



LES NOCES DE BACCHUS YVES CASS



LA COOPÉRATION, FIL CONDUCTEUR DES RÉUSSITES CLIENTS

Le mieux pour évaluer le succès de sa stratégie est de recueillir directement l'appréciation de ses clients. Une méthode que Capgemini applique de différentes manières, notamment en évaluant la cohérence de sa démarche globale par des études de cas, dont huit vous sont présentées dans ce rapport annuel.

Ces études de cas sont l'occasion d'une réflexion approfondie avec certains des clients du Groupe. Ensemble, nous abordons différents aspects, parmi lesquels l'approche des marchés, les types et niveaux de relations ou encore les compétences mises à leur disposition. Ces études favorisent l'échange et la coopération, et le Groupe en retire des renseignements précieux sur l'état d'esprit de ses clients. Ces derniers peuvent quant à eux mieux appréhender tout ce que Capgemini saura leur apporter dans l'avenir en qualité de partenaire de leurs activités.

Les études de cette année sont particulièrement significatives, dans la mesure où elles ont été réalisées quelques mois après le lancement de la "Collaborative Business Experience" ou "CBE". En abordant cette démarche directement avec ses clients, Capgemini a pu mesurer la pertinence du positionnement "CBE" par rapport aux besoins exprimés, et évaluer ainsi l'apport de cette coopération dans leur réussite.

Les résultats tangibles du "CBE" témoignent d'évolutions marquées dans les attentes des clients en matière de partenariats, ceci dans les différents secteurs d'activité et régions couverts par Capgemini.

Pour l'activité d'Infogérance, les entreprises **TXU** et **Mölnlycke Health Care** ont apprécié les capacités du Groupe à partager le risque, en percevant une rétribution au résultat. Il s'agit pour ces clients d'un élément primordial de leur stratégie d'entreprise.

En matière de Conseil, autant le **DfES**, le ministère britannique de l'éducation, que **AKOP**, une grande entreprise norvégienne, s'accordent à souligner le même point : Capgemini les a aidés à adopter eux-mêmes une attitude plus coopérative, ce qui représente un apport essentiel pour les succès à venir de ces organismes publics ou privés.

En ce qui concerne l'Intégration de systèmes et applications informatiques, **Vodafone España** a mis l'accent sur la contribution de Capgemini à l'optimisation de sa position concurrentielle, grâce à un apport de compétences internationales et pluridisciplinaires. L'exemple de **IFP** illustre quant à lui à quel point une démarche de coopération s'impose dans la réalisation de projets informatiques complexes.

Enfin, dans le domaine des Services informatiques de proximité, aux États-Unis, le **Minneapolis Police Department** et le géant de l'automobile en France, le **Groupe PSA Peugeot Citroën**, relèvent tous deux que la souplesse et la nature de leur partenariat avec Sogeti-Transiciel ont été des éléments déterminants dans la réussite de leurs projets.

Capgemini pressentait l'an dernier que, dans la conquête d'avantages concurrentiels et la recherche du succès à long terme, la "Collaborative Business Experience" représenterait sans nul doute le facteur le plus décisif de ses actions. Les études de cas de cette année le montrent : bon nombre de dirigeants partagent déjà cette opinion, quelles que soient leurs structures, leur secteur d'activité ou leur implantation géographique.



● TÉMOIGNAGES CLIENTS



TXU

Un partenariat pour construire l'avenir

Le lancement du partenariat entre Capgemini et le leader texan de l'énergie TXU a été l'un des moments forts de l'année 2004 pour le Groupe. Avec la création de Capgemini Energy, qui lui apporte des services informatiques de gestion mutualisés, TXU a pu se recentrer sur ses activités principales. La nouvelle entité a également pour vocation de servir d'autres acteurs du secteur de l'énergie.

Rédigé en
collaboration avec :

John Wilder
Président-directeur
Général
TXU

Dan Farrell
Directeur Financier
TXU

Bob Pryor
Directeur Général
Capgemini Energy
LP

Lorsque John Wilder a été nommé Président-directeur Général de TXU en février 2004, l'entreprise avait connu plusieurs années difficiles. Il fallait repenser la stratégie et avancer rapidement, se souvient John Wilder : « Nous avions une vocation de service public dans un environnement très réglementé, et nous devons devenir une entreprise compétitive dans un marché ouvert, où les clients arrêtent leur choix sur la qualité du service. Nous ne devons pas évoluer mais nous transformer ».

