



**Benjamin REVCOLEVSCHI**  
 Directeur Services & Cloud  
 SFR Business Team

## SFR prône le *Cloud* « maîtrisé »

L'opérateur accompagne les PME de bout en bout dans leurs projets de *Cloud Computing*. Benjamin Revcolevschi, directeur Services & Cloud SFR Business Team, revient sur la légitimité de l'opérateur en la matière.

**GPO Magazine : En quoi le *Cloud Computing* répond-il aux enjeux actuels des PME ?**

**Benjamin Revcolevschi :** En matière d'informatique, nous vivons actuellement une véritable révolution. Nous sommes passés d'une ère artisanale où les entreprises investissaient lourdement dans des machines, des serveurs et des applications, à une logique plus industrielle, où les architectures informatiques et réseaux sont opérées par des professionnels spécialisés, l'utilisateur se concentrant sur ses applications et son métier. Aujourd'hui, le *Cloud Computing* permet une avancée majeure vers la rationalisation des investissements informatiques. En effet, le *Cloud* repose sur l'accès à la demande, via Internet ou un intranet, à des ressources informatiques virtualisées, mutualisées et partagées avec d'autres utilisateurs, simples d'utilisation, et facturées à l'usage. Le *Cloud Computing* est un accélérateur de business avec un modèle économique qui répond parfaitement aux besoins des PME.

**GPO Magazine : En quoi les opérateurs télécoms sont-ils des acteurs légitimes du *Cloud Computing* ?**

**B. R. :** Un opérateur télécom peut maîtriser de bout en bout les différentes technologies et services qui sont au cœur du modèle *Cloud Computing*. Il offre un accès haut débit permanent aux données, quel que soit le terminal (fixe ou mobile), avec une disponibilité totale des services et il garantit une sécurité optimale des données. La maîtrise des réseaux, de la sécurité des données et de la facturation à l'usage font parties de ses gènes. De même, de par son organisation et ses réseaux de distribution, un opérateur télécom sait offrir à ses clients un accompagnement

de proximité, véritable, qui répond aux attentes des entreprises et en particulier des PME.

**GPO Magazine : Il s'agit de ce que vous nommez le *Cloud* « maîtrisé » ?**

**B. R. :** Le *Cloud* « maîtrisé » permet aux entreprises de bénéficier des avantages, des économies et de l'efficacité apportés par le *Cloud Computing*, en y ajoutant la qualité de service et la sécurité de l'opérateur. Il s'agit là d'une condition nécessaire pour que le *Cloud* devienne une réponse fiable aux évolutions des systèmes d'information des entreprises. L'agrément « Hébergeur de données de santé », que SFR a obtenu, traduit ce très haut niveau d'exigence. En qualité d'opérateur, nous devons être en mesure d'apporter des réponses adaptées à leurs besoins et maîtrisées par nos différents services, que ce soit en termes de technologie, d'accessibilité réseau, de sécurité des données ou encore d'assistance.

**GPO Magazine : Autant de prestations que propose SFR Business Team ?**

**B. R. :** SFR Business Team est l'activité de SFR dédiée aux entreprises. Notre mission première est d'aider les entreprises à développer leur business, en leur apportant des solutions qui rendent leurs collaborateurs plus efficaces et qui les aident à avoir toujours plus d'impact auprès de leurs clients. Nos offres de services en mode *Cloud* – partage de fichiers, sécurité, collaboration, relation client,... – avec une disponibilité garantie via nos réseaux mobiles et fixes, nous permettent de remplir cette mission. Notre présence historique sur le marché de l'hébergement de données nous a permis de bâtir une véritable expertise autour du

### SFR Business Team en chiffres

- 2<sup>e</sup> opérateur de télécommunications fixes et mobiles sur le marché des entreprises en France
- 165 000 clients, de la PME à la multinationale
- 2 000 collaborateurs dédiés
- 300 partenaires « solutions »
- Agréé « Hébergeur de données de santé »

*Cloud Computing*. D'ailleurs, nous poursuivons nos investissements et notre engagement autour de cette technologie. Pour preuve, notre participation au projet Andromède, désormais baptisé Numergy.

