles, la Macif investit dans les services Digital Workplace : une révolution dans la révolution

d'accompagnement. Drust propose un boîtier connecté pour les voitures. Carizy, un site de vente de voitures d'occasion qui offre des garanties aux acheteurs, service qui est déjà accessible via macif.fr. La mutuelle a également investi dans l'auto-partage, en mettant 5 ME dans GoMore, un danois qui dispose d'une plateforme dédiée avec 1,5 million de membres sur cinq pays (Danemark, Norvège, Suède, Espagne, France) dont 70 000 en France. La Macif a déjà investi sur ce sujet dans 19 structures locales d'auto-partage.

La Macif a lancé une offre maison connectée en 2016, elle investit aujourd'hui dans CBien, une start-up qui propose une app pour identifier ses biens. En clair, vous disposez à tout moment de l'inventaire complet en ligne de vos biens, photos, fiches, contrats d'assurance, permettant de rapidement les identifier en cas de vol. Sur un tout autre sujet, l'analyse prédictive, la Macif investit (la Matmut aussi) dans TellMeMore, une start-up montpelliéraine. Voilà pour les cinq start-ups financées par Macif Innovation. La mutuelle teste également une autre application, venue du hollandais Monitorinq, pour assurer le maintien à domicile des malades Alzheimer, avec alertes pour les familles, ou pour un centre d'appel.

Ne pas faire du digital pour faire du digital

Largement expliqués lors d'une conférence de presse, ces investissements témoignent de l'engagement de la Macif dans le digital. Mais les directeurs généraux indiquent clairement ne pas faire du digital pour faire du digital. Le groupe est engagé dans une profonde transformation. La DSI change avec la nomination d'un directeur du digital et des systèmes d'information, Pierre Gauthier, un homme qui a fait toute sa carrière dans le groupe, de conseiller commercial à DSI, en passant par des directions régionales. Un non technicien, mais sans doute un homme du changement qui connaît bien les structures internes. Elles vont bouger !

Historiquement, la Macif est organisée en 11 régions (« 11 petites Macif » selon JM Raby), elles sont passées à 5 au 1er janvier dernier, l'Île de France ne bougeant pas. Les autres fusionnent et derrière, leurs moyens se regroupent. Les centres d'appels, une vingtaine, ne vont pas fusionner mais être interconnectés. On sait que les systèmes d'information régionaux sont également indépendants les uns des autres. Jean-Marc Raby, le directeur général indique également que le management entre dans la danse en accompagnant cette transformation notamment en entraînant les salariés, une dizaine de milliers.

Les effectifs vont diminuer

Le DG se montre très sensible au facteur humain. Un exercice délicat. Il va négocier avec les représentants du personnel pour adapter leurs horaires. Ce n'est pas une mince affaire. A la Macif, les salariés travaillent 31h30 par semaine et vont passer aux 35 heures, c'est-à-dire travailler plus. En échange, la direction va leur accorder des compensations financières qui seront modulées dans le temps et s'ajoutent aux investissements engagés pour la transformation de l'entreprise. Mais le groupe verra ses effectifs diminuer, par les départs naturels d'une génération de retraités. La mutuelle veut aussi diminuer les fonctions back office. Elle indique ne pas toucher au front, les agences, qui ne sont que 500 (contrairement aux 5 à 7000 des grandes banques comme BPCE ou CA).

La Macif veut se transformer tout en gardant sa culture. On parle toujours de

sociétaires, ils continueront de voter et d'être représentés, mais à côté la DG a créé une direction de l'expérience client. Dans ce cas, le mot client remplace bien celui de sociétaire. Ainsi va la Macif, obligée d'évoluer avec les nouvelles contraintes législatives et le comportement des consommateurs, mais soucieuse de garder sa culture sociale et mutualiste.

Didier Barathon
Journaliste

Comment Babilou a été transformé par le numérique



Le digital est essentiel même pour un groupe de crèches comme le plaide Edouard Carle, président cofondateur de Babilou.

Edouard Carle est président cofondateur de Babilou. Cette entreprise est spécialisée dans la gestion de crèches inter-entreprises même si elle commence à étendre son activité au delà. Que ce soit dans la relation avec les parents ou pour optimiser le recrutement de personnels sur un marché très tendu, le numérique s'impose désormais de façon incontournable.

