

connexion

la newsletter d'Atos Consulting

05

p. 2 & 3 ► **Rencontre**
Stratégie
La technologie, levier de confiance, moteur de croissance



p. 4 ► **Sécurité**
Actualité
Libérer les usages par la sécurité



p. 5 ► **VeDeCoM**
Projet
VeDeCoM invente les transports du futur



p. 6 ► **Digital Store**
Actualité
Le digital renforce la compétitivité des magasins



p. 7 ► **Innovation**
Régions
Les « Rendez-vous de l'innovation » en régions



sommaire - novembre 2013

Édito

Les nouveaux territoires de la croissance

par **Guy Roulier**, Executive Partner, Atos Consulting France



Le concept de croissance et sa réalité sont aujourd'hui doublement contestés :

- d'un côté, par les faits, les dernières prévisions du Fonds Monétaire International faisant apparaître **une situation pour le moins contrastée**, avec un léger rebond des pays développés et un ralentissement significatif des pays émergents, ce qui est source de tensions et de risques pour le développement économique mondial ;
- de l'autre, par une remise en cause d'ordre social et culturel qui tend à **challenger le concept de croissance strictement productiviste** au profit d'une approche plus globale transparaissant dans la génération Millénaire.

« Atos Consulting aide les entreprises à explorer et à investir les nouveaux territoires de la croissance... »

Démentant les prévisions initiales, la croissance de l'économie française de 0,5 % au deuxième trimestre prouve que le potentiel demeure. Des rebonds sont possibles, **de nouveaux territoires de croissance existent** et Atos Consulting aide les entreprises à les explorer et à les investir.

Dans l'entretien qu'il nous a accordé,

Jean-Marie Simon, Directeur Général d'Atos France, explique comment l'industrie digitale, par sa capacité à revisiter les modèles métiers et à susciter de nouveaux usages, contribue à une dynamique de croissance. En particulier, **dans un monde numérique, la sécurité se doit d'être numérique**, et les progrès méthodologiques et technologiques en la matière contribuent directement à la confiance collective et donc à la croissance.

La croissance dépend également de la capacité à **repenser totalement ses modèles et le couple produits/services**, comme le fait VeDeCoM dans le domaine de la mobilité. Le numérique ne condamne pas le monde physique mais au contraire lui ouvre de nouvelles perspectives, à l'image du **magasin physique qui devient un « smart store »**. Enfin, loin de les désertifier, **la révolution digitale fait des territoires des lieux de croissance**. Les « Rendez-vous de l'innovation » en régions le prouvent et l'illustrent.

C'est ce message de confiance, d'espoir et d'audace, tel que nous le vivons au quotidien avec nos clients, que nous souhaitons partager avec vous pour ce cinquième numéro de *Connexion*.

actualités

Ressources humaines

Atos, une entreprise qui attire

Atos s'est classé deuxième du Palmarès Employeurs 2013 Regionsjob/L'Express, qui mesure la perception par le public de près de 1 000 entreprises françaises sur 27 critères de politique de gestion des ressources humaines comme la qualité managériale, la diversité ou les perspectives de carrière. Atos est particulièrement bien noté pour son ouverture aux jeunes talents.

19 novembre 2013

► EMC Forum 2013

Paris, Carrousel du Louvre

Atos sera partenaire du prochain EMC Forum, notamment consacré aux tendances métiers et aux orientations actuelles du Cloud. Au programme : rencontres, démonstrations et retours d'expérience.

[» Inscription](#)

20-22 novembre 2013

► Educatec Educatic 2013

Paris, Porte de Versailles

Atos présentera ses offres autour des Espaces Numériques de Travail et VideoSpace sur le stand E11.

[» Inscription](#)

Pour plus d'informations, visiter >>

fr.atosconsulting.com

► Rencontre

Stratégie

La technologie levier de confiance, moteur de croissance

Pressées de s'adapter à un monde en mutation, les entreprises et les administrations publiques se réinventent autour du numérique.

Jean-Marie Simon, Directeur Général d'Atos France, rappelle la vocation d'Atos à être partenaire de cette transformation et incite à la confiance, clef de la réussite.



© Atos

Quelle analyse faites-vous de la situation actuelle des entreprises ?

Deux constats majeurs s'imposent, il existe désormais une véritable compétition entre les pays pour attirer l'investissement, et toute entreprise, publique ou privée, s'intéresse à ce qui se passe à l'étranger. On ne peut plus raisonner de façon purement hexagonale.