Il était devenu nécessaire de rehausser la qualité du service client et de gagner en efficacité dans d'autres domaines stratégiques. Après trois mois d'une étude approfondie, la direction de TXU est parvenue à la conclusion qu'une externalisation classique de services informatiques ne permettrait pas d'obtenir les résultats recherchés. Une démarche plus ambitieuse s'imposait.

John Wilder souhaitait donc faire passer TXU d'un modèle de service public à celui de véritable entreprise commerciale, ce qui nécessitait d'améliorer les méthodes, les compétences et les niveaux de service. Ce programme exigeait aussi et surtout une capacité d'innovation et d'évolution bien plus grande qu'auparavant.

Un nouveau départ

C'est ainsi qu'un partenariat inédit liant TXU et Capgemini était présenté mi-mai 2004, annonçant la naissance de Capgemini Energy. Cette filiale commune est désormais responsable de six fonctions stratégiques de TXU, dont le service client et la gestion financière.

Selon un schéma de production distribuée, Capgemini Energy exploite des moyens locaux situés au Texas en parallèle avec d'autres ressources localisées en Pologne, en Inde et en Chine. TXU bénéficie ainsi de l'innovation permanente, de la maîtrise des coûts et des améliorations du niveau de service réalisé par Capgemini Energy.

Toutes les entreprises de service public des États-Unis peuvent désormais recourir à cette méthode sophistiquée.

Ce changement s'est opéré très rapidement et Bob Pryor, Directeur Général de Capgemini Energy, se souvient : « Près de deux mille sept cents collaborateurs ont dû être transférés en une journée. Nous devons à la fois afficher une amélioration du service immédiate et réduire les coûts d'exploitation de trente pour cent, soit environ cent cinquante millions de dollars (110 millions d'euros) par an, alors même que la nouvelle stratégie n'était pas encore totalement en place ».

Des résultats solides

Dan Farrell, Directeur Général en charge du projet, évoque la hauteur du défi : « Transférer tous ces collaborateurs était une véritable gageure ! Et notre modèle économique était dans une période d'évolution permanente. La vitesse incroyable de ces changements et leur ampleur n'ont pourtant pas empêché Capgemini de tenir ses promesses ».

En 2004, TXU a entrepris une mutation profonde qui s'est traduite par une progression de six milliards de dollars (4,4 milliards d'euros) de sa capitalisation boursière, une amélioration de trois milliards de dollars (2,2 milliards d'euros) de sa trésorerie et une progression de cent soixante-quinze pour cent du cours du titre. Une stratégie couronnée de succès, dans laquelle la filiale commune Capgemini Energy joue un rôle moteur pour la croissance future.

Le mot de la fin revient à John Wilder, dont l'ambition et l'audace animent le partenariat dans son ensemble : « Ce sont les idées nouvelles qui amèneront les avantages concurrentiels : des idées que nous n'envisageons même pas aujourd'hui. Nous avons désormais un partenaire capable de nous apporter ces idées nouvelles ; à nous de les adapter pour les exploiter au mieux ». Nul doute que le secteur de l'énergie tout entier suit de près ce partenariat.



MÖLNLYCKE HEALTH CARE

Les défis de la réussite

Mölnlycke Health Care est l'un des principaux fournisseurs mondiaux du secteur de la santé en produits à usage unique pour la chirurgie et le traitement des blessures. L'entreprise a connu ces dernières années une croissance fulgurante, au point de doubler de taille depuis qu'elle est devenue indépendante en 1998. Son modèle économique est largement fondé sur l'externalisation et Capgemini a contribué de manière significative à sa réussite.

De dimension internationale, ce groupe occupe une place conséquente sur les principaux marchés mondiaux. Pour la gestion de son informatique, près de soixante-quinze pour cent des tâches et des moyens sont externalisés, avec Capgemini comme principal partenaire technologique depuis l'origine. Klas Bendrick, Directeur des Systèmes d'Information de Mölnlycke Health Care, ne s'en cache pas : « *Sans Capgemini, nous n'aurions pas pu parvenir là où nous sommes* ».

