

PRIX MEDEF-SIPAREX DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

À l'occasion de la cinquième édition de l'Université du numérique, le MEDEF lance le prix de la Transformation numérique, visant à récompenser les plus belles réussites de transformation d'entreprises.

L'objectif : valoriser et promouvoir des initiatives exemplaires qui ont permis à une entreprise (PME ou ETI) d'adapter ou de transformer son *business model*, son mode de production, son organisation interne, ou encore ses relations clients ou fournisseur en incorporant une solution numérique.

Cette transformation peut être partenariale (avec une start-up, une autre entreprise...) ou accompagnée par une collectivité locale, un acteur du conseil, un lab universitaire, un pôle de compétitivité...

Parce que l'ouverture des PME/ETI à l'écosystème numérique est un levier incontestable de dynamisme économique, il nous paraît important de promouvoir ces associations d'affaires, quelle que soit la forme qu'elles aient prise.

Les entreprises et projets éligibles :

- les TPE, PME et ETI du territoire français ayant mené un projet de transformation en collaboration avec une autre organisation ;
- les start-up, si elles peuvent se prévaloir d'une expérience réussie de transformation numérique en partenariat avec une TPE, une PME ou une ETI.

Les catégories de prix :

- 1. Stratégie** : la transformation numérique offre de nouveaux horizons et permet aux entreprises de faire évoluer leur modèle économique pour répondre à la maturité du marché et aux attentes des clients.
Ex : passage d'une vente de produit à un service, mise en place de nouveaux canaux de vente, évolution d'un produit historique, etc.
- 2. Clients** : la transformation digitale permet de mieux répondre aux attentes des clients BtoB et BtoC en termes d'expérience et de relation avec la marque. Elle permet de fluidifier les échanges, de faciliter la transaction, d'augmenter les interactions et la réactivité, etc.
Ex : digitalisation du parcours client, mise en place d'un SAV digital, création d'un espace client, apport digital dans les boutiques, etc.
- 3. Performance opérationnelle** : le digital permet aux entreprises de faire évoluer leurs organisations et leurs processus métiers pour gagner en productivité, s'adapter à la maturité du marché, etc.
Ex : robotisation de la chaîne de fabrication, digitalisation des processus métiers (facturation, opérations, etc.), collecte et interprétation de données clés...
- 4. Talents** : la transformation digitale impacte fortement l'humain et conduit donc les entreprises à adapter leurs métiers et compétences internes.
Ex : intégration de nouveaux métiers digitaux, évolution de métiers historiques grâce au digital, implémentation de nouveaux modes de travail, etc.
- 5. Start-up** : vous êtes une start-up qui a accompagné une entreprise (PME ou ETI) dans sa transformation digitale en lui fournissant des compétences, technologies ou autres. Vous pouvez concourir en mettant en avant votre collaboration.
Ex : accompagnement d'un acteur régional dans la création d'un produit innovant, accompagnement d'une entreprise dans la mise en place d'un outil conversationnel, etc.

Les critères de sélection

Le dossier sera analysé par le jury sur la base des critères suivants :

- transposabilité du projet ;
- qualité et équilibre du dialogue entre les deux parties prenantes ;
- pragmatisme et facilité de mise en œuvre de la démarche de transformation ;
- implication des collaborateurs dans le projet de transformation ;
- effet « disruptif » et transformant du résultat obtenu.

Les lauréats

Prix Stratégie : Trecobat/Lannilis (29)