D'une part, les entreprises étrangères, en important leurs méthodes et leurs concepts, bouleversent le marché national. D'autre part, nous devons nous projeter vers le monde extérieur pour trouver la croissance.

Ensuite, on ne peut ignorer la révolution numérique. Les smartphones, les tablettes, les réseaux sociaux redéfinissent en profondeur les relations entre l'entreprise, ses collaborateurs, ses clients, et ouvrent des possibilités inédites d'interaction. Ces deux mutations - celle de la géographie et celle du digital - concourent à abolir les anciennes frontières et remettent en cause toutes les chaînes de valeur. A titre d'exemple, la voiture du futur - un sujet sur lequel Atos travaille étroitement avec Renault - ne sera pas seulement un moyen de transport plus sûr, plus automatisé et plus respectueux de l'environnement, ce sera aussi un point d'entrée vers de nouveaux univers de services, de loisirs... Pour tout le secteur automobile, c'est une véritable révolution.

Pour une entreprise, comment appréhender de tels bouleversements, quand son modèle économique lui-même peut être remis en cause ?

Ce constat d'un monde en profonde et perpétuelle mutation, nos clients le partagent et le vivent au quotidien. Chacun admet qu'il est indispensable d'innover, de se transformer, voire de se réinventer, pour rester compétitif. Malgré cela, le changement reste une source d'inquiétude. Afin de franchir le pas, il est capital d'établir un cadre de confiance. Pour cela, il faut absolument avoir une bonne visibilité sur les

contours du programme de transformation. Ensuite cerner précisément les enjeux : les forces de l'entreprise, ses challenges, les tendances de ses marchés... Puis fixer des objectifs clairs, ambitieux mais réalistes et mesurables, et enfin définir une trajectoire avec des échéances rapprochées. Au bout de six mois, un programme de transformation doit apporter ses premiers résultats tangibles, sinon, il risque de s'essouffler. Enfin, comme l'imprévu peut surgir à tout instant, il est fondamental de mettre en place une gouvernance solide, dirigée au plus haut niveau. Savoir d'où l'on part, où l'on va, comment on y va et qui tient les commandes, c'est véritablement la clef du succès.

Comment Atos peut créer de la confiance auprès de ses clients ?

Nos clients ont besoin d'un partenaire fiable, capable de les accompagner tout au long de leurs projets. À ce titre, notre activité de consulting est essentielle car nous sommes associés très en amont et dès l'amorce de la réflexion. Pour jouer ce rôle de partenaire de la transformation, nous écoutons, observons et approfondissons notre connaissance des entreprises, de leurs métiers. Dans le même temps, nous restons en phase avec l'innovation technologique pour en évaluer en permanence l'intérêt pour nos clients. Nous sommes donc à l'affût des technologies émergentes pour identifier leurs enjeux et voir comment le numérique peut y répondre. Par exemple, tout le monde n'a pas besoin du même type de réseau social d'entreprise. Ses fonctionnalités dépendent des objectifs propres à chaque organisation. S'agit-il de renforcer la culture interne, de mieux partager l'information, de créer des communautés d'experts transversales ? Voir la technologie non pas comme une fin en soi mais comme un levier de la transformation, proposer des solutions qui s'appuient sur le numérique mais qui sont avant tout tirées par des objectifs métiers, c'est tout le sens du positionnement de « business technologists » d'Atos.

Atos est lui-même engagé dans une profonde transformation. Cela crée-t-il une proximité supplémentaire avec vos clients ?

Sans aucun doute. Le fait que nous vivions ce qu'ils vivent, que nous nous appliquions à nous-mêmes ce que nous leur préconisons est un gage de crédibilité. Être le premier exemple de nos solutions est une preuve de nos convictions autant que de notre

Pour jouer notre rôle de **partenaire de la transformation**, nous écoutons, observons et approfondissons notre connaissance des entreprises, de leurs métiers.



LE SECTEUR DIGITAL : UN SECTEUR CRÉATEUR D'EMPLOIS DURABLES

Le secteur digital représente plus de **1,15 millions d'emplois directs et indirects en France**.
A lui seul le secteur des services informatiques compte plus de **370 000 salariés**.