CIO : Qui sont les clients de Babilou ?

Edouard Carle : Nous avons en fait deux types de clients, les parents et leurs employeurs, ainsi qu'un financeur, la Caisse d'Allocations Familiales (CAF). Nous proposons aux entreprises de réserver des places de crèches pour leurs salariés. Faire garder son enfant est en effet un problème pour les mères une fois terminé leur congé maternité. Or, faute de place en crèche, le coût de la garde peut s'avérer dissuasif et inciter les mères à prendre un congé parental ou à ne reprendre un poste qu'à mi-temps. Pour l'employeur, la situation a évidemment un coût puisque la salariée doit être remplacée par quelqu'un qui n'aura qu'un emploi précaire mais qu'il faudra former. Investir dans des places en crèches, c'est donc faire baisser le coût RH et diminuer les facteurs de stress pour les collaborateurs. L'idée est de proposer des crèches aussi bien sur le lieu de travail qu'à proximité du domicile via des crèches inter-entreprises. L'entreprise paye une participation pour réserver une place et le parent paye sa part comme pour une crèche municipale, une partie de ce coût pouvant être pris en charge par la CAF en fonction des revenus de la famille.

CIO : Comment intervient le digital dans la relation avec les parents ?

Edouard Carle : Nous avons développé une app mobile, Babilouapp. Celle-ci a trois Digital Workplace : une révolution dans la révolution

objectifs. D'abord, cette app est au service de la pédagogie en crèche. Les professionnels mettent en effet en oeuvre un projet pédagogique mais les parents viennent en général chercher trop rapidement leurs enfants (voiture garée en double-file, etc.) pour en discuter avec les collaborateurs de Babilou. L'app va donc leur expliquer ce qui a été fait dans la journée, au delà des classiques « il a bien mangé, bien dormi... ». De ce fait, le travail des professionnels de la petite enfance va être valorisé. Il s'agit de rendre visible le travail invisible. De plus, si un seul parent vient chercher l'enfant, ce sont bien les deux qui vont pouvoir être informés.

Comme nos collaborateurs placent dans l'app des photographies des activités, celles-ci peuvent être regardées par les parents avec leurs enfants pour avoir une relation plus intense.

Enfin, l'app sert de carnet de liaison entre la famille et la crèche pour fluidifier la relation quotidienne. On y publie les menus. Surtout, la famille peut mettre à jour son dossier administratif (qui va aller chercher l'enfant...).

Le suivi de l'enfant va ainsi être personnalisé tout en lui apprenant la vie en collectivité.

CIO : Comment avez-vous développé cette application et en tirez-vous un avantage interne ?

Edouard Carle : Nous avons travaillé avec une start-up, Kidizz, qui a créé l'application. Elle est centrée sur les outils digitaux pour améliorer la relation parents-enfants. Nous sommes actuellement en train de travailler pour que les parents puissent prévenir la crèche des absences (par exemple : pour un rendez-vous chez le médecin). Du coup, la crèche pourra être informée des places disponibles et les proposer aux parents qui souhaiteraient en bénéficier de manière ponctuelle. La crèche améliorera ainsi son taux d'occupation.

CIO : Pourquoi certaines entreprises vous demandent-elles d'aller plus loin et jusqu'où allez-vous ?

Edouard Carle : Les DRH discutent régulièrement avec nous des problèmes liés à la parentalité. Se préoccuper de ces sujets est un enjeu de séduction et de fidélisation des talents.

Il y a un an, nous avons développé une plate-forme, MesSolutionsFamily.com. Il s'agit d'aider à gérer la parentalité sous tous ses angles, du jeune enfant au grand-parent dépendant. L'objectif est que les collaborateurs puissent connaître, sans perdre de temps à chercher, toutes les informations dont ils pourraient avoir besoin et disposer de liens vers les services adaptés disponibles. Il s'agit de faciliter le quotidien des collaborateurs.