www.trecobat.fr/

- L'entreprise : constructeur de maisons individuelles depuis plus de 45 ans, Trecobat réalise 1 300 maisons par an. Les agences Trecobat sont présentes en Bretagne, Pays de la Loire, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie et Île-de-France. Les maisons de la marque Trecobat sont dites « traditionnelles », **c'est-à-dire maçonnées avec des murs « en dur »**. Le groupe Trecobat propose aussi des maisons à ossatures bois, ou des maisons mixtes (murs maçonnés et murs en bois combinés) comme c'est souvent le cas pour les extensions.
- **Le projet** : poursuivre l'accompagnement post-livraison de la maison en proposant des services digitaux disruptifs. Dans la construction de maisons individuelles, l'accompagnement s'arrête à la livraison de l'habitation, laissant le propriétaire gérer seul la suite de l'exploitation de son bien. L'objectif de Trecobat, en tant que constructeur, est de proposer de nouveaux services par le biais d'une application baptisée Nestor pour garantir le bon maintien du logement pendant toute sa durée d'occupation. Dans ce projet, le groupe a noué des partenariats avec des entreprises expertes dans leurs domaines (société de télésurveillance, assureurs, chauffagistes). Grâce à l'application Nestor, l'utilisateur peut souscrire à l'offre et ainsi bénéficier du contrôle de son alarme, de la gestion de son assurance, du pilotage de son chauffage (changer les températures, être alerté lors d'une panne par exemple) ou encore être notifié des différents entretiens à effectuer (nettoyer la ventilation...). La combinaison de ces services et l'utilisation du numérique nous permet de proposer un seul contrat, un seul prélèvement, un seul interlocuteur et jusqu'à 40 % d'économie.

Prix Clients : Le Temps des Cerises/Marseille (13)

www.letempsdescerises.com

- **L'entreprise** : Le Temps des Cerises a débuté il y a 20 ans par une commercialisation indirecte de ses produits (réseau *wholesale*) via des magasins multimarques. Face aux difficultés des magasins multimarques, et pour pérenniser la marque, Le Temps des Cerises a décidé d'ouvrir son propre réseau de magasins *retail* à partir de 2005. Pour profiter de la montée du e-commerce, Le Temps des Cerises a lancé en 2009 un premier site B2C, puis, en 2012, un site B2B. En 2017, un grand projet de transformation digitale global est lancé pour ne jamais perdre une vente, quel que soit le canal.
- **Le projet** : passer d'un *business model* de distribution traditionnelle en silos à un modèle *digital first* et *omni-canal global*. Les comportements d'achat des clients évoluent. Ce grand projet de transformation digitale a impacté l'ensemble de l'entreprise. Le Temps des Cerises a intégré la direction digitale au sein du comité de direction, sa communication est réfléchiée en fonction des contraintes digitales (réseau sociaux, formats, modèles), et même au niveau des collections, les processus ont été modifiés afin de permettre la prise en compte des *shootings* et des descriptifs produits pour le Web. Les équipes ont appris à raisonner *mobile first* car plus de 60 % des visites Web sont faites sur mobile. D'autre part, au niveau des clients multimarques *wholesale*, de nouveaux outils et processus ont été mis en place pour gérer les commandes et les retours par le client lui-même, de façon autonome. L'entreprise a ainsi pu réduire son temps de traitement interne de façon significative et le réallouer à des tâches de développement des ventes.

Prix Performance opérationnelle : Éolane/Le Fresne sur Loire (49)

<http://societe.eolane.com/>

- **L'entreprise** : depuis plus de 40 ans, Éolane répond aux enjeux sociétaux en proposant des solutions électroniques et connectées dans les marchés de la santé, de la mobilité, de la sécurité, de l'énergie, de l'environnement, de l'éducation et de l'information. L'entreprise est passée du statut d'Electronic Manufacturing Services (EMS) à celui d'Original Design Manufacturer (ODM) – concepteur et fabricant de matériels d'électronique sur cahier des charges clients – et de Contract Design Manufacturer (CDM). Éolane est un groupe industriel diversifié dont le métier s'organise autour de trois activités : l'électronique, le M2M/IoT, les services & solutions.
- **Le projet** : dans une quête continue de compétitivité, Éolane a choisi les solutions Teeprak pour suivre la performance de ses moyens industriels et renforcer son processus d'amélioration continue. Travailler avec une start-up est toujours un défi. Grâce à cette solution en rupture, externe aux systèmes d'information en place, les usines ont pu, en total autonomie, équiper l'ensemble de leurs parcs machines de manière homogène, sans contrainte de connectivité avec les équipements. En effet, être capable d'équiper, par eux-mêmes, en l'espace de quelques jours/semaines l'ensemble d'une usine, puis transposer la démarche à d'autres usines de manière systémique, est quelque chose qui n'existait pas dans leur monde industriel. L'installation d'un système sur un équipement prend, tout compris, entre 1 heure et 3 heures, ce qui est unique. Les usines ont pu visualiser en temps-réel les principales causes de perte de performance là où il fallait auparavant faire des analyses chronophages et souvent décalées avec l'urgence du besoin.