Les dirigeants de Mölnlycke Health Care ont prévu de nouvelles évolutions conformes à leur vision de l'entreprise, qui est celle d'un leader mondial en forte croissance. La société doit gagner en réactivité et en esprit d'entreprise, ce qui exige de parvenir à une souplesse encore plus grande dans ses principaux processus et fonctions.

La valeur par l'innovation

Comme le précise, Klas Bendrick, Mölnlycke Health Care oriente désormais sa démarche vers l'innovation plutôt que vers la gestion des affaires courantes : « *Il nous faut investir moins sur les activités quotidiennes, mais plus sur le développement de solutions nouvelles* ». Cette ambition réaffirmée a conduit à faire évoluer en profondeur les relations entre Mölnlycke Health Care et Capgemini.

Renouvelé en 2004, le contrat d'externalisation en place a été élargi et fondé sur une coopération renforcée. Au-delà de l'informatique, Capgemini prendra en charge les processus, et sa rémunération dépendra des résultats obtenus, plutôt que de reposer sur les seuls accords de qualité de services (SLA). Associé dans le partage des risques, Capgemini doit anticiper pour concevoir les solutions innovantes qui accompagneront Mölnlycke Health Care dans la poursuite de sa stratégie.

Une présence mondiale

L'avance de Capgemini, tant liée au "BPO" ("Business Process Outsourcing") qu'à son offre "Rightshore"™, est essentielle dans cette nouvelle vision de l'avenir. Si les contacts commerciaux sont toujours assurés en Suède, les prestations sont maintenant effectuées dans des centres "offshore" de Capgemini comme celui de Mumbai en Inde. Capgemini offre désormais, via un interlocuteur unique et pour des prix extrêmement compétitifs, des services qu'il réalise dans la région adéquate.

Dans sa démarche de coopération, Capgemini accompagne la stratégie de croissance de Mölnlycke Health Care en intégrant rapidement de nouveaux éléments dans des plates-formes communes. Les processus en place seront améliorés en permanence, en fonction du développement de nouvelles technologies et de nouvelles méthodes. Toujours dans cet esprit de coopération, certains projets seront menés par des équipes mixtes Capgemini-Mölnlycke Health Care pour assurer des transferts de savoir, élever les niveaux de compétence et privilégier la création de valeur.

Klas Bendrick souligne sur ce point : « *La fonction informatique ne vaut que par sa capacité à servir la stratégie de l'entreprise. Ici, elle doit à la fois assurer l'exploitation 24 heures sur 24 et permettre une croissance à rythme soutenu. Capgemini y tient un rôle essentiel pour satisfaire ces exigences* ».

La relation entre Mölnlycke Health Care et Capgemini a connu un changement majeur avec le passage d'une assistance informatique à un partenariat stratégique mondial. Ce dernier est fondé sur une collaboration réelle et profonde, accompagnée d'objectifs ambitieux et permet d'entrevoir des résultats potentiels significatifs. Après cinq années de succès, l'avenir s'annonce prometteur de réussites encore supérieures.

Rédigé en collaboration avec :

Klas Bendrick
Directeur des Systèmes d'Information Mölnlycke Health Care

Arnold Stifors
Vice-Président Capgemini

● TÉMOIGNAGES CLIENTS



DEPARTMENT for EDUCATION and SKILLS

Construire les écoles de l'avenir

Le ministère britannique de l'éducation ("Department for Education and Skills" – DfES) a autorité sur un domaine très sensible au regard du public qui est l'enseignement. Capgemini a eu le privilège d'être retenu pour conduire des changements d'orientations au sein de cette institution. C'est sans doute l'une des missions de conseil les plus passionnantes entreprises en 2004 par Capgemini.

Rédigé en
collaboration avec :

Stephen Crowne
Directeur Général,
Direction des
investissements
DfES

Joan Minogue
Directeur de
Compte
Capgemini

La direction qui a connu le changement le plus profond au sein de ce ministère est celui des investissements. Ces derniers ont été multipliés par dix entre 1997 et 2005, ouvrant ainsi des perspectives nouvelles, mais impliquant également une lourde responsabilité : s'assurer que cette augmentation des investissements se traduise par des résultats tangibles.