Le site général est transformé en service rendu disponible sur l'intranet des employeurs intéressés, avec une personnalisation (services disponibles avec aide de l'employeur par exemple). Le premier groupe à nous l'avoir demandé est la Société Générale. Notre service est intégré à l'intranet avec prise en compte de l'identification unique et une totale customisation aux couleurs du groupe bancaire. Plus d'une quarantaine de grandes entreprises vont d'ores et déjà déployer le service et douze nous l'ont demandé pour la rentrée 2017.

CIO : Avez-vous d'autres usages du digital pour améliorer votre relation avec les parents ?

Edouard Carle : Tout à fait. Nous avons par exemple noué un partenariat avec WeMoms, une app communautaire dédiée aux mères pour échanger sur toutes sortes

de sujets. Notre partenariat consiste en une prise de parole régulière de professionnels de la puériculture collaborateurs de Babilou. En particulier, nous proposons des live-chats entre les mères et les référentes pédagogiques de Babilou.

Cela ne génère évidemment pas directement de chiffre d'affaires mais cette communication digitale apporte à la fois de la notoriété et de l'image. L'idée est bien sûr de pousser à recourir à Babilou pour les services dont les mères pourraient avoir besoin.

Nous finançons également le Laboratoire de Psychopathologie et Processus de Santé de l'Université Paris Descartes pour un programme de recherche de deux ans. Une équipe de chercheurs met des nourrissons face à des écrans numériques et regarde les réactions. L'objectif est notamment de détecter au plus tôt les troubles cognitifs, les maladies de type dyslexie, pour une prise en charge la plus précoce possible.

CIO : Utilisez-vous aussi le digital en interne ?

Edouard Carle : Bien entendu. Nous l'utilisons notamment pour recruter des professionnels de crèches. Les jeunes sortant des écoles de puériculture sont, comme tous les jeunes, très connectés. Et il y a des communautés en ligne de professionnels de la petite enfance qui sont très actives. Notre objectif, en recourant au digital dans ce domaine, est de limiter les difficultés de recrutement. Le marché de l'emploi dans les crèches est en effet très tendu. Nous manquons de compétences disponibles et nous avons donc besoin de séduire les candidats, de nous différencier des autres établissements.

Nous utilisons deux outils. Le premier est VisioTalent. Il s'agit de recruter en ligne par vidéos asynchrones. Le candidat peut regarder une vidéo présentant le groupe et, ensuite, enregistrer sa propre vidéo pour se présenter. Il s'agit d'une première étape qui permet de comprendre qui est le candidat, bien mieux que deux lignes formatées sur un CV. 30 % des candidats préfèrent utiliser ce canal plutôt qu'un premier entretien. C'est un vrai gain de temps, autant pour l'entreprise que pour les candidats.

Nous utilisons aussi JobAroundMe. C'est un pure player du recrutement mobile pour permettre aux mobinautes de postuler via leur téléphone à des offres proches de leurs domiciles.

Evidemment, nous recrutons aussi sur les réseaux sociaux, de façon plus classique.

CIO : Et sur le reste de la GRH ?

Edouard Carle : D'une manière générale, nous cherchons à digitaliser au plus la GRH, par exemple en ayant recours à MyPeopleDoc. 83 % des collaborateurs ont dématérialisé leur bulletin de paye avec un coffre fort numérique. Du coup, Babilou finance la reforestation en Afrique avec les économies faites sur le papier. Nous travaillons actuellement sur le contrat de travail électronique.

A propos du groupe Babilou

Babilou revendique la première place parmi les groupes de crèches d'entreprises et de collectivités en France avec 380 crèches réparties dans le monde (dont 300 en France), soit 13700 berceaux. Les enfants de 20000 familles sont accueillis chaque semaine. Toutes les crèches Babilou sont bien sûr agréées par la Protection Maternelle et Infantile et conventionnées par les Caisses d'Allocations Familiales. Le Groupe compte 5000 collaborateurs (2000 recrutements étant prévus en 2017) et 1200 clients de la TPE aux grands groupes. Edouard Carle a cofondé le groupe en 2003.