En 2011, le secteur a embauché plus de 55 000 salariés, 90% de ces embauches
étaient en CDI. Le solde net de créations d'emplois pour le secteur a été de plus de 4 %.

Les perspectives de créations d'emploi à l'horizon 2015 sont très positives et représentent
plus de 450 000 postes dans les deux années à venir.

savoir-faire. En matière d'environnement et d'outils de travail, notamment avec Zero email™, Adaptive Workplace, le télétravail, la mobilité ou le BYOD (acronyme de « Bring Your Own Device »), actuellement en cours de déploiement, être pionniers nous donne une expérience sans équivalent. Nous sommes à la pointe des technologies tout en ayant le recul d'un utilisateur à grande échelle. Quand nous mettons une nouvelle solution sur le marché, nous connaissons en grande partie les questions techniques, pratiques, humaines ou de sécurité que pose son déploiement. Ce retour d'expérience permet d'affiner nos propositions et de sécuriser les projets. Enfin, les clients apprécient de voir fonctionner réellement des outils dont ils ont surtout entendu parler.

Être dans les premiers à traduire l'innovation en réalisations, est-ce important pour vous ?

Absolument, innover, c'est toujours prendre un risque et partager, c'est rassurer, c'est établir un premier degré de confiance. C'est pour cette raison, par exemple, que nous avons créé le *Business Technology & Innovation Center*, un environnement de démonstration où l'innovation devient concrète et source d'inspiration. Pour une entreprise, s'engager dans un projet innovant, ce n'est pas une attitude défensive, c'est une démarche créatrice, porteuse d'espoir et d'ambition.

Tout programme de transformation doit refléter cette dimension car c'est son moteur fondamental. Le numérique, à l'échelle de chaque projet comme de la société dans son ensemble, est une solution. On ne dit pas assez, par exemple, que ces dernières années ce secteur a créé plus d'emplois que l'industrie n'en a perdus. La vocation d'Atos est de porter ce message d'optimisme, d'audace et de progrès.

Pour plus d'information, contacter >>

fr.directionmarketing@atos.net

▶ Sécurité

Actualité

Libérer les usages par la sécurité

La notion de confiance numérique est au cœur des bouleversements à venir : nouveaux usages mobiles, Big Data, espaces collaboratifs... Autant d'avancées dont les organisations ne pourront réellement tirer parti sans que la confiance puisse être établie.

« La confiance est le ciment de tout échange. » Onze siècles avant notre ère, les Phéniciens, pionniers du commerce international et inventeurs de la monnaie, avaient su s'approprier cet adage. Marins habiles et fins négociateurs, ces marchands de la Méditerranée bâtirent leur succès en s'attachant à établir une confiance réciproque, souvent dès les premiers échanges.

Compétitivité et croissance : une histoire de confiance...

De nos jours, même si Internet a redistribué les cartes en matière de commerce international – l'e-commerce a généré 45 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France en 2012 – la notion de confiance reste centrale. A l'ère du Big Data et des échanges temps réels, où le face-à-face entre parties prenantes n'est plus un prérequis, l'idée d'une confiance numérique supportée par des technologies de sécurité prend une dimension nouvelle. Désormais, la sécurité des systèmes d'information crée les conditions propices aux échanges numériques et favorise l'émergence de nouveaux modèles d'affaires. Un exemple récent connu du grand public : le DRM (gestion des droits numériques), introduit entre autres par Apple, a contribué à bâtir un « business model » novateur à partir d'une technologie prometteuse, le MP3, bouleversant au passage la chaîne de valeur de l'industrie

(...) les politiques de sécurité doivent être élaborées en partant des enjeux métiers pour mieux adapter les mesures de sécurité aux risques encourus.

de disque. Dans d'autres secteurs, comme les utilities, c'est l'intégration aux terminaux mobiles de modes d'authentification forte basée sur la biométrie ou encore l'ADN numérique – qui utilise les propriétés matérielles et logicielles inaliénables du terminal – qui pourrait transformer en profondeur le métier des « field forces » (agents de maintenance, forces de vente, etc.).

