

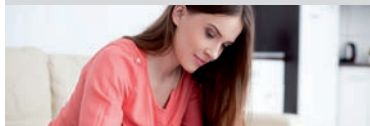
connexion

la newsletter d'Atos Consulting

04

p. 2 ► Actualité
Organisation

Le télétravail, un nouvel usage
aux enjeux multiples



p. 4 ► Actualité
Stratégie

Le réseau social d'entreprise,
nouvel espace de liberté ?



p. 5 ► Actualité
Stratégie

Les nouveaux territoires
de la banque



p. 6 ► Marché
Stratégie

Réinventer le modèle de gestion
de l'eau



sommaire - juillet 2013

Édito

Un monde de mutations

par **Éric Lévy-Bencheton**, Executive Partner, Atos Consulting France



Les idéogrammes chinois nous enseignent que la crise allie deux notions en apparence antinomiques : le danger et l'opportunité. Ce nouveau numéro de *Connexion* est consacré à ce second terme, qui incite à l'adaptation et l'innovation tout en promettant de nouveaux espaces à conquérir.

Nous abordons ainsi **le développement du télétravail**, qui traduit la volonté des collaborateurs de mieux maîtriser leur temps et leur organisation dans une perspective d'équilibre entre vie professionnelle et personnelle. Face aux

impacts culturels, managériaux, organisationnels et technologiques d'un tel changement, des solutions émergent, notamment à la lumière des observations de nos clients et de la propre expérience du groupe Atos.

Le télétravail n'est qu'un aspect d'une transformation plus large des grandes organisations privées et publiques, où la collaboration se généralise au sein de l'entreprise étendue, où la rencontre physique n'est plus la modalité majoritaire d'échange. Nous voyons dans

« Le télétravail n'est qu'un aspect d'une transformation plus large des grandes organisations privées et publiques. »

le développement des Réseaux Sociaux d'Entreprise (RSE) une des solutions à même de répondre au besoin de partage et de recherche d'informations.

Ces évolutions impactent tout particulièrement **le monde de la banque**, qui, poussé par l'avènement des espaces digitaux, réinvente ses modèles opérationnels et ses relations avec ses clients, et recherche dans le même temps de nouveaux territoires d'offres.

Enfin, nous nous intéressons à **la gestion de l'eau**, qui connaît actuellement une profonde mutation. De nombreuses collectivités locales optent en effet pour une gestion directe afin de s'approprier la maîtrise stratégique de cette ressource de base mais ô combien sensible, et qui nécessite un traitement industriel.

Ces sujets complexes, riches et passionnants nécessitant des articles approfondis, nous avons quelque peu bousculé le format de *Connexion*, et déjà nous avons entamé la réflexion concernant notre numéro de rentrée. Car la période qui s'ouvre est aussi celle de la réflexion et de la mise en perspective !

Nous vous souhaitons de bons congés estivaux et vous donnons rendez-vous à la rentrée !

actualités

Ascent Journey 2016

Un regard sur le monde de demain

Document élaboré par la Communauté Scientifique d'Atos, *Ascent Journey 2016 : Enterprise without boundaries* étudie comment les tendances en termes de démographie, de développement économique durable et de mondialisation influenceront sur nos modes de vie et l'innovation des entreprises, et donneront naissance à de nouveaux modèles de croissance.

Cette étude prospective est disponible sur le site web d'Atos et sur tablettes Apple et Android.

>> [Télécharger l'application](#)

Rapport annuel 2012

Découvrez dans son rapport annuel comment le Groupe continue à bâtir une entreprise européenne compétitive et d'envergure mondiale, et comment Atos aide ses clients à anticiper les tendances qui façonneront l'avenir.

L'application du Rapport annuel est disponible sur tablettes Apple et Android.

>> [Télécharger l'application](#)

Pour plus d'informations, visiter >>

fr.atosconsulting.com

▶ Actualité

Organisation

Le télétravail, un nouvel usage aux enjeux multiples



© Bartłomiej Szewczyk - Fotolia.com

Alors que le télétravail se développe, ses dimensions culturelles, managériales, organisationnelles et technologiques restent diversement appréhendées. Fort de sa propre expérience pionnière, Atos aide les entreprises à réussir cette mutation.