Selon lui, le marché est très tendu. En effet, il y a 800 000 naissances par an en France. L'accueil collectif des jeunes enfants en crèche est le plus recherché car il est le moins cher et le plus socialisant pour les enfants. Mais il n'y a que 400 000 places disponibles dont un tiers seulement se libère chaque année. Il y a

donc à peu près une place disponible pour huit naissances. De la même façon, le marché du travail des spécialistes de la petite enfance est également très tendu et le digital est un levier important pour le recrutement.

Bertrand Lemaire
Rédacteur en chef de CIO

DSI en Nouvelle-Calédonie : du rêve et des contraintes



Jérôme d'Aubuisson fait face à des contraintes plus nombreuses qu'en métropole.

Jérôme d'Aubuisson, DSI de la CAFAT, la sécurité sociale de Nouvelle Calédonie, explique les spécificités de son poste. Il est arrivé à ce poste au mois de décembre dernier, il assurait auparavant des fonctions de DSI à Paris.

CIO : Quels sont les avantages et les contraintes d'un DSI sous les tropiques ?

Jérôme d'Aubuisson : La Nouvelle-Calédonie fait rêver. Elle possède le plus beau lagon du monde, inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, et ses îles sont des joyaux au milieu du Pacifique. Mais, si on met de côté ces images de cartes postales, la prise d'un poste de DSI en Nouvelle Calédonie est très enrichissante mais présente aussi de nombreux challenges. En effet, les contraintes sont plus nombreuses qu'en métropole. Situé à 17 000 km de Paris, l'éloignement est une des premières difficultés. Le décalage horaire avec la métropole (+ 10 heures) ne favorise pas les possibilités de travail en commun. Aussi, il est difficile de travailler en mode projet avec des sociétés de métropole. Le fait de démarrer les journées de travail à 7 heures accentue ce décalage. Cette difficulté serait atténuée si l'écosystème des SSII locales était suffisant mais ce n'est pas le cas. Le marché calédonien est trop petit pour permettre une présence de groupes métropolitains.

En outre, le recrutement de collaborateurs est aussi difficile car le système universitaire calédonien ne fournit pas assez de compétences en informatique pour couvrir les besoins d'un pays en pleine phase de digitalisation. Le marché de l'emploi est donc tendu. Et si on décide de recruter des profils métropolitains, il est nécessaire d'investir dans l'intégration car le nombre de retours est élevé.

Une autre difficulté provient de l'état insulaire de la Nouvelle Calédonie. L'insularité entraîne des coûts élevés pour importer le matériel informatique ou pour produire de

"Énergie" Cette même insularité limite les capacités Réseaux et Télécom car il faut
Digital Workplace : une révolution dans la révolution

passer par un câble sous-marin qui limite le débit et augmente fortement les latences. Les projets de Cloud sont mis en veille en attendant la création d'un deuxième câble de back-up afin de sécuriser le fonctionnement des systèmes.

CIO : Comment répondez-vous aux demandes internes des métiers ? Qu'est-ce qui a changé, qu'est-ce qui va changer dans ce traitement des demandes internes ?

Jérôme d'Aubuisson : Le mode de fonctionnement de la DSI est assez classique pour une organisation de ce type et de cette taille. Nous avons un Schéma Directeur des Systèmes d'Information (SDSI) qui donne le cadre. L'objectif est d'aligner la DSI sur les priorités métier. Comme pour les organismes de Sécurité Sociale métropolitain, la CAFAT définit une Convention d'Objectifs de Gestion sur cette durée (COG). Le rôle du SDSI est de définir les projets permettant d'adapter le SI aux évolutions demandées par les Directions métiers, d'estimer leurs charges, de les planifier et de définir les moyens nécessaires à leur réalisation. De plus, nous intégrons dans le SDSI les projets permettant d'améliorer l'efficacité de la fonction système d'information et nous actualisons notre feuille de route sur les infrastructures informatiques.

Pendant l'année, les équipes PMO (Project management office) veillent au bon déroulement du processus de gestion des changements. Les projets priorités dans le SDSI sont lancés lors d'un comité stratégique avec une gouvernance mixte métier, SI et Direction Générale.

