

PARTENARIAT GAGNANT



LVMH
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

Depuis janvier 2012, le groupe LVMH a rejoint le cercle des grandes entreprises qui sollicitent les services de business intelligence d'Easypics. Cette relation, fondée sur le respect de valeurs convergentes, ajoute au prestige et à la réputation d'exigence de la PME parisienne, en même temps qu'elle la prépare à imposer son nom à l'international.

UN DÉFI À RELEVER

En France, il n'y a pas que la mode ou le design qui peuvent se prévaloir d'être le fruit de la créativité et d'un travail méticuleux, où l'intelligence humaine – loin d'entrer en compétition avec l'outil – s'allie avec lui pour produire le meilleur résultat. Il existe aussi un *data mining* 100 % hexagonal, où la donnée est « cousue main » comme la meilleure des selleries pour produire des tableaux d'analyse décisionnelle. Cette offre d'intelligence économique, dont la fiabilité résulte d'une méthode qui emprunte à l'artisanat, est proposée par Easypics. « Avant de fonder l'entreprise, j'ai exercé le métier d'acheteur au sein du groupe GDF Suez pendant neuf ans, raconte Jérôme Naslin, président-directeur général. J'ai passé les deux dernières années au siège, en charge de l'E-Procurement. Il s'agissait de coordonner les acquisitions d'outils informatiques destinés aux acheteurs par les 5 000 entités juridiques du groupe. Je me suis intéressé plus particulièrement au décisionnel achats grâce à une demande formulée par le président, Gérard Mestrallet. Il souhaitait connaître le volume des dépenses et des ventes de GDF Suez vers le groupe Bouygues à l'échelle de toutes les filiales des deux groupes dans le monde. La trop grande diversité des systèmes informatiques et leurs contenus hétérogènes nous a empêché de consolider les chiffres et donc de lui délivrer l'information. »

OU COMMENT BIEN TRAITER UN LUXE DE DÉTAILS

L'obstacle stimule l'imagination de Jérôme Naslin, qui élabore les grandes lignes d'une ingénierie de traitement des données. Il quitte le groupe GDF Suez et crée Easypics en février 2004. « Je souhaitais offrir aux clients une vision "chapeau", synthétique et puissante, des dépenses et ventes mondiales de leur groupe. J'ai d'abord écrit un lourd cahier des charges du concept Easypics, déposé chez un huissier. J'ai recruté un développeur pour concevoir la première version de ce logiciel sur mesure. Cela a pris toute une année. Aujourd'hui, il a évolué et permet à la fois à nos opérateurs de traiter les données des clients et à ces derniers de se connecter à notre plate-forme via Internet pour consulter les résultats. Ainsi, où qu'ils se trouvent, ils peuvent accéder instantanément aux tableaux décisionnels portant sur les achats et sur les ventes. » Mais la valeur ajoutée d'Easypics réside majoritairement dans le traitement des données en trois étapes par une petite dizaine d'analystes. « La première, administrative, revient à identifier l'entreprise dans son registre du commerce. La deuxième phase implique la compréhension de l'activité du fournisseur, à partir, soit de la presse, soit de son site Internet... S'il en a un ! À l'échelle de la planète, la moitié des entreprises en sont dépourvues. Dès que nous avons identifié l'activité – et nous y parvenons toujours –, nous entrons dans la phase de segmentation, selon une nomenclature d'activités qui nous est propre. »

Christian
GALICHON

Directeur de la coordination
des achats du groupe
LVMH



« Le groupe comprend une soixantaine de maisons, dont certaines peuvent être concurrentes entre elles, par exemple dans le domaine du parfum. Afin que chacune préserve son identité forte, il veille à ce qu'elles demeurent ce qu'elles demeurent très indépendantes. La coordination des achats au sein de LVMH repose donc davantage sur la force de conviction que sur un fonctionnement top down. Le périmètre de mon action inclut les achats non spécifiques de toutes ces maisons, à multiplier par autant de pays où elles sont implantées. Cette autonomie n'empêche pas de mettre en place une organisation de la fonction achats optimale. Encore faut-il disposer d'un système d'information capable de produire des tableaux de bord donnant la visibilité nécessaire sur l'ensemble des dépenses, par catégories d'activité et par fournisseur. »

Nous avons retenu la solution d'Easypics afin de créer la transversalité nécessaire à la globalisation des contrats, dès lors que de nombreuses entités travaillent avec un même fournisseur, ou au lancement d'appels d'offres pour la satisfaction de besoins communs. Elle permet d'atteindre la visibilité sur les dépenses, indispensable à l'établissement de stratégies d'achat adaptées. L'équipe d'Easypics va chercher les données dans les ERP des sociétés, les vérifie, les entre dans une base qui leur est propre après avoir nettoyé des mêmes fournisseurs apparaissant sous plusieurs noms. Elle peut ainsi nous fournir des reportings analytiques utiles aux prises de décision. Lors d'une coopération avec Easypics au cours de ma vie professionnelle antérieure, j'avais eu l'occasion d'apprécier son efficacité. Aujourd'hui, son offre est la plus adaptée à la nature du besoin réel de LVMH et présente donc le meilleur rapport qualité/prix. La taille humaine de l'entreprise constitue un réel avantage, grâce à un niveau de réactivité et d'écoute que je n'ai pas rencontré chez des acteurs plus importants. Dès que nous formulons une demande, nous sommes immédiatement en contact avec le dirigeant de l'entreprise. C'est ainsi que nous avons appris très tôt le lancement d'une nouvelle version de la solution, une information qu'un grand éditeur ne nous aurait donnée qu'au moment de la commercialisation. Nous avons prévu des extraits semestriels dans les ERP des maisons déjà connectées à l'outil et nous continuons à le présenter à celles qui ne le sont pas encore. Plus nombreuses elles seront, et plus il deviendra puissant. »

