

#35

Juin - Juillet - Août 2014

Finyear

Magazine





WORKING CAPITAL TOUR

Le road show de l'optimisation du cash

LYON - 23 SEPTEMBRE 2014

LILLE - 30 SEPTEMBRE 2014

NANTES - 21 OCTOBRE 2014

PARIS - 20 NOVEMBRE 2014

www.workingcapitaltour.com

Finyear

2ème année
Finyear, supplément
mensuel digital
n° de publication ISN
2114-5369
Supplément gratuit ne
peut être vendu

Téléchargement libre
via www.finyear.com/magazine

Couverture réalisée
par l'illustrateur
Pierre Leloup
www.leloup.graphics

Editeur :
Alter IT sarl de presse -
BP 19 - F.74350 Cruseilles
www.finyear.com

Directeur
de la publication :
Marie Charles-Leloup

Responsable
de la rédaction :
Laurent Leloup
[news\[at\]finyear.com](mailto:news[at]finyear.com)

Graphisme
et mise en page :
Pierre Leloup
www.leloup.graphics

Publicité :
Finyear
[publicite\[at\]finyear.com](mailto:publicite[at]finyear.com)

Les noms cités dans ce supplément mensuel sont des marques déposées ou des marques commerciales appartenant à leurs propriétaires respectifs. L'auteur du supplément mensuel décline toute responsabilité pouvant provenir de l'usage des données ou programmes figurant dans ce site. Les droits d'auteur du supplément mensuel sont réservés pour Finyear. Il est donc protégé par les lois internationales sur le droit d'auteur et la protection de la propriété intellectuelle. Il est strictement interdit de le reproduire, dans sa forme ou son contenu, totalement ou partiellement, sans un accord écrit du responsable éditorial. La loi du 11 Mars 1957, n'autorisant, au terme des alinéas 2 et 3 de l'article 4, d'une part, que « les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa premier de l'article 40). Cette représentation ou reproduction, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code Pénal.

Sommaire

01 Couverture (illustration Pierre Leloup)

02 WORKING CAPITAL TOUR 2014 | Publicité

03 Sommaire

Finance

>4-17

04 KANTOX | Publicité

05 KANTOX | Philippe Gelis CEO de Kantox nous parle de la Fintech

06 SYRTALS | Entretien avec Laurent Rouillac à propos du Bank Payment Obligation

07 CNCEF | Publicité

08, 09 & 10 SIEMENS France | Les clés de la réussite professionnelle dans l'industrie du financement d'actifs

11 Cabinet ARC | Publicité

12 CMCA | Publicité

13 GRANRUT Avocats | « Loi consommation » : tromperie sur la marchandise !

14 & 15 STERWEN | L'analyse sémantique des verbatims...

16 ROBERT HALF | Recrutement : le retour de l'argent

17 CREDITSAFE | Publicité

Governance

>18-20

18 & 19 ASG Software Solutions | BCBS 239...

20 ABN AMRO | Publicité

Technology

>21-33

21 READSOFT | Quand le digital pousse les entreprises à être meilleures

22 EVERWIN | ERP en SaaS : comment profiter au mieux du modèle "low cost" ?

23 INTERSUD | Publicité

24 & 25 ALINTO | Usages et besoins des utilisateurs de messageries électroniques - Partie 1

26 & 27 IBELEM | Les Services Managés appliqués à la mobilité : 6 bonnes raisons de sous-traiter son projet mobilité

28, 29 & 30 NUMEN | Dématérialisation de factures : une évolution gagnante

31 FINEXKAP | Publicité

32 AMO&SOFT | Publicité

33 HUB ONE | 4G : Enfin la rupture technologique !

Lifestyle

>34-39

34 & 35 EXPOSITION | Chagall, impressions Palais Lumière, Evian 28 juin au 02 novembre 2014

36, 37 & 38 PARISIAN GENTLEMAN | Sartorialisme et instruments d'écriture

39 PIERRE LELOUP GRAPHISME | Publicité

4ème de Couverture

WORKING CAPITAL TOUR 2014 | Publicité

Commissions et frais cachés.
Taux de change arbitraires.

Les pratiques de votre banque vous semblent-elles obscures?

Kantox apporte de la transparence dans le marché des changes.
Grâce à nos solutions innovantes, les PME bénéficient d'un service plus efficient
et réalisent des économies substantielles par rapport aux banques et brokers.

Des paiements rapides et transparents

Le taux mid market est toujours
clairement affiché ainsi que les
commissions appliquées.

Il n'y a aucune commission
ni frais cachés. Nous sommes
absolument transparents.

Jusqu'à 80% d'économies sur vos transactions

Pour chaque million d'euro échangé, nos
clients économisent jusqu'à 15.000€ par
rapport à leur banque ou broker.

Notre plus gros client a économisé
400.000€ l'an passé.

Demandez votre démo GRATUITE
+33 (0) 1 76 38 04 14

Philippe Gelis CEO de Kantox nous parle de la Fintech

Philippe Gelis est le CEO de Kantox, une entreprise Fintech spécialisée dans le change de devises qui propose aux entreprises des échanges sur le mode P2P (Peer-to-Peer). Ceci permet aux clients de Kantox d'accéder au taux dit "mid-market" et de réduire les commissions souvent exorbitantes prises par les banques ou les brokers



► Pourquoi s'intéresser à la Fintech ?