Depuis mon arrivée, j'ai transformé le processus de Delivery. Afin de gagner en agilité et de mieux gérer le risque de changement de périmètre fonctionnel, nous mettons en place une culture du produit plus que du projet. L'objectif est de donner du rythme et d'embarquer toutes les parties prenantes des projets informatiques dans cette culture de l'agile. Ces principes nous permettent de mieux prendre en compte les changements de dernières minutes.

CIO : Quelle place prend la transformation numérique à la CAFAT ? Avez-vous, allez-vous définir un plan digital et sur quels sujets précis ?

Jérôme d'Aubuisson : La transformation numérique est un des volets du Schéma Directeur du Système d'Information.

Dans premier temps, l'objectif était de gagner en productivité et de digitaliser les flux entrant de documents remplis par les assurés, les entreprises ou les professionnels de santé. Nous avons donc lancé un programme de dématérialisation des flux entrants.

Nous avons aussi proposé de nombreux e-services aux entreprises et aux travailleurs indépendants pour réaliser les opérations directement sur internet et éviter de se rendre aux guichets de la CAFAT.

Dans le prochain SDSI, nous allons travailler sur la vision à 360 degrés de l'assuré et définir pour chaque type d'interaction possible avec la CAFAT, quel est le canal à privilégier. Nous avons aussi des réflexions au sein de la DSI pour connaître les nouvelles technologies qui peuvent nous permettre d'améliorer notre qualité de service ou de diminuer nos coûts de gestion.

CIO : Sur quels nouveaux sujets travaillez-vous ?

Jérôme d'Aubuisson : On travaille sur le modèle DevOps pour accélérer le rythme des mises en production. C'est un changement de culture. Nous avons présenté ces principes aux équipes et je sens une forte adhésion.

CIO : Etes-vous, et dans quelle proportion, dans le cloud ? Sinon, quelle est votre approche ?

Jérôme d'Aubuisson : Suite à la première question, il est difficile d'utiliser des technologies Cloud car la Nouvelle Calédonie est une île avec un seul câble pour acheminer le trafic vers l'Australie. De plus, il y a aujourd'hui une vraie latence avec des solutions hébergées en Europe qui ne sont pas acceptables pour les utilisateurs. L'accélération du Cloud ne pourra venir qu'avec la mise en service d'un deuxième câble.

Didier Barathon
Journaliste

EDF utilise la démarche classique d'incubation pour son innovation interne et externe



Jean-Yves Berthou, Directeur Innovation au sein de la Direction des Services Partagés d'EDF, a mis en place une démarche en trois points pour développer l'innovation.

En s'appuyant sur des solutions de Yoomap, la Direction des Services Partagés d'EDF a structuré et amplifié sa démarche d'innovation collaborative.

La Direction des Services Partagés d'EDF compte environ 4300 collaborateurs. Elle fournit au reste du groupe EDF des prestations transverses comprenant aussi bien les applications informatiques métiers, les infrastructures IT, la comptabilité, les RH, etc. Comme beaucoup d'entreprises, elle disposait d'un système de « boîte à idées » associé à des « trophées » de l'innovation. Il y a deux ans, la direction de la DSP EDF a souhaité structurer et amplifier sa démarche d'innovation.

Un Directeur Innovation a ainsi été nommé, Jean-Yves Berthou, afin d'innover au niveau des organisations, du business, des processus internes, des offres produits... Son rôle n'est pas d'innover, par exemple, sur les manières de produire de l'énergie.

Une démarche en trois points

La première étape de la nouvelle démarche relève d'une véritable conduite du changement. « Nous avons voulu diffuser une culture de l'innovation parmi nos collaborateurs afin de faire de ceux-ci des intrapreneurs » indique Jean-Yves Berthou. Démarrés sur un objectif de « acculturer » le quart des effectifs, les séminaires et autres actions entreprises ont, au final, touché la moitié des collaborateurs ! Ces actions visaient à développer les idées de droit à l'essai, d'agilité, de disruption...

Deuxième point, la mise en place d'une organisation pour faciliter la démarche

structurée d'innovation, de l'émergence au déploiement. Il s'agit d'être au plus prêt du terrain en s'appuyant sur un réseau de salariés en charge d'un rôle de relais local pour l'innovation. Pour cela, la DSP EDF s'est appuyée sur les solutions proposées par Yoomap. La plate-forme mise en place permet de recueillir les idées, de les « challenger », de les discuter... Chaque « relais » gère son domaine et il peut créer des « ateliers d'incubation » pour avancer dans la maturation de l'innovation. Il s'agit bien d'accompagner au fil des étapes.