En 2009, le Conseil d'analyse stratégique prévoyait que le télétravail concernerait 50 % des actifs à l'horizon 2015. Dans son rapport « Du télétravail au travail mobile », le député Pierre Morel A l'Huissier voyait dans le télétravail « une opportunité unique pour améliorer la productivité globale de notre pays, tout en répondant aux aspirations profondes de nos concitoyens de maîtriser leur temps et leur liberté d'implantation ». De fait, l'essor du télétravail s'accélère et concerne désormais 16,7 % des salariés français, loin toutefois des pays anglo-saxons ou scandinaves (entre 20 % et 35 %). Quand son développement et sa pratique sont

correctement maîtrisés, le télétravail apporte de nombreux bénéfices tant pour le télétravailleur que pour son employeur, ou même la société dans sa globalité :

- ▶ amélioration de l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle,
- ▶ augmentation de la productivité,
- ▶ amélioration des conditions de travail,
- ▶ désengorgement des transports, réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Des évolutions profondes

Toutefois, le télétravail génère des changements d'organisation souvent beaucoup plus profonds qu'initialement envisagé. De fait, de nouveaux

Le télétravail constitue un des aspects des nouveaux usages qui, progressivement, concernent toutes les entreprises.

projets se greffent autour de la mise en place du télétravail - projets dont la nature change selon que le télétravail est principalement motivé par des raisons économiques, de bien-être, de productivité, etc. On observe également des projets de réaménagement de l'espace de travail, de façon à l'adapter aux besoins des télétravailleurs lorsqu'ils sont présents dans les locaux. C'est, par exemple, le cas du groupe Atos en France dont le site de Bezons a été conçu dans cette perspective.

L'organisation du travail, les modes de coopération, sont en train de changer profondément. Le télétravail constitue un des aspects de ces nouveaux usages qui, progressivement, concernent toutes les entreprises. La formidable évolution des outils et des technologies, qui permettent maintenant de travailler partout, n'importe quand, explique largement ce phénomène.

Chez Atos, une orientation stratégique

Chez Atos, le télétravail est une composante clef d'un vaste programme de transformation, d'excellence et d'innovation décidé au plus haut niveau. Le déploiement du télétravail au sein du Groupe renvoie non seulement à un enjeu de management, mais aussi à des enjeux d'ordre :

- ▶ **économique** : réduction des frais de transport et immobiliers, gains de productivité, réduction de l'absentéisme ;
- ▶ **social et humain** : amélioration des conditions de travail, attractivité vis-à-vis des jeunes, fidélisation des collaborateurs ;
- ▶ **environnemental** : réduction des émissions de CO₂ (par la diminution des trajets professionnels) ;

- **managérial** : nouveau rapport au travail et nouveau modèle managérial fondé sur la confiance et l'autonomie ;
- **innovation** : adoption d'un mode d'organisation du travail plus innovant et utilisation des meilleures solutions technologiques au service du déploiement du télétravail et du travail collaboratif.

Une expérience réussie et répliquée

Une démarche structurée et accompagnée a permis de lancer la dynamique chez Atos et de confirmer le bilan très positif du télétravail auprès des télétravailleurs :

- **diagnostic et préconisations** : juridique, métiers, organisationnel, technologique, et économique ;
- **préparation** : outils, processus, accord Télétravail ;
- **pilote** : 4 mois, 60 personnes ;
- **déploiement** : cadencé sur 3 trimestres de 2010 à 2011.

Après la signature en 2010 d'un premier accord Télétravail d'une durée de deux ans, le télétravail est devenu une pratique importante chez Atos France. Elle concerne 20 % des effectifs de la région parisienne et 10 % du personnel en région, soit 1400 personnes au total. Un nouvel accord a été négocié avec les organisations syndicales et reconduit en 2012, portant le taux de télétravailleurs à 14 % des effectifs en France. Fort de cette expérience et de nos savoir-faire en matière de solutions technologiques et de conseil en organisation et management, Atos Consulting a pu répliquer cette démarche auprès de ses clients. Des enseignements et des facteurs clés de succès ont pu être identifiés (*voir tableau ci-dessous*).