EFFICACITÉ DE LA MÉTHODE

Après avoir été la muse d'Easypics en inspirant une méthode à Jérôme Naslin, le groupe GDF Suez devient historiquement son premier client. « *Et c'est toujours vrai en termes de volume d'affaires* », précise-t-il. Le groupe de BTP Spie Batignolles est aussi un partenaire de la première heure. Puis le groupe La Poste, qui s'adresse à Easypics, notamment pour établir des statistiques sur le nombre de PME parmi ses fournisseurs. « *La gestion des données PME est complexe, car il faut agréger beaucoup d'informations, notamment capitalistiques, pour trancher la question de l'indépendance de l'entreprise. C'est un sujet représentatif de ce que nous savons faire et nous avons même développé une formule de calcul pour déterminer si une entreprise est ou non une PME.* » Au total, une quarantaine de grands groupes recourent aujourd'hui à la solution d'Easypics, dont le très emblématique LVMH. « *Avant de rejoindre LVMH, Monsieur Galichon était précédemment notre interlocuteur au sein du groupe Vallourec, un autre de nos clients, poursuit Jérôme Naslin. Il connaissait le fonctionnement de notre solution et en avait mesuré l'efficacité, car Vallourec, présent dans plus de vingt pays sur des métiers très techniques, est par nature confronté à ces questions d'évaluation et de consolidation.* »

UNE CLÉ D'INDÉPENDANCE

La structure du groupe LVMH – 60 marques distribuées à travers plus de 3 000 magasins dans le monde – qui laisse supposer l'utilisation de nombreux systèmes informatiques différents, incite Jérôme Naslin à prolonger le contact avec Christian Galichon. « *Après avoir établi la cartographie complète des maisons du groupe, de leurs représentations internationales et des différents systèmes informatiques sources de données, Monsieur Galichon a décidé de déployer une solution simple, économique et rapide à mettre en œuvre pour donner, à la demande, une vision globale des*

achats hors production des maisons. Il a retenu notre proposition et nous avons signé un contrat de cinq ans qui a pris effet en janvier 2012. » Easypics commence par construire une plate-forme LVMH au sein de son propre environnement informatique, puis intègre les premières filiales. Proposé conjointement par la direction des achats de LVMH et Easypics, l'outil séduit un nombre croissant de maison, toutes très attachées à leur autonomie. « *Notre solution est fédératrice puisqu'elle permet un travail collaboratif entre les filiales, même si elles choisissent des systèmes informatiques différents. En ce sens, elle est presque un facteur de renforcement de leur indépendance* », commente Jérôme Naslin, qui compte bien, à terme, rallier toutes les maisons.

UN FACEBOOK B TO B

LVMH tient par ailleurs une place de choix dans la stratégie qu'il conduit pour développer son entreprise au cours des années futures. « *Au-delà du bénéfice d'image qu'Easypics tire de sa collaboration avec une entreprise aussi renommée, nous tirons aussi partie de sa grande exigence de qualité, qui nous pousse sans cesse à nous améliorer, y compris pour nos autres clients. Par ailleurs, nous sommes heureux de travailler pour un groupe qui a une couverture mondiale de cette envergure. Grâce à d'autres groupes français, nous traitons déjà des données allemandes, américaines ou brésiliennes. Nous envisageons l'international comme un axe de développement et notre coopération avec LVMH nous aide à peaufiner notre stratégie à terme.* » Dans l'immédiat, Easypics se concentre sur le lancement d'une innovation en 2014. « *Nous achevons de développer un réseau social B to B, utilisable gratuitement par nos clients. Il leur permettra non seulement de dialoguer avec leurs fournisseurs actuels ou potentiels, mais aussi de lancer une communication de masse ou un appel à compétences* », annonce Jérôme Naslin.

le 29 octobre 2013

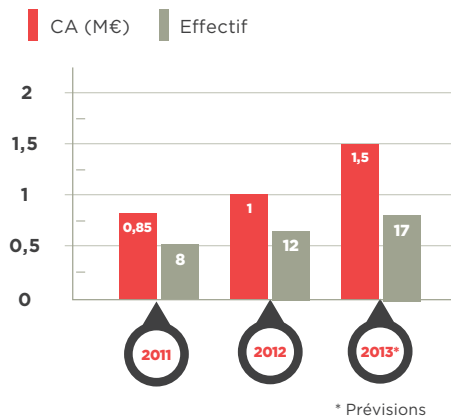
EASYPICS EN BREF

Activité	La solution d'intelligence économique d'Easypics est destinée aux dirigeants des groupes internationaux, à qui elle permet de disposer de tableaux de bords décisionnels chiffrés des ventes et des dépenses, à l'échelle de toutes leurs filiales mondiales.
Création	2004.
Effectif	10 personnes.
Implantation	Paris (75)
R&D	20 % du chiffre d'affaires.



Jérôme NASLIN,
président-directeur général

Croissance



www.easypics.fr