**GPO Magazine : Pouvez-vous justement nous représenter Numergy ?**

**B. R. :** Alors que la révolution du numérique bat actuellement son plein, SFR, Bull et l'État via la Caisse des Dépôts et Consignations, ont décidé d'investir 225 millions d'euros pour créer une nouvelle entreprise, Numergy. Numergy a pour vocation de devenir la première centrale d'énergie numérique (ou plate-forme numérique) en France, avec une ambition européenne. Ses offres, disponibles depuis septembre 2012, sont commercialisées via un réseau de distributeurs dont SFR fait bien évidemment partie. Elles sont d'ailleurs déjà intégrées à notre catalogue de services. ■

#### Pour en savoir plus

**SFR Business Team**  
 Faire équipe avec vous

[www.sfrbusinesssteam.fr](http://www.sfrbusinesssteam.fr)

Et pour plus d'informations sur le *Cloud Computing*, rendez-vous sur la Business Room, pour retrouver des points de vue, vécus, expertises Télécoms et *Cloud* :  
[room.sfrbusinesssteam.fr](http://room.sfrbusinesssteam.fr)



**Jean-Yves TALLOIS**  
Directeur marketing,  
Unité d'Affaires Fleet Orange  
Business Services

### GPO Magazine : Quels sont les principaux enjeux des gestionnaires de flottes automobiles ?

**Jean-Yves Tallois :** Dans les grandes entreprises, la gestion des véhicules est une préoccupation majeure. Les directeurs financiers et gestionnaires de flottes sont notamment confrontés à l'augmentation constante des prix du carburant qui les incite à mener des réflexions approfondies sur les moyens à mettre en œuvre pour mieux gérer leur parc automobile et ainsi réduire les coûts. Ils sont également de plus en plus nombreux à s'interroger sur la gestion de leurs contrats de location longue durée et les moyens dont ils disposent pour mieux les piloter. Dans un cas comme dans l'autre, il leur faut connaître précisément l'usage qui est fait de leurs véhicules d'entreprise, sans pour autant être intrusif auprès du conducteur.

### GPO Magazine : Comment connaître précisément l'usage d'un véhicule d'entreprise ?

**J.-Y. T. :** Le gestionnaire de parc a besoin de récupérer des informations relatives au temps d'utilisation des véhicules de son entreprise, sans pour autant imposer aux conducteurs des outils de géolocalisation. D'où l'intérêt des boîtiers embarqués. Ces systèmes leur permettent de récupérer des informations grâce auxquelles ils mettront en œuvre des plans d'action. Ils pourront notamment faire un rapprochement entre les kilomètres réels parcourus par chacun des véhicules et les prises de carburant réalisées par cartes carburant. Ils peuvent ainsi mieux contrôler la consommation en carburant de chaque véhicule et maîtriser les dépenses. Ces

## La fiabilité des données flottes automobiles revisitée par Orange

La gestion optimisée des flottes automobiles devient une priorité pour toutes les entreprises. Jean-Yves Tallois, directeur marketing, Unité d'Affaires Fleet Orange Business Services, revient sur cet enjeu et sur les solutions dont les entreprises disposent pour mieux le maîtriser.

boîtiers permettent également de faire un rapprochement entre les kilomètres parcourus et la consommation de pneumatiques, de manière à en optimiser la gestion. Enfin, avec ce système, les gestionnaires de parc pilotent beaucoup plus précisément leurs contrats de location. En améliorant leur visibilité sur les kilomètres parcourus par chacun des véhicules, ils peuvent en équilibrer l'usage et éviter ainsi de se retrouver en fin de contrat avec des surplus de kilomètres.

### GPO Magazine : Les entreprises ont-elles consciences des bénéfices de ces boîtiers ?

**J.-Y. T. :** Elles commencent d'autant plus à s'y intéresser qu'avec de tels boîtiers, nous levons le frein social lié aux systèmes de géolocalisation. Le système remonte seulement les informations de roulage dont le gestionnaire a besoin pour piloter sa flotte. Ainsi, France Télécom a démarré l'équipement de son parc automobile, ce qui représente plusieurs milliers de véhicules à installer en 2 ans !