Une offre technologique adaptée

Atos met à disposition de ses collaborateurs plusieurs outils leur permettant de prolonger leur activité, quels que soient leur localisation et le terminal utilisé : dématérialisé, le poste de travail peut en effet être utilisé sur un ordinateur personnel, un ordinateur professionnel, une tablette, etc.

Grâce à l'acquisition de la société *blueKiwi* en avril 2012, Atos dispose d'une des meilleures solutions de réseau social d'entreprise du marché. Celle-ci permet notamment aux collaborateurs de travailler à distance, en mode projet, avec leur équipe : il est possible de poster des documents, de procéder à des échanges (collectifs ou individuels) de façon synchrone ou asynchrone, de travailler à plusieurs sur un document, d'y intégrer des commentaires, etc.

L'irruption des outils personnels dans le monde du travail - le phénomène *Bring Your Own Device (BYOD)* - semble constituer un mouvement de fond avec lequel les entreprises doivent par ailleurs compter. S'il peut être tentant d'interdire, pour de compréhensibles raisons de sécurité, l'utilisation d'un ordinateur ou d'une tablette personnelle à des fins professionnelles, il est possible d'en faire une opportunité. C'est cette voie qu'Atos a résolument choisie : l'utilisation des outils personnels est autorisée - voire encouragée.

S'appuyant sur sa propre expérience, Atos a bâti une offre à destination de clients désireux d'adopter cette vision numérique afin de les aider à redéfinir leur stratégie collaborative, à s'organiser pour accompagner les métiers et à mettre en place des solutions innovantes telles que les réseaux sociaux pour animer leurs

UN REGARD PROSPECTIF

La transformation profonde du mode d'organisation du travail dans sa nature et son mode d'exécution est lancée. Le Flex office, aménagement de nouveaux environnements de travail flexibles et virtuels, se développe dans l'entreprise et à l'extérieur de l'entreprise ; les pratiques du télétravail voient émerger désormais des espaces tiers au bureau et au domicile (environ 8 % des télétravailleurs). Pour la première fois en France, ce sont les acteurs eux-mêmes qui font naître et vivre ces nouvelles possibilités de lieux de travail, qui stimulent la collaboration et le brassage multi-professionnel. C'est un mouvement irréversible, dont le mode de réalisation suivra l'évolution croissante des technologies pour atteindre un niveau dans l'entreprise tel qu'il rendra discriminant le télétravail à domicile et permettra à l'entreprise de justifier les ressources immobilières d'espaces tiers grâce aux économies réalisées sur les locaux de l'entreprise.

Nicole Turbé Suetens
Expert Télétravail

communautés internes. Des partenariats ont été scellés avec d'autres éditeurs de solutions de réseaux sociaux d'entreprise afin d'apporter à chaque client la réponse la mieux adaptée à ses besoins.

Pour plus d'information, contacter >>

cecile.delampl@atos.net

AMONT DU DÉPLOIEMENT

ACCOMPAGNEMENT DU DÉPLOIEMENT

- **Un sponsoring fort de la part de la Direction.**
- La négociation d'un **accord avec les partenaires sociaux.**
- **Un diagnostic amont auprès des managers.**
- **La formalisation du dispositif** et d'un guide structuré sur l'exercice du télétravail.
- **Des règles de fonctionnement** et un processus clair de candidature au télétravail.
- **Des consignes claires fournies aux managers** sur les critères d'éligibilité au télétravail.
- **Une réelle souplesse** dans la mise en œuvre par le choix proposé entre plusieurs formules.
- Un mécanisme de **suivi du dispositif.**
- **Une expérimentation** pour préparer les équipes RH et IT et roder les processus.
- **Des technologies adaptées** - plateformes collaboratives, réseaux sociaux, sécurité des données, visioconférence, ...

- **Le maintien du lien avec l'entreprise** retours sur le site/points managériaux réguliers.
- L'information et sensibilisation au dispositif notamment pour établir **la relation de confiance salarié-employeur**, socle du bon fonctionnement en télétravail.
- **Un dispositif de formations en e-learning**, dédié au télétravail, pour les managers et les télétravailleurs, complété par des formations présentielles.
- **Un accompagnement des managers** dans la gestion du management à distance.