... qui ouvre des perspectives de plus en plus palpables

Encore plus proches de nous, les solutions numériques sécurisées sont en passe de révolutionner les usages dans deux domaines : la santé et la pharmacie. Dématérialiser et partager les données d'imagerie médicale (scan, IRM, radios...) au-delà des murs de l'hôpital pour stimuler la collaboration entre spécialistes ou répondre à la raréfaction des centres d'examen en milieu

rural, c'est désormais possible grâce aux PACS (Picture Archiving and Communication System), des infrastructures innovantes bâties sur le cloud, qui permettent par ailleurs de mutualiser les coûts d'exploitation entre établissements. Dans le secteur pharmaceutique, la possibilité de prélever les paramètres vitaux (poids, rythme cardiaque, taux d'insuline...) grâce à des capteurs reliés au smartphone de l'individu et de communiquer ces données de manière sécurisée aux laboratoires de recherche laisse entrevoir des avancées scientifiques sans précédent pour la santé des patients. Cependant, bien qu'une large majorité des professionnels de la santé se disent convaincus de l'apport de ces nouveaux usages dans l'amélioration de la santé des Français, leur confiance dans les technologies sous-jacentes reste timide. ⁽¹⁾ Pourtant des solutions existent qui offrent un haut niveau de protection aux données médicales en répondant aux principaux points de vigilance tels que la gestion des accès, la traçabilité, le stockage et l'archivage sécurisé de données de plus en plus volumineuses et variées.

... et exige une approche renouvelée de la sécurité

Pas de croissance sans confiance et pas de confiance sans sécurité : derrière cette équation se cache une réalité opérationnelle complexe avec laquelle doivent composer

(...)



(Suite)

les responsables des SI et de la sécurité. Ils se posent à juste titre deux interrogations :

- ▶ 1/ « dans un contexte financier délicat, où les budgets informatiques et sécurité servent souvent de variable d'ajustement, mes investissements de sécurité sont-ils efficaces et pertinents au regard des incidents, attaques et fraudes constatés ? »
- ▶ 2/ « à l'heure où les réseaux et les systèmes sont de plus en plus interconnectés, les politiques et les dispositifs de sécurité de mon organisation sont-ils adaptés aux opérations et à la stratégie des métiers ? »

Il convient tout d'abord de rappeler que si la confiance est le bien le plus précieux de

notre économie de marché, la menace reste bel et bien réelle. En 2012, la violation de leurs données a ainsi coûté 2,8 millions d'euros aux entreprises françaises, en hausse de 11% en un an ⁽²⁾. Trop de ces incidents ont, par ailleurs, une origine humaine. Face à des règles et des systèmes de sécurité jugés complexes et peu ergonomiques, le réflexe est de les contourner et ainsi de mettre à mal même les meilleures politiques de sécurité.

Le besoin d'ouverture des pratiques commerciales doit donc s'accompagner d'une nouvelle approche de la sécurité. Afin de tirer profit au maximum des nouveaux usages numériques, les politiques de sécurité doivent

être élaborées en partant des enjeux métiers (le « pourquoi ») pour mieux adapter les mesures de sécurité (le « comment ») aux risques encourus. L'adoption par les utilisateurs de la double authentification introduite par Google sur le mobile en est une parfaite illustration.

⁽¹⁾ Sondage réalisé en 2013 par le cercle des décideurs numérique et santé qui mesure l'indice de confiance des professionnels du secteur dans l'e-santé.

⁽²⁾ Etude Symantec « Data Breach Cost 2013 ».

Pour plus d'information, contacter >>

katia.gatwakeza@atos.net
adam.wojnicki@atos.net

► VeDeCoM

Projet

VeDeCoM invente les transports du futur



Atos Consulting participe aux travaux de VeDeCoM, un institut de recherche pluridisciplinaire et collaboratif qui réunit tous les acteurs de la filière transport en France pour imaginer les véhicules de demain et leurs usages.

Depuis janvier 2012, Atos Consulting accompagne les travaux de VeDeCoM (Véhicule décarboné, communicant et sa mobilité). Cet IEED (Institut d'excellence en matière d'énergies décarbonées) vise à stimuler la collaboration entre tous les acteurs du transport (industriels de l'automobile, établissements d'enseignement supérieur et de recherche, collectivités territoriales, opérateurs de mobilité, constructeurs et gestionnaires d'infrastructures, urbanistes, économistes, sociologues...) pour mettre en œuvre de nouveaux véhicules et de nouveaux systèmes de mobilité. L'objectif est d'améliorer l'efficacité énergétique des transports individuels tout en supprimant les émissions polluantes dans les zones urbaines et périurbaines.