### GPO Magazine : Les PME ont-elles les mêmes problématiques ?

**J.-Y. T. :** En effet, les PME ont exactement les mêmes problématiques que les grands comptes en matière de gestion de flotte automobile. Néanmoins elles sont beaucoup moins réfractaires aux boîtiers de géolocalisation qui embarquent également un GPS de navigation connecté. Cet outil leur permet en effet de mieux interagir avec les conducteurs, et d'optimiser leur planning jusqu'au dernier kilomètre. Il permet également d'intervenir en temps réel sur certains chantiers et de gagner en réactivité sur, par exemple, un dépannage ou une livraison, renforçant ainsi la qualité de leur service client. Par ailleurs, ce système améliore le suivi et

### L'offre Fleet Performance d'Orange se décline en :

- ▶ Fleet Performance Gestion de Parc (sans géolocalisation)
- ▶ Fleet Performance Navigation Connectée
- ▶ Fleet Performance Eco-Conduite

Cette offre fonctionne sous la forme d'un abonnement mensuel qui intègre l'ensemble de la prestation (dont les boîtiers) ainsi que l'accès à un portail web pour visualiser les informations.

la gestion de leurs interventions et donc, optimise leurs facturations.

### GPO Magazine : Le boîtier embarqué est-il aussi utile à l'éco-conduite ?

**J.-Y. T. :** Pour commencer, les offres d'éco-conduite doivent obligatoirement associer une formation éco-conduite au suivi du comportement de conduite. Les offres de suivi éco-conduite sont basées sur le suivi du comportement du conducteur et de son véhicule (accélérations, efforts et vitesse de freinage, virages dangereux...). L'analyse de ces informations (qui peuvent être remontées *via* le boîtier embarqué intégrant un accéléromètre) permet, sur un portail web, une visualisation par l'entreprise et le conducteur afin de suivre dans le temps le comportement de conduite. Une telle démarche contribuera à des comportements de conduite plus responsables et sécurisés, ainsi qu'à une meilleure maîtrise des dépenses liées à l'usage du véhicule. ■

#### Pour en savoir plus

Business  
Services



info.fleetdgc@orange.com  
[www.orange-business.com/fleet](http://www.orange-business.com/fleet)



**Olivier FAURA**  
Directeur marketing et communication  
du Groupe Everial

## Everial : La dématérialisation rend les entreprises plus productives

Olivier Faura, directeur marketing et communication du Groupe Everial, revient sur les différents bénéfices de la dématérialisation des factures pour les entreprises, et les clés du succès de tels projets.

### GPO Magazine : À quels défis répond la dématérialisation des factures ?

**Olivier Faura :** Les flux des documents entrants, circulants et sortants dans les entreprises ne cessent de croître. Or, la plupart de ces flux concernent les factures. Le traitement des factures fournisseurs occupe 30 % du temps du service comptabilité et coûte entre 12 et 16 € par facture. L'automatisation de ces flux contribue à en diminuer les coûts de traitement et à en accélérer les processus de gestion y compris la résolution des litiges, tout en améliorant la traçabilité comptable. Concernant les factures clients, leur coût de traitement est compris entre 7 et 8 €. La loi du 13 mars 2000 autorise leur dématérialisation et leur archivage dans des coffres-forts électroniques à valeur probante. Cette automatisation contribue à la diminution du coût de traitement de ces factures de près de 40 %.

### GPO Magazine : La dématérialisation répond également aux défis organisationnels des entreprises ?

**O. F. :** En effet, 50 % des coûts des factures fournisseurs sont liés aux opérations de saisie et de validation. Avec la déma-

térialisation, ils sont diminués de plus de 60 % et les temps de traitement de 80 % ! La dématérialisation permet également de réduire les erreurs de saisies et d'uniformiser les processus comptables et de validation. D'autre part, elle simplifie l'accès aux données de facturation. Elle contribue ainsi au respect des règles de paiement offrant aussi à l'entreprise l'opportunité de négocier de meilleurs escomptes avec ses fournisseurs. Enfin, elle permet d'accroître l'activité sans alourdir les charges en ressources humaines.

### GPO Magazine : Comment Everial accompagne les entreprises dans les projets de dématérialisation des factures ?

**O. F. :** En qualité de prestataire de services nous les accompagnons dans la mise en place de leur projet et nous leur proposons des solutions externalisées pour tout ou partie de dématérialisation des factures fournisseurs et clients. Nous intervenons en amont, dans la phase de conseil, voire de réorganisation. En effet, pour que la mise en œuvre d'un tel projet soit efficace et conduite à la performance de l'entreprise, il est important d'impliquer les équipes. Nous cartographions les processus existants, préconi-

sons des améliorations de flux et réalisons la conduite du projet avec l'équipe client. Enfin, nous les accompagnons dans la mise en place d'un système de dématérialisation adapté à leurs problématiques métier.