Prix Talents : CCLD/Lyon (69)

www.cclid.com

- **L'entreprise** : CCLD est le 1^{er} cabinet de recrutement augmenté de talents commerciaux en France. Ils accompagnent des clients autour des trois dimensions qui entourent la gestion des talents : attirer (communication RH et marque employeur), évaluer (recruter par *assessment center* et méthode STAR) et fidéliser (retenir les meilleurs talents grâce à un management laissant place à la bienveillance, l'autonomie et la coaching).
- **Le projet** : la guerre des talents faisant rage ; en tant que cabinet de recrutement, CCLD a dû répondre à cette problématique et a transformé son métier pour créer ce qu'ils appellent le « recrutement augmenté ». L'innovation se retrouve tant dans la prestation de services que dans les outils mis à disposition de leurs clients :
 1. prestation de recrutement augmenté de talents commerciaux : CCLD est le 1^{er} cabinet de recrutement à proposer les trois dimensions qui entourent la gestion des talents, à savoir l'acquisition (moyens pour attirer de nouveaux talents), l'évaluation (techniques pour recruter de la manière la plus objective possible) et la rétention des talents (formation des managers pour fidéliser les talents) ;
 2. mise à disposition d'un outil d'*assessment center* « phygital » sur tablette intégrant des *serious game*. Les clients peuvent évaluer *in situ* les commerciaux et partager leurs analyses en live de manière ludique et professionnelle ;3) intégration des outils de *matching sémantique et affinitaire* de Tapewo pour faciliter les recherches de leurs consultants sur leurs bases de données (180 000 CV reçus chaque année à exploiter de manière beaucoup plus efficace).

Prix Start-up : ID1/Limoges (87)

<https://id1.life>

- **L'entreprise** : dossier médical d'urgence dématérialisé, relié à une plateforme sécurisée dont le but est de sauver des vies.
- **Le projet** : permettre aux services de secours d'obtenir sans délai sur le terrain le dossier médical d'une personne en cas d'urgence vitale grâce à un QR Code positionné sur un objet (bracelet, carte...), afin d'optimiser sa prise en charge. ID1 a été conçu dans le but de faire diminuer le nombre de décès dû au manque d'informations médicales. En effet, chaque année en France plus de 12 000 personnes perdent la vie pour cette raison. Ce projet a pour objectif de faciliter le travail des services de secours et d'urgence qui n'obtiennent pas toujours les informations nécessaires pour éviter une erreur médicale (prise d'un médicament particulier, pathologie chronique non visible, allergie...). Il a aussi pour but d'assurer à la victime une prise en charge optimale dans un délai très court en cas de problème de santé ou d'accident.

Prix spécial du jury : Orkyn'/Gentilly (94)

www.orkyn.fr

www.altivie.fr

Un prix spécial du jury a été décerné à Orkyn' pour leur audace dans l'évolution de leur modèle historique de distribution, au service d'une transformation plus globale de l'entreprise.

- **L'entreprise** : prestation de santé à domicile : prise en charge de patients en perte d'autonomie et de patients atteints de pathologies chroniques (insuffisance respiratoire, apnée du sommeil, cancer, diabète, maladie de Parkinson...). Orkyn' prend en charge plus de 170 000 patients à domicile.
- **Le projet** : un portail digital (Altivie) pour simplifier le maintien à domicile de millions de patients et d'aidants confrontés à une perte d'autonomie. Ce projet vise à développer l'accès d'Orkyn' au marché du Maintien à domicile (MAD) en s'adressant directement au client final (senior ou aidant), là où son offre historique intervenait depuis 30 ans en sous-traitance ou fourniture de pharmacies d'officine. Il s'agit donc d'une transformation profonde du *business model*.

L'objectif est de mieux répondre aux besoins des utilisateurs, d'élargir l'accès d'Orkyn' au marché en touchant des segments de patients qui ne s'adressaient pas aux pharmacies pour leurs besoins en MAD (environ 50 % du marché). Avant le lancement du portail Altivie, il n'existait pas de portail permettant d'avoir accès à la fois à une offre complète de produits et services, mais aussi de conseil et guides pour la population ciblée (seniors en perte d'autonomie souhaitant rester à domicile).