Trois axes de recherche

Les programmes de recherche se déclinent autour de trois grands axes : l'électrification des véhicules (introduction massive de véhicules à traction décarbonée adaptés aux besoins de mobilité en zone urbaine), la délégation de conduite (modes de déplacement automatisés)

et la conception et l'expérimentation simultanées d'infrastructures et de services. VeDeCoM ambitionne ainsi de redynamiser la filière du transport en France avec, à la clé, la création et la reconversion de dizaines de milliers d'emplois dans des domaines à fort potentiel. Parmi les nombreux partenaires associés au projet, le groupe Atos apporte sa capacité à embrasser toutes les dimensions de l'innovation et à développer les solutions IT associées.

Atos Consulting aux commandes des espaces numériques

Au total, quatorze groupes de travail ont été constitués et Atos Consulting a structuré la démarche de l'un d'entre eux, consacré aux espaces numériques, qui réunit Renault, PSA, Transdev, Continental, Cofiroute et Valeo. Au cours du premier semestre 2013, Atos Consulting a animé trois séries d'ateliers :

- ▶ **définition du périmètre des usages** du transport multimodal et identification des

espaces numériques cibles ;

- ▶ **cartographie des acteurs et construction de la chaîne de valeur** des espaces numériques ;
- ▶ **état de l'art des briques technologiques** nécessaires.

Suite à cette première phase fructueuse, le groupe de travail poursuit ses travaux avec pour objectif de définir, d'ici fin 2013, les services et la structuration des données clés des espaces numériques cibles. Cela permettra aux industriels de débiter dès 2014 le développement de démonstrateurs et d'établir des synergies avec des projets de transport multimodal partout en France. À terme, ces travaux ont vocation à venir consolider la propriété intellectuelle française en matière de services innovants dans le domaine du transport multimodal. Il s'agit également de contribuer à la transformation digitale en cours des industriels du secteur, et c'est pourquoi des sujets actuels, comme la mobilité et le Big Data, sont au cœur des thématiques de VeDeCoM.

Pour plus d'information, contacter >>

aurelien.gue@atos.net

► Digital Store

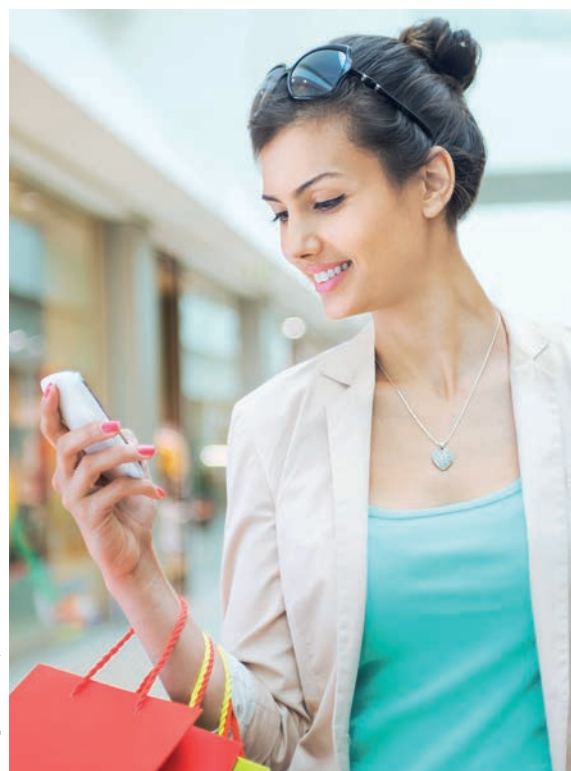
Actualité

Le digital renforce la compétitivité des magasins physiques

Les pure players e-commerce, la désintermédiation et les nouvelles attentes des consommateurs bouleversent la distribution traditionnelle. Un nouveau modèle de magasin connecté émerge, à l'image de l'offre Smart Stores d'Atos Consulting.

Pressés de réinventer leurs points de vente physiques, les distributeurs s'orientent de plus en plus vers ce qu'on appelle l'« omnicanal ». Le principe ? Fusionner offres online et offline et décloisonner les bases de données client pour enrichir l'expérience d'achat en magasin. Au cœur de cette révolution, le magasin connecté exploite des données externes (catalogue web, référentiel client unique...) et s'appuie sur des dispositifs digitaux à l'usage des vendeurs et/ou des clients.

Grâce aux étiquettes NFC, le client accède à des contenus contextualisés qui le replacent en situation de choix.