### GPO Magazine : Quels systèmes de dématérialisation des factures fournisseurs êtes-vous amenés à préconiser ?

**O. F. :** En externalisation partielle, nous mettons en œuvre chez le client des solutions de scanérisation professionnelles, simples et économiques. Nous récupérons ensuite les images pour les traiter et générer les flux. Hors site, les factures fournisseurs arrivent directement sur notre centre de numérisation où nous les traitons depuis l'ouverture du courrier jusqu'à l'intégration des données extraites post-numérisation dans le système comptable des entreprises, et dans la mise en place de workflow de validation selon les règles métiers de chaque entreprise.

### GPO Magazine : Quelle est la valeur ajoutée d'Everial sur ce marché ?

**O. F. :** Everial est une entreprise industrielle à taille humaine. Nous savons nous adapter à tous types et tailles de projets. Par ailleurs, Everial dispose de l'offre de services la plus large du marché pour le traitement et la gestion du document tout au long de son cycle de vie. Enfin, avec plus de 5 500 clients, nous couvrons tous les secteurs d'activité. ■

#### Cas concret

#### Dématérialisation des factures : des bénéfices rapidement identifiables

Une PME spécialisée dans la location de matériel pour le secteur du BTP a choisi Everial pour l'accompagner dans la réorganisation du traitement de ses factures clients. L'entreprise, qui dispose de 70 agences, émet près de 2 000 factures par jour. Elle a donc profité du changement de son système comptable pour passer à la dématérialisation. « *L'entreprise entendait externaliser l'édition et l'expédition de ses factures clients sous format papier et mettre en place un système d'archivage électronique à*

*valeur probante pour les doubles*, précise Olivier Faura. *Nous l'avons accompagnée de bout en bout dans la mise en œuvre de ce projet : traitement éditique, coffre-fort électronique, automatisation des flux, ... ». Ce projet a conduit à une réduction de 40 % des coûts liés à l'édition et à l'archivage des doubles des factures, désormais électroniques, et de 30 % sur la partie impression, mise sous pli et envoi des factures aux clients. La gestion des litiges a par ailleurs gagné en efficacité et en qualité. ■*

#### Pour en savoir plus

**EVERIAL**  
CRM & BUSINESS PROCESS OUTSOURCING

N°Azur : 0811 23 12 12

e-mail : [contact@everial.com](mailto:contact@everial.com)

[www.everial-crm.com](http://www.everial-crm.com)



**Emmanuel OLIVIER**  
Directeur Général d'Esker

## Esker donne de la valeur à vos flux de documents

Plutôt que de subir la loi du papier et des documents à traiter manuellement, toute entreprise a intérêt à se tourner vers la dématérialisation et l'automatisation de ses flux. Emmanuel Olivier, Directeur Général d'Esker, nous explique pourquoi.

**GPO Magazine :** Tout d'abord, pouvez-vous nous présenter les principales activités d'Esker ?

**Emmanuel Olivier :** Nous sommes spécialistes des solutions de dématérialisation et de gestion des documents et nous aidons les entreprises dans l'automatisation de tous leurs flux documentaires.

Esker propose aux entreprises des logiciels et des services à la demande permettant d'automatiser et de dématérialiser la réception et l'envoi de tous leurs documents : factures fournisseurs et clients, bons de commandes, lettres de relances, bulletins de paie, courriers commerciaux et marketing...

Tous les canaux de diffusion peuvent être utilisés : courrier, fax, e-mail ou encore SMS. Pour cela, nous proposons deux technologies : la solution logicielle, et, depuis 2005, le modèle *Cloud* et *SaaS (Software as a Service)* qui prend de plus en plus d'importance.

**GPO Magazine :** Quels avantages une entreprise peut-elle trouver dans la dématérialisation ?

**E. O. :** Par la réduction des coûts de papier et l'augmentation de la productivité, la dématérialisation permet des économies immédiates. Mais au-delà de ce premier bénéfice évident, c'est la performance globale de l'entreprise qui s'améliore.

L'automatisation des saisies permet d'éviter les erreurs coûteuses et préjudiciables pour la qualité de service, et la dématérialisation des flux permet d'aller plus loin, par exemple en matière de marketing, en personnalisant la relation client.