► Actualité

Stratégie

Les nouveaux territoires de la banque

À l'image des télécoms, le secteur bancaire est en pleine révolution, la réduction des coûts s'accompagnant d'une redéfinition des modèles d'activité. Des stratégies relationnelles, de marque et d'offres innovantes s'apprentent à redessiner le paysage bancaire.

La banque de détail connaît actuellement une période de fortes évolutions sous les pressions conjuguées du marché (notamment au travers d'un renforcement de la réglementation), du renchérissement de leurs coûts (également induit par ces contraintes réglementaires) et de la modification du comportement et des attentes de leurs clients (qui basculent massivement des canaux traditionnels vers le digital).

La stagnation globale du PNB se traduit par concurrence accrue. Désormais, la lutte ne porte plus seulement sur la qualité relationnelle ou sur l'innovation produit, mais aussi sur le prix. En conséquence, des plans ambitieux de réduction des coûts sont partout en cours en France et en Europe (les Anglo-saxons semblent avoir effectué une partie de cette transition de manière plus rapide) pour des gains d'ensemble estimés à 10 % d'ici 2015.

Une évolution voisine des télécoms

Ces constats se retrouvent dans d'autres secteurs à forte dimension relationnelle, comme les télécoms qui, avant même l'arrivée de Free, avaient déjà pour impératif de réduire fortement leurs coûts. Or ces efforts, qui portent sur les infrastructures mais aussi sur la distribution, s'accompagnent de réflexions sur l'évolution de l'activité : mise en place de nouvelles logiques relationnelles (forte digitalisation des relations sans valeur ajoutée), segmentation en marques low cost/premium, investissements dans de nouveaux univers d'offres (contenus, services à domicile, santé...).

Ces trois axes stratégiques, concomitant de la réduction des coûts, nous les retrouvons dans l'élaboration de la banque de demain :

- **lancement de nouvelles marques** dans une logique de différenciation entre faibles

coûts de service/prix réduits et prestations haut de gamme ;

- **remise à plat du modèle relationnel**, avec en particulier une redéfinition du rôle des agences et une redistribution du maillage territorial qui peut/doit conduire à une nouvelle stratégie de distribution ;
- **exploration de nouveaux territoires d'offres** autour de nouvelles promesses (ma banque, partenaire de ma santé, de ma consommation au quotidien...).

Une stratégie relationnelle réinventée

En ce qui concerne la stratégie relationnelle, on assiste actuellement au recentrage du conseiller commercial sur les clients à forte valeur/fort potentiel (et uniquement ceux-ci) et au développement d'une offre de type self-care amélioré, qui passe par un univers digital complet et des agences réinventées. Celles-ci s'orientent vers un modèle de distribution spécialisée, mixant self-service (automates offrant une gamme étendue de services) et points de rencontres destinés aux rendez-vous entre des conseillers itinérants (ce personnel n'est plus affecté à l'agence) et certains clients à forte valeur.

Naturellement, cette redéfinition en profondeur ne va pas sans défis, qu'il faut anticiper :

- **le réseau** : pour une grande partie de la population, il demeure la pierre angulaire de la confiance, ce qui pose des questions sur la conquête des nouveaux clients et le maternage du portefeuille selon les objectifs de la banque (rentabilité par client, taux de détention, élasticité à l'attrition...), avec une nécessité de repositionner les forces marketing vers le monde du digital ;
- **la cross-canalité** : sa fluidité est un enjeu majeur, à l'instar de ce qu'on observe dans la distribution spécialisée, où le conseil humain, en face à face ou à distance, reste central dans la transformation



La stratégie relationnelle consiste à développer une offre de type self-care amélioré, qui passe par un univers digital complet (...)

(Suite)

de l'information en souscription et équipement ;

- ▶ **le volume relationnel** : l'intensification des relations (un contact par semaine sur le web, un contact par jour sur le mobile) va obliger la banque à se transformer en profondeur, aussi bien front que back-office.