Une démarche d'incubation classique

L'incubation, l'expérimentation puis le déploiement des innovations proposées se font dès qu'une direction accepte de la financer. Jean-Yves Berthou souligne : « c'est une démarche d'incubation classique où le projet continue s'il y a un financeur et un client. » Une analyse des gains financiers est systématiquement entreprise même si le gain direct est difficilement identifiable.

Enfin, troisième point, l'ouverture à l'extérieur. Il s'agit pour la DSP d'EDF d'identifier quelle start-up ou, plus généralement, quelle entreprise extérieure peut contribuer à quelle innovation. Pour cela, EDF sollicite différents viviers et se repose également sur une solution de Yoomap. Le module permet de lancer une procédure d'achat simplifiée et de faciliter la mise en relation projet/partenaire. « En 2016, 50 start-up ont été approchées et 14 ont bénéficié d'un contrat commercial pour développer ou co-développer un produit ou un service » détaille Jean-Yves Berthou.

Un SaaS personnalisé

EDF a mis en place deux outils fournis par le même éditeur. Yoomap édite en effet d'une part un logiciel de gestion des idées et de l'innovation (SMI : Système de Management de l'innovation) et d'autre part un logiciel de gestion de la relation avec les start-up (SURM : Start-Up Relationship Management). Les deux sont disponibles en mode SaaS mais sont personnalisés aux besoins exacts et à la charte graphique de chaque client. A la DSP d'EDF, le module SURM apparaît ainsi comme un onglet du module SMI pour faciliter la recherche d'une start-up en lien avec un projet.

La plate-forme Yoomap est interfacée avec l'annuaire d'entreprise : tous les collaborateurs ont donc systématiquement un compte. Mais des partenaires externes (hors EDF) peuvent aussi en être dotés. Sur les 4300 collaborateurs, 1000 ont proposé au moins une idée et 6000 comptes actifs existent (35 % hors DSP EDF). En tout, 870 projets ont été inscrits, 200 expérimentations sont en cours, 140 sont en déploiement et 150 ateliers d'innovation ont été organisés en un an. « Les chiffres bougent tous les jours et nous les suivons en temps réel ! » se réjouit Jean-Yves Berthou. Le coût du service est une redevance liée au nombre de comptes mais pas au compte nommé.

Une mise en oeuvre rapide liée au RSE

Le contrat avec Yoomap a été signé en janvier 2016. Dès fin mars 2016, l'outil était en production à la DSP d'EDF, avec plus de 200 idées issues du dernier semestre 2015 réinjectés. Charmes du SaaS, la plate-forme évolue en permanence et est ouverte à l'extérieur, que ce soit auprès d'externes comme auprès d'internes en mobilité.

L'outil est accessible depuis le réseau social d'entreprise. Il apporte une véritable gestion du projet dans le temps, avec des processus de gestion et de maturation. Et puis les fameux « trophées » visant à valoriser les meilleures idées ont ainsi vu la procédure de soumission très simplifiée : en un clic. « Toutes les données nécessaires sont désormais disponibles dans l'outil et il n'y a donc plus de besoin de dossier de

candidature » constate Jean-Yves Berthou.

Bertrand Lemaire
Rédacteur en chef de CIO

Pour toute demande concernant CIO.focus :

contact-cio@it-news-info.com

Une publication de IT NEWS INFO : 40 bd Henri Sellier 92150 Suresnes

Rédacteur en chef : Bertrand Lemaire, blemaire@it-news-info.com

Tél. : 01 41 97 62 10

Principaux associés : Adthink Media et International Data Group Inc.

Président : Bertrand Gros

Directeur de publication : Bertrand Gros

Directeur général : Jean Royné

Président du groupe Adthink Media : Sylvain Morel

CIO est édité par IT NEWS INFO, SAS au capital de 3000000 €

Siret : 500034574 00029 RCS Nanterre