**GPO Magazine :** Comment se passe la mise en place d'un processus qui bouleverse forcément les habitudes de l'entreprise ?

**E. O. :** Nous commençons par un état des lieux avec notre client. Après avoir défini les problématiques à résoudre, nous proposons un plan de mise en œuvre et de réalisation. Le facteur humain étant essentiel, des actions d'accompagnement et de formation sont également mises en place.

**GPO Magazine :** Est-ce que la dématérialisation est réservée aux grands flux et aux grosses structures ?

**E. O. :** Nous aidons les entreprises à dématérialiser et à automatiser en même temps. Nos solutions s'appliquent tant pour des problématiques simples que pour des réalisations sophistiquées dans de grands groupes internationaux, mais aussi pour des PME. Se lancer dans la dématérialisation peut se faire progressivement. Je conseille souvent de commencer soit par un document précis, la facture sortante par exemple, soit par un seul site de travail. Il sera toujours temps ensuite de généraliser le processus, en tenant compte du feedback des premiers utilisateurs.

**GPO Magazine :** Est-ce que la mise en œuvre de ces solutions coûte cher ?

**E. O. :** L'entreprise peut en maîtriser le coût en permanence, puisque la facturation se fait au document consommé, sur la base d'une volumétrie annuelle. Et l'entreprise est assurée d'être à jour, puisque nous suivons les évolutions sur les documents réglementés, tant en matière de signature électronique ou encore de durée d'archivage.

### En quelques mots

Fondée en 1985, Esker a son siège et son département Recherche et Développement à Lyon.

Les 2/3 de son chiffre d'affaires sont réalisés à l'étranger, et notamment aux États-Unis. Esker compte en effet de grandes entreprises internationales parmi ses clients, mais aussi beaucoup de PME, de plus en plus intéressées par des solutions conjuguant réduction des coûts et augmentation de la performance économique.

**GPO Magazine :** Quelle est la bonne approche en matière de dématérialisation ?

**E. O. :** La spécificité d'Esker est de considérer la problématique de manière globale, en traitant l'ensemble des flux de l'entreprise, qu'ils soient sous forme papier ou dématérialisés. L'approche n'est pas uniquement technique, mais il s'agit bien de résoudre une problématique globale en faisant adhérer tous les collaborateurs à la solution. Choisir de communiquer par e-mails pour ensuite les imprimer systématiquement n'aurait aucun sens ! ■

### Pour en savoir plus



**ESKER SA**

10 rue des Émeraudes  
69006 Lyon - France

Tél : +33 (0)4 72 83 46 46

Fax : +33 (0)4 72 83 46 40

E-mail : info@esker.fr

[www.esker.fr](http://www.esker.fr)





**Roxane REHAHLA**  
Consultante marketing  
direct International  
chez DHL Global Mail

## DHL Global Mail accompagne les entreprises à l'export

Dans le cadre de ses différentes missions, DHL Global Mail propose son savoir-faire et son expertise pour aider les entreprises qui souhaitent se développer à l'export. Une compétence particulièrement reconnue sur le marché allemand.

### GPO Magazine : Comment se porte le marché de la vente à distance en Allemagne ?

**Roxane Rehahla** : En Allemagne, le marché de la vente à distance est très mature. Il ne faut pas oublier que l'Allemagne est un pays où la vente par correspondance s'est développée depuis de nombreuses années et où le e-commerce connaît également des taux de croissance importants (+ 8.2 % en 2011). Par ailleurs, l'Allemagne offre encore de nombreuses opportunités de business dans la vente à distance, notamment parce que certains consommateurs ne sont pas encore totalement

convaincus par la sécurité des échanges commerciaux transfrontaliers.

### GPO Magazine : Quels sont les spécificités du consommateur allemand ?

**R. R.** : Le consommateur allemand a constamment besoin d'être rassuré. En Allemagne, une campagne de marketing direct efficace passe par une approche pédagogique, surtout quand le produit vendu vient de l'étranger. Il faut également être particulièrement vigilant aux messages diffusés dans le cadre des mailings. En effet, les associations de défense des consommateurs locales sont très actives. En termes de réglementation

sur les retours, les Allemands ont jusqu'à 15 jours pour renvoyer leur marchandise achetée par correspondance (contre 7 jours en France). Ils n'hésitent donc pas à commander le même produit en plusieurs tailles ou couleurs avant de renvoyer ce qui ne convient pas. En ce qui concerne le mode de paiement, les internautes allemands effectuent leur paiement par virement bancaire, à réception de la facture, contrairement aux consommateurs français qui règlent leurs achats dès la commande.