Dans cette optique, le DfES a mis en place un programme intitulé "Building Schools for the Future" (Construire les écoles de l'avenir) dans le cadre duquel organismes publics et sociétés privées s'associent sous forme de partenariats locaux pour partager les risques. Le DfES a créé au niveau national un organisme appelé "Partnerships for Schools" (Partenariats pour les écoles), qui intervient comme partenaire et comme conseil, dans une véritable approche coopérative de la politique de l'éducation.

Comme l'explique Stephen Crowne, Directeur Général de la "Schools Capital Division" – la Direction des investissements dans les écoles du ministère, « les entreprises sont impliquées dès le départ dans le partage des risques. Leur rémunération est liée à l'efficacité, à la qualité et à la portée de leurs prestations ».

Innovation pédagogique

Le programme "Building Schools for the Future", dont le budget s'élève à plus de deux milliards de Livres Sterling (soit environ 2,8 milliards d'euros), concerne en priorité les établissements du secondaire. Il incite les architectes, les concepteurs, les éducateurs et les entreprises du bâtiment à développer pour les élèves des lieux d'étude innovants et originaux. Les projets

financés dans ce cadre ont déjà reçu plusieurs distinctions et bénéficient d'un accueil favorable de la part des élèves et de leurs parents.

Ce programme a également entraîné des bouleversements au sein du DfES lui-même. Stephen Crowne précise : « Désormais, notre rôle consiste à inspirer les grandes orientations, ce qui nous impose de disposer de compétences nouvelles. Par ailleurs, nous passons d'une gestion administrative à une gestion stratégique. Enfin, il nous faut aussi acquérir une expertise dans des activités que nous n'avions jamais exercées auparavant ».

Accompagner le changement

Avec l'aide des consultants de Capgemini, le ministère a atteint des résultats rapides en termes de culture, de comportement et de méthodes de travail, sans perturbation de ses activités. Capgemini est intervenu pour apporter les compétences nouvelles nécessaires et pour gérer et limiter les risques sur un terrain nouveau pour ce ministère.

Pour Stephen Crowne, cette expérience peut se résumer ainsi : « Nous privilégions une démarche de coopération pour construire le meilleur environnement pédagogique possible. Nous avons estimé que le meilleur moyen d'y parvenir était de collaborer avec une société extérieure aux compétences établies. Grâce à Capgemini, nous avons pu faire appel à différents intervenants avec une grande souplesse et régler ainsi les questions urgentes tout en laissant nos experts se consacrer aux questions d'orientation générale ».

L'investissement dans l'éducation au Royaume-Uni est en pleine révolution et Capgemini y contribue largement.



À LA SANTÉ VOLODIA POPOV



AKER KVAERNER OFFSHORE PARTNER

Le changement au service de la croissance

Aker Kvaerner Offshore Partner (AKOP) est le premier prestataire de services de maintenance auprès des producteurs de pétrole et de gaz offshore sur le plateau continental norvégien. La direction générale de cette entreprise a toutefois jugé que, malgré la progression de son activité, l'amélioration de ses principaux indicateurs de performance était insuffisante et qu'un changement en profondeur s'imposait à AKOP pour rester compétitive dans un marché en rapide évolution.

Rédigé en
collaboration avec :

Tore Sjursen
Président
AKOP

Lars Henningsson
Directeur de
Compte
Capgemini

Dans les régions où la production de pétrole et de gaz est parvenue à maturité, l'objectif principal des compagnies pétrolières est de prolonger la viabilité économique de l'exploitation des ressources existantes en améliorant l'efficacité de leur gestion. Pour y parvenir, AKOP devait se transformer en véritable partenaire de ses clients et proposer des services les plus complets possibles.

Les principaux actifs d'AKOP sont, avec la qualité et l'efficacité de ses méthodes de travail, les compétences et le professionnalisme de ses équipes. Aucune avancée significative n'était possible sans qu'un accent particulier soit mis sur la formation des collaborateurs. AKOP intègre systématiquement le point de vue de ses clients puisqu'un partenaire authentique se doit d'être responsable de la réalisation de ses objectifs et d'être rémunéré en fonction de ses résultats.