Le client au centre de la démarche

Aujourd'hui, la tendance est au « showrooming » : on se renseigne en magasin avant d'acheter en ligne. Le rôle du vendeur est alors capital : il doit apporter son expertise mais aussi retenir le client dans le giron de l'enseigne. Equipé d'une tablette, il accède au profil du client et à des contenus (vidéos, avis, produits complémentaires...) pour personnaliser son discours commercial. Grâce à un TPE mobile, il peut prendre la commande et encaisser son

client « devant le rayon ».

On retrouve aussi en magasin la qualité et la simplicité de l'expérience d'achat du web avec un guidage au sein des rayons, une offre élargie et personnalisée, des fiches produits enrichies, des transactions rapides. Grâce aux étiquettes NFC, qui permettent de se connecter à l'application mobile de l'enseigne, le client accède facilement à des contenus contextualisés qui le replacent en situation de choix. Pour le distributeur, il s'agit d'un nouveau média de communication interactif avec le consommateur.

En matière de fidélisation, apparaissent des mécaniques de promotions ciblées et/ou contextualisées tenant compte à la fois du profil du client, de son historique d'achat et de sa position dans le magasin. L'enseigne touche le client au bon moment, au bon endroit, et peut le diriger vers le bon produit pour une transformation rapide.

Un modèle au service de la performance commerciale

Le magasin connecté offre de multiples retours sur investissement. À l'heure où l'argument prix est la clé du succès, les étiquettes

électroniques NFC facilitent un pricing dynamique. Cette mécanique, jusqu'ici réservée au web, permet la mise à jour en temps réel des tarifs en magasin en tenant compte des prix de la concurrence, de la rareté du produit ou encore de sa date de péremption.

La multiplication des espaces (écran mobile du client, panneaux dynamiques...), la diversification des modèles de communication et la personnalisation permise par les supports numériques génèrent de nouvelles opportunités publicitaires. Grâce à la géolocalisation, il est, de plus, possible d'analyser les parcours client pour aligner le prix de vente des espaces sur leur exposition.

Enfin, le magasin connecté permet de simplifier les opérations pour des coûts de fonctionnement réduits. Les nouveaux moyens de paiement en rayon (smartphone, borne, TPE du vendeur...) minimisent les délais de caisse. Le pilotage centralisé des stocks facilite le réapprovisionnement et permet d'augmenter le nombre de références produits disponibles tout en limitant la quantité de produits dormants.

Smart Stores, un accompagnement sur mesure

Pour aider les enseignes à réussir cette transformation et à maîtriser la complémentarité entre points de contact physiques et digitaux, Atos Consulting a développé *Smart Stores*, une proposition sur mesure pour accompagner la digitalisation du point de vente : analyse des opportunités, définition des parcours client, intégration des services innovants, développement de l'architecture technique, conduite du changement, identification et suivi des indicateurs de performance. Le premier magasin au monde équipé d'étiquettes NFC a ouvert en région parisienne fin 2012 suite à une mission d'innovation technologique d'Atos Consulting, et le *Business Technology & Innovation Center* du groupe Atos propose des démonstrations grandeur nature de ces solutions pionnières.

Pour plus d'information, contacter >>

thierry.robin@atos.net

► Innovation

Régions

Les « Rendez-vous de l'innovation » en régions

Afin de nourrir le processus de veille de ses clients et de les sensibiliser aux sujets émergents, Atos Consulting mobilise le Business Technology & Innovation Center du Groupe à l'occasion d'événements organisés partout en France.



Situé à Bezons au siège d'Atos, le *Business Technology & Innovation Center (BTIC)* est un centre de relation client dont la mission est de démontrer de manière tangible les offres d'Atos et ainsi témoigner la transformation du Groupe. Nos clients ont désormais l'opportunité unique de découvrir, sur le Campus Atos et le temps d'une journée, nos solutions innovantes au travers d'ateliers, de démonstrations in situ et POCs présentés par nos meilleurs experts. Notre vocation est également d'accompagner nos clients où qu'ils se trouvent et c'est pourquoi Atos Consulting s'est associé au BTIC pour proposer dans la France entière ses « Rendez-vous de l'innovation ». Véritable « BTIC mobile », notre centre d'innovation va à la rencontre de nos clients pour nourrir leur réflexion sur les sujets émergents qui feront l'entreprise de demain.