Enfin, le recrutement de nouveaux clients dans ce pays passe beaucoup par la presse (achat d'espaces, encarts...) tandis que le on-line (emailings,...) fonctionne bien pour tout ce qui a trait aux opérations de fidélisation... Autant de spécificités qu'il convient de prendre en compte lorsqu'une entreprise souhaite se développer en Allemagne.

### GPO Magazine : Une démarche dans laquelle DHL Global Mail propose de les accompagner ?

**R. R.** : DHL Global Mail a pour vocation d'accompagner les entreprises tout au long de leur développement, et dès la phase d'implantation, sur des marchés tels que l'Allemagne, en apportant du conseil et des prestations de marketing direct adaptés aux spécificités locales. Nous avons, de cette manière, accompagné Atlas For Men lors de son développement en Allemagne. ■

## Trois questions à Anne Ducret

Chef de groupe Marketing Allemagne chez Atlas For Men



Anne DUCRET

### GPO Magazine : Pourquoi avoir choisi l'Allemagne pour initier votre développement à l'international ?

**Anne Ducret** : Atlas for Men est une société française spécialisée dans la vente à distance (catalogue et Internet) de vêtements et d'accessoires outdoor pour hommes (chiffre d'affaires : 100 millions d'euros). C'est donc naturellement, et au regard de la maturité et des potentialités du marché allemand en matière de VAD, que nous avons choisi ce pays en 2008 pour nous lancer à l'international.

Global Mail nous conseille ainsi sur le choix des supports dans lesquels nous communiquons. En 2011, DHL Global Mail a également géré l'envoi de 5 millions de catalogues et assuré l'expédition de 700 000 colis auprès de 250 000 clients.

### GPO Magazine : Quelles raisons ont motivé votre choix pour DHL Global Mail ?

**A. D.** : Filiale de la Deutsche Post, nous sommes assurés de la qualité de l'acheminement de nos catalogues et colis. D'autre part, nous apprécions la proximité client que la société nous propose au travers de sa filiale française, ainsi que les conseils délivrés en matière de marketing direct sur le marché allemand, mais également autrichien et suisse. ■

### GPO Magazine : Quel est le rôle de DHL Global Mail ?

**A. D.** : Nous nous appuyons sur DHL Global Mail aussi bien pour le recrutement de nouveaux clients que pour l'acheminement de nos colis. En matière de recrutement, DHL

### Pour en savoir plus



[www.courrier-conseil-colis.fr](http://www.courrier-conseil-colis.fr)  
[info@dhl-globalmail.fr](mailto:info@dhl-globalmail.fr)



**Marie-Line TIMSIT**  
Directrice Commerciale  
de « Paragon Points de Vente »

## Paragon met son expertise au service du marketing des entreprises

Paragon capitalise sur son savoir-faire historique lié à l'impression pour proposer aux entreprises en mode franchisé ou organisées en réseau de vente, un portail de communication marketing web2print multi-canal, pour accroître son chiffre d'affaires.

**GPO Magazine : Quels sont les différents domaines d'expertise de Paragon ?**

**Marie-Line Timsit :** Le cœur de métier historique de Paragon s'articule autour de la fabrication, le stockage et la distribution de documents imprimés. (cartes de visites, têtes de lettre, factures, bon de livraisons, pochettes, ...) pour des entreprises de toute taille. Parallèlement à cette activité, Paragon a développé depuis plusieurs années une large gamme de services technologiques, spécifiques et tournés vers les différents métiers de l'entreprise : organisation complète d'élections DP/CE sur supports papier comme Internet, solutions de dématérialisation (numérisation, vidéo-codage, GED...) comme de rematérialisation de documents (envoi de courriers égrénés, avis d'échéances, factures, convocations, etc.), des services de pure logistique e-commerce B2B comme B2C, mais également des services complets de marketing direct dédiés aux points de vente.