Conscient qu'il fallait faire appel à une expertise extérieure pour la conduite du changement, AKOP s'est adressé à Capgemini pour des raisons précises évoquées par son Président, Tore Sjursen : « *Capgemini a compris que les changements nécessaires touchaient à notre culture et à notre comportement, et pas simplement à notre organisation* ». Capgemini était prêt par ailleurs à s'engager pendant les deux années jugées nécessaires pour que la transformation soit effective. Un point important selon Tore Sjursen : « *J'ai vu des projets échouer par manque de suivi à long terme. Capgemini a insisté sur la nécessité d'agir dans la durée, et nous étions prêts à entendre ce message* ».

Mobilisation et participation

Le projet a été lancé au début de l'année 2004 dans un contexte de mobilisation générale de l'entreprise. Tous les collaborateurs ont participé à des réunions ouvertes au cours desquelles l'équipe de direction a présenté la

situation dans laquelle se trouvait l'entreprise, a évoqué les risques que cela représentait, mais aussi et surtout a livré sa vision pour l'avenir. « *Je suis fier de notre personnel* », s'enthousiasme Tore Sjursen, « *car nos équipes ont compris la situation et se sont impliquées dans la réalisation de notre propre changement* ».

De nombreux clients ont également été séduits par la démarche nouvelle d'AKOP : l'année 2004 a été riche en nouveaux projets, la plupart des contrats stratégiques signés au cours de cet exercice pour l'entreprise ayant été conclus sur la base d'un partage des risques et d'une rémunération liée aux résultats. En fin d'année, le succès se mesurait sur tous les indicateurs : prises de commandes, chiffre d'affaires, résultats et marges sont tous en hausse et AKOP a publié les meilleurs résultats annuels de son histoire.

Capitaliser sur les succès obtenus

Et Tore Sjursen de conclure : « *Nous devons agir en véritable partenaire pour nos clients si nous voulons conserver notre avance ; pour cela, il nous a fallu devenir nous-mêmes une autre entreprise. Nous rencontrerons encore d'autres défis à l'avenir, mais nous disposons désormais d'une base solide pour nous développer, nous montrer compétitifs et nous étendre sur de nouveaux marchés* ».

Si AKOP a réussi cette transformation, c'est notamment grâce à la mise en place d'une équipe mixte, composée de ses propres effectifs et de collaborateurs de Capgemini, qui ont travaillé ensemble, comme les acteurs d'une même entité poursuivant un but commun. Enrichie par la nature coopérative de cette relation avec Capgemini, AKOP a appris à travailler de la même manière avec ses propres clients. Là aussi, le changement était à l'œuvre.

VODAFONE ESPAÑA

Un avantage concurrentiel capital

Le marché de la téléphonie mobile aborde une nouvelle étape de son développement avec la prestation de services multimédia à forte valeur ajoutée. Capgemini a permis à Vodafone, le leader mondial de se créer un avantage capital sur un marché espagnol très concurrentiel, puisque son taux de pénétration dépasse à présent quatre-vingt-dix pour cent.

La technologie mobile de troisième génération dote les opérateurs d'une nouvelle arme : les services à valeur ajoutée tels que le transfert et le téléchargement de vidéos, de photos, de musiques et de jeux ou encore l'accès nomade à Internet. Ces services de données sont synonymes d'avantages concurrentiels pour les acteurs du marché pour peu qu'ils soient capables de les commercialiser avant la concurrence.

Vodafone, qui dispose de la plus large couverture internationale, ambitionne de se hisser au premier rang des fournisseurs de services à forte valeur ajoutée avec comme fer de lance de cette stratégie "Vodafone Live!", un portail multimédia novateur, rapidement et facilement accessible à partir d'un téléphone mobile, en tous lieux et à tout moment.

Partage d'expérience réussie

Avec la possibilité de télécharger des applications Java, "Vodafone Live!" détient un sésame indispensable pour les jeux, la musique numérique et les services. C'est à la fin de l'année 2003 que Vodafone España cherchait un partenaire capable de lui développer cette solution informatique clé en main pour un coût global maîtrisé. Son choix s'est arrêté sur Capgemini, en raison de la capacité du Groupe à partager et à réutiliser l'expérience acquise. Au cours de l'année 2004, cette coopération réussie à tous niveaux permettait à Capgemini d'atteindre les objectifs fixés par Vodafone España.