Nouvelles marques, nouveaux positionnements

En ce qui concerne la stratégie de marque, on voit d'ores et déjà apparaître de secondes marques de grandes banques à réseau, au modèle relationnel complètement digital, et dont la différenciation est encore accrue par une tarification agressive et des services exclusifs (assistance à la tenue du budget, analyse de consommation...). Ces établissements permettent naturellement d'observer et d'adapter les parcours client dans un monde digital, et constituent une manière d'expérimenter la banque de demain.

Une offre qui s'élargit

En parallèle, la promesse de marque évolue vers de nouveaux univers. Par exemple, sous l'effet de la tendance de fond au déremboursement des prestations sociales, la banque peut porter une promesse de « Life Advisory » et proposer de manière packagée des produits de paiement, de crédit, d'assurance santé/prévoyance et d'accompagnement du 4^{ème} âge. Autre promesse possible : un positionnement de partenaire de la consommation au quotidien, où le banquier assiste son client dans la maîtrise de son budget, de son épargne et, par analyse comparée, dans l'optimisation financière de son « reste à vivre », tout en étant force de proposition sur les produits (crédit, épargne...).

Ces nouveaux territoires, que l'exploitation massive des données exogènes et endogènes à la banque permettra demain d'explorer (ce que les Anglo-saxons ont déjà implémenté sous l'appellation « Money Data »), ouvrent naturellement la voie à la proposition d'offres au-delà des produits de la banque elle-même, en orientant vers le client des informations partenaires contextualisées.

Le prochain positionnement de mon banquier ? Une question de confiance probablement...

Pour plus d'information, contacter >>

eric.levy-bencheon@atos.net

► Marché

Stratégie

Réinventer le modèle de gestion de l'eau

Service public local, la gestion de l'eau est aussi une filière industrielle lourde, et la tendance actuelle au retour à la gestion directe nécessite de mener de véritables programmes de transformation. Atos Consulting aide les collectivités à réussir ces projets et à préparer l'évolution de leur modèle.

En France, la gestion de l'eau potable et de l'assainissement est un service public local qui relève de la compétence des 36 000 communes (ou de leurs groupements). En leur qualité d'autorités organisatrices, celles-ci ont la direction « stratégique » du service. Sa gestion opérationnelle, en revanche, prend aujourd'hui deux formes :

- ▶ **la gestion déléguée** : l'exploitation du service est déléguée à un opérateur - généralement privé - via un « contrat de délégation de service public » ;
- ▶ **la gestion directe** : l'exploitation du service est opérée par la collectivité locale avec ses moyens propres (ce qui n'exclut pas un recours ponctuel à la sous-traitance).

La gestion directe, une tendance de fond

Alors que la gestion déléguée couvre actuellement 66 % de la population, on constate dernièrement un mouvement marqué et croissant vers la gestion directe avec la création de régies ou de sociétés publiques locales (SPL). 3 millions de Français environ sont ainsi passés à ce mode de desserte au cours des trois dernières années.

Les motifs de passage en gestion publique du service de l'eau varient selon les situations. Les collectivités locales qui choisissent ce mode de gestion invoquent toutefois quelques motivations communes : volonté de se réapproprier la maîtrise stratégique et technique du service, recherche du meilleur service à l'usager au prix

le plus juste, mise en œuvre d'une politique patrimoniale durable, développement de schémas de solidarité territoriale, installation d'un rapport de transparence et de confiance avec les citoyens en les associant à la gouvernance du service...

Après la régie Eau de Paris, opérationnelle depuis 2010, Bordeaux, Rennes et Nice se préparent d'ores et déjà à passer en gestion publique. D'autres grandes agglomérations sont en cours de réflexion et auront à engager, quel que soit le mode de gestion choisi, une transformation de leur modèle opérationnel.

Un service, des métiers

Or, la gestion de l'eau est une filière industrielle lourde. Les services de l'eau et de l'assainissement couvrent la production, l'acheminement et la distribution de l'eau potable ainsi que la collecte et le traitement des eaux usées et des eaux pluviales jusqu'à leur restitution dans les milieux naturels. Le cycle de l'eau fait intervenir de nombreux métiers : conduite des installations (ouvrages et réseaux), gestion du patrimoine technique, gestion des abonnés et usagers (souscription du service, relève des consommations, facturation, recouvrement, suivi relationnel...), gestion des interventions et des travaux sur les ouvrages et les réseaux, fonctions « support » traditionnelles... Passer d'une gestion déléguée à une gestion publique du service de l'eau et de l'assainissement est par conséquent une opération d'envergure, qui doit

Passer d'une gestion déléguée à une gestion publique du service de l'eau et de l'assainissement est une opération d'envergure, qui doit être appréhendée comme un projet de création d'activité industrielle.