**GPO Magazine : Justement, quels services proposez-vous plus spécifiquement aux entreprises qui disposent de plusieurs points de ventes ?**

**M.-L. T. :** Nous leur proposons de les accompagner et de prendre en charge, via des solutions web performantes, la déclinaison locale de la communication de leur marque, sur tous supports, matériels comme immatériels (PLV, affiches, courriers, tracts, goodies, emailings, sms, spots radio, etc.). Notre accompagnement démarre dès la phase de recensement des moyens de communication avec la direction marketing de l'entreprise, jusqu'à la mesure du retour sur investissement de leurs campagnes, au niveau local.

**GPO Magazine : Concrètement, quels moyens mettez-vous à leur disposition ?**

**M.-L. T. :** Nous entendons délivrer à nos clients une solution clés en main. Nous mettons ainsi à leur disposition un portail web2print, simple d'utilisation et rapide à déployer. À travers ce portail de communication à 360°, l'entreprise met à disposition de ses différents points de vente les différents thèmes de communication en relation avec les campagnes nationales. À charge ensuite pour le point de vente de s'approprier ses thèmes, d'en personnaliser le contenu « variable » et de les décliner sur un ou plusieurs supports de communication. Nous nous appuyons alors sur la puissance de la Supply Chain de Paragon pour délivrer ce support dans des délais courts et fiables, sur les points de vente ou directement dans les boîtes aux lettres de leurs clients ou prospects. Cette prestation répond aux besoins des petites comme des grandes entreprises. Prenons l'exemple de l'un de nos clients constructeur automobile qui se sert de notre portail pour lancer, auprès de son réseau de concessionnaires, l'ensemble de ses opérations de marketing telles que l'organisation de journées portes ouvertes. Chaque concession ou agent automobile peut ainsi, en son nom et en fonction de ses propres enjeux de dates comme de moyens, communiquer auprès de ses clients finaux comme de ses prospects, dans sa zone de chalandise, et générer efficacement et en quelques clics du trafic dans son point de vente et ainsi accroître son chiffre d'affaires.

**GPO Magazine : Et les avantages de cette solution pour les entreprises ?**

**M.-L. T. :** Cette approche fournit aux ordonnateurs de la visibilité sur les pratiques de communication de leurs

**Paragon en quelques chiffres**

- ▶ CA Groupe : 180 millions d'euros
- ▶ CA France : 115 millions d'euros
- ▶ 1 360 collaborateurs
- ▶ 20 localisations en Europe

points de vente. Elle contribue à diffuser rapidement, auprès de leur réseau de vente, tous les éléments nécessaires à la mise en place d'une campagne marketing locale. Elle leur permet également de s'assurer, à travers des communications mises à disposition sur le portail, que les mentions légales de l'entreprise et les chartes graphiques soient respectées. Par ailleurs, elle responsabilise leurs points de vente. Enfin, elle valorise l'apport de la direction marketing auprès du réseau de vente.

**GPO Magazine : Et pour les points de vente ?**

**M.-L. T. :** Avec ce portail, les points de vente bénéficient de campagnes de communication personnalisées, complètes (mailings, PLV, tracts, etc.) et prêtes à l'emploi. Ils ont ainsi la possibilité de créer une campagne multi-canal efficace en moins de 10 minutes et à moindre frais. Cette approche représente pour eux une véritable opportunité de booster leur chiffre d'affaires très rapidement. ■

Pour en savoir plus

**PARAGON**

Marie-Line Timsit

Ligne directe : 01 46 49 41 24

[ml.timsit@paragon-europe.com](mailto:ml.timsit@paragon-europe.com)

[www.paragon-points-de-vente.com](http://www.paragon-points-de-vente.com)



**Mathias GROSSMAN**  
Directeur Général Tétris France

## Tétris, acteur historique de l'aménagement de bureaux

Spécialisée dans l'aménagement de bureaux, Tétris capitalise sur l'expertise et le savoir-faire de ses collaborateurs pour répondre à tous les besoins des entreprises depuis la conception jusqu'à la réalisation de leurs espaces de travail.

**GPO Magazine : Quelle est la vocation première de Tétris ?**

**Mathias Grossman :** Spécialisée dans l'aménagement des espaces tertiaires, Tétris propose aux entreprises une offre globale intégrant toutes les prestations liées aux travaux d'aménagements, depuis le conseil et la conception jusqu'à l'assistance au transfert, en passant par la définition des plans, les prestations de second-œuvre ou encore l'aide au choix de mobilier. À cet effet, nous gérons l'ensemble des corps de métiers avec un engagement contractuel en termes de délais, de technicité et de budget. Pour simplifier l'ensemble des process liés à nos missions, nos clients disposent d'un interlocuteur Tétris unique qui le suit et l'assiste pendant toute la durée de son projet d'aménagement.