Où coopération rime avec évolution

Compte tenu des évolutions rapides que connaît ce secteur, la réussite du projet nécessitait une démarche de coopération bien menée. Le centre "ADC" ("Accelerated Development Center") de Paris disposait déjà des principales compétences pour mettre en œuvre la technologie choisie. Une équipe commune franco-espagnole a été formée pour exploiter les acquis existants. Aimery Fustier, Directeur de l'activité Technologie de Capgemini

Espagne, témoigne : « Nous disposons d'une véritable 'dream team', pour assurer le succès du projet. Une équipe qui associait l'expérience de nos collègues français de l'ADC, l'engagement de l'équipe commerciale en charge du client au niveau mondial et la capacité des équipes locales à collaborer étroitement avec Vodafone España ».

L'intégration s'est réalisée à tous les échelons : savoir-faire et métiers, coopération internationale au sein de Capgemini, pilotage d'experts externes, collaboration entre l'équipe commerciale en charge du client au niveau mondial et les équipes de déploiement. Et surtout, la confiance et le respect mutuel entre Capgemini et Vodafone España ont été décisifs. Cela a permis d'affiner la vision stratégique qui a par ailleurs conduit les services et la technologie à évoluer au cours du projet.

« Capgemini a su associer les compétences nécessaires avec une remarquable souplesse. C'est là un facteur clé de succès face à la complexité de ce déploiement », résume Cristina Álvarez, Directrice du Département "Ingénierie Produits" au sein de Vodafone España.

Rédigé en collaboration avec :

Cristina Álvarez
Directrice du Département "Ingénierie Produits" Vodafone España

Javier Valle
Chef de Projet Vodafone España

Maria Teresa Oliva Garcia
Directeur de Compte Capgemini



LE PORT II PAUL AÏZPIRI



Volodia
POPOV

IFP^(*)

Un système d'information modernisé

Périmètre large, prestations variées... la mise en œuvre en une seule étape et dans un délai court d'un progiciel de gestion intégrée à l'IFP doit une large part de son succès à une bonne compréhension des enjeux client ainsi qu'à un pilotage du projet exercé en commun et en toute transparence.

Des projets, cela fait quarante ans que l'IFP en conduit avec succès. Ils consistent principalement en des programmes de Recherche et Développement appliqués à des domaines techniques touchant à l'industrie des hydrocarbures, de leurs dérivés et substituts, ainsi que leurs impacts environnementaux.

En revanche, mettre en œuvre un "ERP" en mode "big bang" destiné à gérer les activités finances, achats, gestion de projet et Ressources Humaines de l'IFP, le tout sur la base de seize modules fonctionnels, un véritable changement d'échelle pour cet institut ! « C'est d'ailleurs notre premier projet à caractère aussi transversal par le nombre des directions concernées, et aussi majeur, avec plus de mille huit cents utilisateurs impactés » confirme Georges Picard, Directeur-général Adjoint de l'IFP.

Un profond changement

Les raisons de cette modernisation ? En premier lieu la modification du statut fiscal de l'IFP, qui le contraint à disposer désormais d'une comptabilité commerciale de droit privé, et non plus de droit public ; ensuite, un système d'information devenu ancien, composé de plates-formes hétérogènes sur lesquelles fonctionnaient des applications non-communicantes.

« Ce projet concrétise surtout un profond changement à plusieurs niveaux : nous décloisonnons les directions fonctionnelles, nous modifions nos procédures, nous changeons de technologie... » précise Georges Picard.

Coopération et transparence

Capgemini a tout d'abord remporté la maîtrise d'œuvre de ce projet sur consultation. Georges Picard explique : « La différence s'est faite sur la qualité de la réponse, la connaissance de la solution, les compétences des équipes. Nous avons également mis une forte pression sur les délais : là encore, Capgemini a su répondre, en mettant en place des structures et outils ».

Dès le début, une base contractuelle précise a été élaborée, définissant les relations entre équipes, les conditions d'assistance et de transfert de compétences, les modalités et le référentiel de pilotage conjoint du projet. Différents comités opérationnels réunissant les équipes, ainsi que des comités de pilotage impliquant la direction se sont réunis selon une fréquence adaptée aux phases du projet.

Ce fonctionnement offre autant d'occasions de favoriser la coopération entre les équipes IFP et Capgemini et autant de moyens de solliciter l'arbitrage, le contrôle et la transparence.