© adlerc - Fotolia.com

être appréhendée comme un projet de création d'activité industrielle et « commerciale ».

Il s'agit donc de mettre en œuvre un véritable programme de transformation, qui abordera tous les aspects opérationnels : élaboration de la stratégie d'opérations (activités et système d'information), organisation du transfert de compétences entre le délégataire sortant et le nouvel exploitant, création administrative de la régie/SPL, conception et mise en œuvre des systèmes d'information supportant la planification stratégique et la conduite opérationnelle du service, élaboration des politiques patrimoniales et de tarification, passation des marchés de prestations pour les activités externalisées, organisation et aménagement des processus opérationnels, gestion des ressources humaines (reprise des personnels du délégataire, recrutements), communication auprès des abonnés/usagers, passation des conventions avec les organismes tiers...

Les facteurs de succès

Atos Consulting, qui accompagne les collectivités locales dans le cadrage et la mise en œuvre opérationnelle du programme de transition d'exploitation, a identifié les facteurs clés de succès :

- ▶ **forte anticipation du calendrier et du budget**, en tenant notamment compte de l'étendue des chantiers à mener et des délais liés aux procédures publiques ;
- ▶ **mise sur pied d'un programme de transformation** ;
- ▶ **cadrage et stabilisation des stratégies d'activités et système d'information** préalablement à la mise en œuvre opérationnelle du programme ;
- ▶ **mise en place anticipée d'une cellule RH** au sein de la régie/SPL ;
- ▶ **recrutement précoce d'un directeur** pour la régie/SPL.

Des modèles appelés à évoluer

Après avoir surmonté le défi technique du changement d'exploitation et satisfait à l'obligation de continuité de service, les autorités organisatrices seront très vite confrontées aux enjeux d'innovation technologique (plus difficiles à appréhender à l'échelle d'une collectivité) et de mutualisation des moyens en vue de bénéfices d'échelle. Elles seront donc rapidement amenées à ouvrir une réflexion sur l'évolution de leurs modèles opérationnel et économique. Le développement de nouveaux modèles d'organisation des services publics locaux, fondés sur des principes de « coopération transversale » et de « mutualisation ouverte » entre collectivités, est peut-être une voie à explorer, notamment en ce qui concerne les programmes de recherche et développement, les centres de contact, les approvisionnements et les achats.

Pour plus d'information, contacter >>

cedric.porco@atos.net
olivier.legendre@atos.net

À propos d'Atos

Atos SE (Société Européenne), acteur international des services informatiques avec un chiffre d'affaires annuel de 8,8 milliards d'euros et 76 400 collaborateurs dans 47 pays, fournit à ses clients du monde entier des services transactionnels de haute technologie, des solutions de conseil et de services technologiques, d'intégration de systèmes et d'infogérance. Grâce à son expertise technologique et sa connaissance industrielle, il sert ses clients dans les secteurs suivants : Industrie, Distribution & Services, Services Financiers, Énergie & Services Publics, Télécoms, Médias & Technologie, Secteur Public, Santé & Transports.

Atos délivre les technologies qui accélèrent le développement de ses clients et les aident à réaliser leur vision de l'entreprise du futur. Atos est le partenaire informatique mondial des Jeux Olympiques et Paralympiques. Le Groupe est coté sur le marché Eurolist de Paris et exerce ses activités sous les noms d'Atos, Atos Consulting & Technology Services, Atos Worldline et Atos Worldgrid.

Atos Consulting est le pôle conseil d'Atos Consulting & Technology Services du groupe Atos avec 6 500 consultants dans le monde.

Atos Consulting, conseil en management, est le partenaire des grandes transformations. Atos Consulting accompagne ses clients tout au long de la réalisation de leurs projets : de la définition de la stratégie jusqu'à la mise en œuvre des solutions.