Lors du premier « Rendez-vous de l'innovation », organisé en juin à Toulouse, cinq grands thèmes ont été abordés :

Smart Mobility

Dans son rapport prospectif *Ascent Look Out 2014+*, Atos identifie la mobilité et la contextualisation de l'information comme un moteur majeur de l'innovation dans tous les secteurs. Dès aujourd'hui, Atos innove et investit dans plusieurs domaines clés de la mobilité intelligente : développement et distribution des applications mobiles pour les collaborateurs de l'entreprise (MAD, MAM, MEAP, ...), sécurité (Atos protège

notamment les applications mobiles d'un grand opérateur national), reconnaissance faciale (depuis les applications mobiles), communication libre (téléconférences mobiles) et étiquettes intelligentes (pour lier des informations aux objets et leur apporter une dimension communicante).

Big Data

Loin des effets de mode, des éléments d'éclairage, illustrés de démonstrations concrètes, montrent que le Big Data ne consiste pas seulement à traiter d'immenses quantités de données mais bien à apporter de la valeur en exploitant leur richesse. Tel que nous l'envisageons, le Big Data n'est pas synonyme de « Fat Data » mais bien de « Smart Data ».

Zero Email™

Atos est engagé depuis plus de deux ans dans le programme Zero Email™, une initiative qui s'appuie sur les principes collaboratifs des réseaux sociaux. Alors que nous atteignons une masse critique (60 000 collaborateurs engagés dans près de 4 000 communautés), les « Rendez-vous de l'innovation » sont l'occasion de présenter les premiers retours d'expérience en mettant l'accent sur les bénéfices, les écueils rencontrés, la démarche, les facteurs clés de succès, et les principes de gestion des communautés. Le tout conçu pour apporter informations et idées à qui souhaiterait s'engager dans une démarche de partage des savoirs par la mise en réseau des collaborateurs.

Agility

Afin de balayer les idées reçues sur les méthodes agiles et leur utilisation, Atos Consulting présente des retours d'expérience qui répondent à des interrogations courantes et concrètes. Comment positionner l'agile au centre des projets ? Quels impacts pour la communication et la conduite du changement ? Quels sont les indicateurs, les facteurs clés de succès et les limites de la méthode ? Quelles sont les bonnes pratiques à utiliser au quotidien ?

Gamification

Les principes fondateurs de cette technique s'inspirent des mécanismes et des ingrédients des jeux pour favoriser un comportement donné. La présentation du « Rendez-vous de l'innovation » se déroule sous une forme ludique et attrayante, elle-même « gamifiée ». Permettre au client d'être acteur de l'évènement constitue la meilleure des démonstrations et une bonne initiation à un concept qui concernera bientôt 50 % des entreprises engagées dans une démarche d'innovation selon le cabinet d'études américain Gartner.

A bientôt pour de futurs « Rendez-vous de l'innovation » dans nos régions !

Pour plus d'information, contacter >>

btic@atos.net
nathalie.jarrit@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 77 100 collaborateurs dans 52 pays, fournit à ses clients du monde entier des services informatiques dans 3 domaines, Conseil & Services Technologiques, Intégration de Systèmes et Infogérance & BPO, ainsi que Services Transactionnels de Haute Technologie avec Worldline. Grâce à son expertise technologique et sa connaissance industrielle, il sert ses clients dans les secteurs suivants: Industrie, Distribution & Services, Services Financiers, Secteur public, Santé & Transports et Télécoms, Médias & Services aux collectivités.

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 NYSE Euronext de Paris et exerce ses activités sous les noms d'Atos, Atos Consulting & Technology Services, Worldline et Atos Worldgrid.

nous contacter

Banque et Assurance

► **Éric Lévy-Bencheton**

eric.levy-bencheton@atos.net

Secteur Public

► **Yves Duplaix**

yves.duplaix@atos.net

Energy & Utilities

► **Olivier Legendre**

olivier.legendre@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

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

Le cabinet, conseil en management, est le partenaire des grandes transformations. Nos consultants accompagnent nos 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.

connexion 05

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

Rédacteur en chef : Yves Duplaix

Comité éditorial : Julien Gaimard, Mallory Chauvet, François Robin, Thierry Robin, Aurélien Gué, Katia Gatwa-Keza, Adam Wojnicki et Nathalie Jarrit.

Design : T2BH/Paris