« Ne rien laisser dans l'ombre, décider vite et ensemble, partager les objectifs, avoir une réelle envie d'aboutir : telles ont été les recettes de ce succès, dont nous sommes fiers pour l'IFP » : à elle seule, cette conclusion de Georges Picard illustre bien la nature et les fruits de cette coopération.

Rédigé avec la participation de :

Georges PICARD
Directeur-général
Adjoint
IFP

Patrick FONDANECHÉ
Directeur
Commercial
Capgemini

(*) IFP : Institut Français du Pétrole

● TÉMOIGNAGES CLIENTS



MINNEAPOLIS POLICE DEPARTMENT

Gérer la complexité

En 2004, la Police de Minneapolis "Minneapolis Police Department" et Sogeti USA ont créé ensemble une solution innovante d'aménagement des horaires de travail. Une application qui procure des avantages sur le long terme pour la police de cette métropole du Minnesota, en même temps qu'elle est susceptible d'être déployée ailleurs aux États-Unis et dans le monde.

Rédigé en
collaboration avec :

Phil Hafvenstein
Responsable
projets de propriété
intellectuelle
Minneapolis Police
Department

John Broghammer
Directeur de
Compte
Sogeti USA

La gestion du temps de travail est un facteur essentiel pour assurer une bonne présence des services de police, elle contribue en outre à maîtriser la charge financière supportée par la collectivité. L'aménagement des horaires de service des policiers reste néanmoins une tâche complexe. L'hétérogénéité des conditions contractuelles, de la durée des cycles de travail et des recours aux heures supplémentaires (dans le contexte d'un fonctionnement impératif 24h/24 et 7j/7) s'ajoutent à l'extrême diversité des événements à traiter, qui, planifiés ou non, vont des visites officielles aux affaires criminelles.

La police de Minneapolis souhaitait depuis longtemps pouvoir disposer d'une gestion des plannings en temps réel. Mais aucun logiciel du marché ne répondait aux multiples exigences posées par des services de police d'une grande ville.

Finalement, sous la responsabilité des lieutenants Phil Hafvenstein et Jody Nelson et avec l'assistance de Bert Sletten, expert informatique, la police a développé et mis en place une application dotée des fonctionnalités requises. Le résultat est probant : des économies d'heures supplémentaires qui s'élevaient à cinq millions de dollars (3,7 millions d'euros) entre 1998 et 2003, et une réduction de quatre-vingt-dix-sept pour cent des heures supplémentaires de formation sur la même période.

Un succès qui se conjugue au futur

L'histoire ne s'arrête pas là. Le comté de Hennepin, dont fait partie la ville de Minneapolis, cherchait également une solution de suivi des horaires adaptée aux besoins de sa police locale. La nécessité d'une coopération est ainsi apparue évidente. Pour rendre une telle application utilisable par l'ensemble des services concernés (police, pompiers, urgences), il devenait impératif d'adopter une plate-forme basée sur les technologies

normalisées du Web. Consciente qu'elle devait à ce stade faire intervenir un partenaire technologique de premier plan, la ville a donc choisi Sogeti USA fin 2003, celle-ci a alors collaboré étroitement avec la police de Minneapolis pour transformer l'application originale en "WORKFORCE DIRECTOR™" (*), une solution Web basée sur des composants Microsoft et, par conséquent, facilement ré-utilisable. Toujours très liée au "Minneapolis Police Department", Sogeti USA s'attache dorénavant à adapter et proposer cette solution à d'autres villes et à d'autres services. Elle rétrocède à la ville de Minneapolis une partie des bénéfices ainsi réalisés.

Des bénéfices partagés

Comme l'explique Phil Hafvenstein, « Cette application est distribuée gratuitement aux utilisateurs des services de police, conformément à la réglementation fédérale. Notre objectif étant la pérennité du projet sur le long terme, la ville devait s'assurer de recettes récurrentes pour pouvoir financer les améliorations à venir. Notre partenariat avec Sogeti USA tient un rôle vital dans ce domaine, puisqu'il nous apporte des recettes générées par les activités de déploiement et de personnalisation de cette solution ».