Nos interventions couvrent cinq domaines :

- ▶ **Stratégie** : fusion-acquisition, stratégie post-intégration, diagnostic stratégique, plan de développement stratégique, plan de développement stratégique moyen terme, projet d'entreprise...
- ▶ **Organisation et processus** : audit organisationnel, benchmark de productivité, reengineering de processus...
- ▶ **Systèmes et technologies** : stratégie informatique, schémas directeurs, expression des besoins, sélection de progiciels, conception fonctionnelle et déploiement, assistance au démarrage...
- ▶ **Gestion des hommes** : conduite du changement, développement des compétences, management de la performance, formation, transformation de la fonction RH...
- ▶ **Coordination et gestion de projets** : pilotage, animation, assistance à maîtrise d'ouvrage...

Nos expertises

En plus d'une connaissance approfondie des marchés sur lesquels nous intervenons, nous nous appuyons sur des lignes d'expertises transverses, des centres d'excellence européens et des communautés de capitalisation des savoirs au sein du réseau global Atos Consulting :

- ▶ **Gestion de la relation client et Marketing**
- ▶ **Digital & Business Transformation**
- ▶ **Entreprise numérique et innovation collaborative**
- ▶ **Finance et pilotage de la performance**
- ▶ **Achat et Supply Chain Management**
- ▶ **Stratégie et Gouvernance des Systèmes d'Information**
- ▶ **Programmes de transformation complexes**
- ▶ **Ressources Humaines et Conduite du changement**

Ces lignes d'expertises et nos centres d'excellence permettent à nos clients de bénéficier de méthodologies éprouvées, d'échanges d'expériences et d'une vision internationale sur leurs préoccupations majeures.

Nos engagements

- ▶ **Donner à nos clients une longueur d'avance stratégique**
Anticiper les évolutions (marchés, clients, technologies, nouvelles concurrences...), recentrer la réflexion stratégique sur le client, construire des stratégies de croissance profitable par la création de valeur, l'innovation et la compétitivité.
- ▶ **Construire le socle de l'excellence opérationnelle**
Concevoir et mettre en œuvre une organisation simple et efficace, des processus opérationnels inspirés des meilleures pratiques, un système de management qui focalise toute l'organisation sur ses objectifs, une culture d'excellence qui traduit la stratégie au quotidien.
- ▶ **Faire de la technologie un atout**
Grâce à des systèmes adaptés et innovants, améliorer la productivité, réussir dans un environnement mondialisé, renforcer la collaboration, tirer le meilleur de toutes les ressources de l'entreprise, inventer les services et les modes opératoires de demain.
- ▶ **Faire de la motivation le moteur de la performance**
Orienter le management, la fonction RH et les efforts de conduite du changement vers un objectif premier : produire de la motivation à grande échelle. Réussir les grandes transformations par la prise en compte en amont des facteurs de motivation et d'adoption du changement.

nous contacter

Banque et Assurance

▶ **Éric Lévy-Bencheton**

eric.levy-bencheton@atos.net

Secteur Public

▶ **Yves Duplaix**

yves.duplaix@atos.net

Energy & Utilities

▶ **Frédéric Payer**

frederic.payer@atos.net

Retail

▶ **Laurent Gervais**

laurent.gervais@atos.net

Manufacturing & Services

▶ **Éric Hugny**

eric.hugny@atos.net

Transport

▶ **Xavier Hostein**

xavier.hostein@atos.net

Telecommunications, Media & Technology

▶ **Laurent Gervais**

laurent.gervais@atos.net

Régions

▶ **Éric Hugny**

eric.hugny@atos.net

connexion 04

Direction de la publication : Yves Duplaix (Atos Consulting), Marie Iserbijt, Goska Moll (Marketing France, Atos).

Rédacteur en chef : Yves Duplaix

Comité éditorial : Karine Cuney, Cécile Delamplé, Franck Emsallem, Olivier Legendre, Éric Lévy-Bencheton, Frédéric Maserati, Jean-Michel Menant, Jérôme Montfort, Erwan Penheleux, Cédric Porco (Atos Consulting).

Design : T2BH/Paris