**GPO Magazine : Quelle est la légitimité de Tétris sur ce marché ?**

**M. G. :** Tétris est née du rachat en 2003 du fond de commerce de la société Damier, contractant général\*. Depuis cette acquisition, nous avons capitalisé sur l'expertise des collaborateurs qui ont une grande expérience de ce métier. Notre entrée en 2007 dans le groupe Jones Lang LaSalle, un des leaders mondiaux du conseil en immobilier d'entreprise, conforte notre positionnement marché et notre légitimité en qualité de contractant général et de conseil. Depuis 2010, nous nous attachons à développer notre présence à l'international. À ce jour, nous comptons des bureaux dans 16

villes de la zone EMEA. Une stratégie qui nous permet notamment d'accompagner les entreprises qui ont des projets hors de France et inversement.

**GPO Magazine : La force de Tétris repose également sur l'expertise de ses collaborateurs ?**

**M. G. :** En effet, tous nos cadres ont entre 15 et 20 ans d'expérience sur le métier d'aménagement d'espaces. D'ailleurs, le turnover est, chez Tétris, très faible. Nos collaborateurs ont acquis une forte culture des « clients utilisateurs », des PME aux grands groupes multinationaux. Ils sont répartis en différents départements selon un business model que nous dupliquons sur l'ensemble de nos bureaux, en France comme à l'étranger : bureau d'étude, direction commerciale, direction des travaux et ingénierie. Pour les marchés spécifiques, tels que l'hôtellerie ou le retail, nous avons également une équipe dédiée, avec des expertises particulières. Cette organisation et le savoir-faire de nos collaborateurs nous permettent aujourd'hui de bien appréhender les enjeux des entreprises en matière d'aménagement d'espaces de travail, et de leurs proposer des solutions sur-mesure. ■

\* Le Contractant Général propose à son client une offre clé en main qui comprend la conception des aménagements et la réalisation des travaux avec les assurances nécessaires.

### Réalisation concrète

#### De trois à deux immeubles pour une banque française

Depuis 2011, Tétris accompagne une filiale banque de détail d'un grand groupe bancaire français, dans l'optimisation de ses espaces de travail. « Ce client avait alors une double problématique, explique Mathias Grossman. Il entendait libérer l'un des 3 immeubles qu'il occupait dans un quartier d'affaires de Paris pour rationaliser ses coûts, tout en améliorant le confort de ses collaborateurs ». En collaboration avec la direction architecturale de ce client, Tétris a commencé à travailler sur l'étude du projet et l'audit de l'existant puis a défini un plan d'aménagement des espaces et un chiffrage. La phase suivante, de transfert et de mobilité des salariés pendant les travaux, fut particulièrement délicate à mener. « Ce projet qui concernait plus de 800 personnes, a conduit à 1 500 mouvements, précise Mathias Grossman. Notre mission consistait notamment à

réduire les impacts de ces mouvements sur le quotidien des collaborateurs. Nous avons à cet effet travaillé en étroite collaboration avec certaines de leurs équipes internes, tel que le service informatique ». Maître d'œuvre des travaux, Tétris s'est également occupé du réaménagement des espaces, du pilotage et de la réalisation des travaux : climatisation, ventilation, courant fort, courant faible, réfections des sols et des murs, pose de faux plafonds et de cloisons... « Ces travaux et ces réaménagements ont permis de rationaliser l'espace de travail des collaborateurs tout en leur garantissant un confort de travail supplémentaire », ajoute Mathias Grossman. La banque de détail a pu ainsi libérer près de 5 000 m<sup>2</sup> de bureaux qu'elle avait en location et s'affranchir des coûts qui y étaient associés tant au niveau des loyers que des charges. ■

#### Pour en savoir plus



**tétris**  
DESIGN & BUILD



Immeuble Le Berkeley  
19/29 rue du Capitaine Guynemer  
92903 Paris La Défense Cedex  
L.D : +33 (0)1 49 00 32 51  
e-mail : [mgrossman@tetris.fr](mailto:mgrossman@tetris.fr)  
[www.tetris.fr](http://www.tetris.fr)