Cette collaboration s'étend au-delà des seuls intérêts commerciaux puisque pour John Broghammer, Directeur de Compte de Sogeti USA, « ce partenariat vise à étoffer une communauté d'utilisateurs prêts à mettre en commun leurs idées et leurs expériences personnelles pour le plus grand bénéfice de chacun ».

Associant un partenariat fondé sur le partage des risques, sur un marketing actif et sur une coopération croissante, ce qui semblait au départ être une utopie est devenu aujourd'hui une réalité.

(*) La solution WORKFORCE DIRECTOR™ est la propriété de la ville de Minneapolis, MN., qui en détient les droits.



GROUPE PSA PEUGEOT CITROËN

Une relation gagnant-gagnant

Depuis maintenant six ans, Sogeti-Transiciel apporte au Groupe PSA Peugeot Citroën des outils et services associés. Ils permettent d'améliorer le fonctionnement des systèmes et composants électriques et électroniques équipant les véhicules haut de gamme. Avec à la clé, de précieux gains de temps de mise sur le marché et une qualité accrue !

La direction des Études du Groupe PSA Peugeot Citroën est très attachée à améliorer techniquement les organes électriques, électroniques et les systèmes logiciels embarqués dans ses nouveaux véhicules haut de gamme (407, 607, C5, C6...). « Nous avons besoin de compétences dans ces domaines pour nos services de Vélizy, mais aussi sur notre site de production de Rennes. Nous avons donc fait appel à Sogeti-Transiciel dès 1999 » se souvient Éric Dorel, le responsable de l'architecture électricité-électronique des véhicules haut de gamme.

Une très forte émulation

Tout au long de la phase de lancement de la C5, c'est aux ingénieurs de Sogeti-Transiciel qu'a été confié le soin de représenter les Études sur le site de production de Rennes.

Dans le même temps, les Études accueillent des ingénieurs rennais, pour travailler sur l'architecture électrique/électronique de la 407. « Cette 'formule de fertilisation croisée' permet des avancées spectaculaires. Mais encore fallait-il que les équipes travaillent avec les mêmes outils pour étudier, valider, diagnostiquer et fiabiliser l'architecture réseaux et les systèmes embarqués »



LA BAIE DE ST-TROPEZ ET LES RÉGATES PAUL AÏZPIRI

poursuit Éric Dorel. Ce qui n'était pas le cas. Nous avons donc décidé de faire concevoir et réaliser par le laboratoire électronique de Sogeti-Transiciel à Rennes un outil universel de diagnostic. « Il régnait entre les équipes des Études et celles de Sogeti-Transiciel une très forte émulation technique. D'ailleurs la réussite de ce projet a été de cent pour cent ».

Désormais, la solution "Diamux" est diffusée dans le groupe PSA comme chez ses fournisseurs. Sogeti-Transiciel poursuit sa mission en assurant la formation des équipes utilisatrices et les différents changements de version.

Quatre réseaux CAN multiplexés

La 407 marque alors un changement : la mise en œuvre d'une architecture électrique/électronique de type multiplexé avec différents réseaux au standard CAN "Controlled Area Network" « Il nous fallait un enregistreur paramétrable, qui devait travailler simultanément sur quatre réseaux et permettre, en fonction des événements constatés, de 'discriminer' ses enregistrements selon chaque composant, système ou sous-ensemble » explique Éric Dorel. Là encore, Sogeti-Transiciel a su répondre en proposant "Transmux", la "juste" solution répondant à ce besoin technique complexe.

En industriel aguerri, Éric Dorel tire un bilan pragmatique de l'emploi de cet outil et des services associés : « sur les pré-séries de la 407, nous avons gagné environ trois mois, ce qui représente des enjeux considérables ! ».

Une approche gagnant-gagnant

Revenant sur sa collaboration avec Sogeti-Transiciel, Éric Dorel conclut : « La confiance aidant, nous allons bien au-delà d'une relation strictement contractuelle. Nous travaillons en privilégiant une approche gagnant-gagnant... et avec la 407, cette formule vient de faire ses preuves à nouveau ! » Et qui prévaut aujourd'hui encore pour la C6.

Rédigé avec la participation de :

Éric Dorel
Responsable de l'architecture électricité-électronique des véhicules haut de gamme
Groupe PSA
Peugeot Citroën

Michel Guillotin
Directeur de Compte
Sogeti-Transiciel