◀ La Fintech va révolutionner la finance de même qu'Internet a révolutionné les industries de la musique et des médias. Les banques sont confrontées à des challenges sans précédent et en toute honnêteté, elles ne savent pas véritablement comment s'y prendre. Le pourcentage d'individus des générations X et Y qui utilisent encore leurs agences bancaires "physiques" est drastiquement bas car ces derniers préfèrent gérer leurs finances en ligne. C'est l'un des problèmes majeurs des banques. Un nombre record d'agences bancaires ferment et cela ira en s'amplifiant alors que les banques ne savent pas comment développer une expérience utilisateur attractive en ligne. Cela permet aux entreprises Fintech de se positionner au niveau de l'interaction client. Sur le marché des changes, les services traditionnels sont dépassés et il est donc naturel que le marché se tourne vers les entreprises Fintech, vues comme les leaders en termes de services high-tech.

► La Fintech connaît une croissance spectaculaire au sein du secteur financier. Comment l'expliquez-vous ?

◀ La croissance en flèche des entreprises Fintech est principalement due à deux raisons. La crise financière mondiale a bien failli mener à l'effondrement du système bancaire et a révélé au monde entier que les banques n'étaient vraiment pas dignes de confiance. Beaucoup de personnes ont perdu énormément d'argent. Des entreprises ont dû mettre la clé sous la porte. Les stigmates de la crise ont en plus été exacerbés par des scandales à répétition au sein du secteur bancaire, dont les scandales

du LIBOR et de fixation des taux de change. La confiance que le public et que les entreprises avaient dans les banques a été profondément érodée. Si les entreprises Fintech croissent si rapidement, c'est précisément parce qu'elles offrent aux particuliers et aux entreprises ce que les banques n'ont pas réussi à fournir. Les clients, particuliers et entreprises, sont en quête de transparence, d'équité et d'efficacité, ce que les entreprises Fintech sont à même d'apporter. En 2008, l'investissement total dans la Fintech était de 930 millions de dollars. En 2013, il est de 3 milliards de dollars. Les chiffres parlent d'eux-mêmes et reflètent la croissance et l'importance grandissante du secteur. Les entreprises Fintech sont véritablement capables de se substituer aux banques, et de manière beaucoup plus efficace, pour les prêts, l'affacturage, le change de devises, la gestion de patrimoine...

► Quel est le futur de la Fintech, tant à court qu'à long terme ?

◀ La Fintech va occuper une part importante de l'industrie financière dans les dix-vingt ans à venir. Nos estimations tablent sur une part de marché de 15 à 20%. Ce ne saurait être davantage car les banques vont évoluer pour stopper l'hémorragie, non sans mal car les entreprises Fintech ont clairement un avantage technologique. Le plus probable est que les banques et les entreprises fintech collaborent de plus en plus. Aux USA par exemple, certaines banques régionales prêtent des fonds à travers des entreprises Fintech comme LendingClub, le leader mondial du P2P lending fondé par un Français, Renaud Laplanche, à San Francisco. Le géant espagnol BBVA vient de racheter Simple, une sorte de banque en ligne avec une expérience utilisateur excellente, et utilise la technologie de scoring d'OnDeck. Au UK, Santander banque vient de s'allier avec Funding circle, le leader local.

► Pouvez-vous m'en dire un peu plus sur Kantox et sur ce qui vous distingue de vos concurrents ?

◀ Chez Kantox, nous prôtons la transparence complète, l'équité et les économies maximales pour nos clients. Nos seuls vrais concurrents sont les banques et les brokers, comme nous sommes les seuls à fournir un service de change business-to-business (B2B) basé sur le peer-to-peer (P2P). La recette est simple: nous affichons les taux "mid-market" en ligne, actualisés en

temps réel, ce que les banques et brokers ne font jamais, et notre commission et un % explicite et bien inférieur au spread des banques. En 2013, notre client le plus important a réalisé une économie annuelle de 400.000€ grâce à Kantox. Nous sommes régulés par la Financial Conduct Authority au Royaume-Uni et par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) en France.

► Quels sont les principaux problèmes que vous rencontrez en tant qu'entreprise Fintech et comment Kantox les surmonte-t-il ?

◀ Le premier challenge est la régulation. Nous étions dès le début certains de vouloir être entièrement régulés, mais il y a tellement de cadres légaux impliqués. C'est un challenge considérable en termes d'expertise, de temps et de coût.

Deuxièmement, la "barrière" de la confiance. Les entreprises commencent à être à l'aise avec les solutions en ligne mais certaines sont toujours réticentes. Comme toujours, il y a les avant-gardistes et les "fileux". Récemment, nous avons réalisé notre plus importante transaction: un achat de 21 millions de dollars. Une entreprise qui échange une telle somme avec une entreprise Fintech comme Kantox est la preuve même que la Fintech devient un courant dominant et que ce problème de confiance disparaît.

► En tant qu'entreprise Fintech qui croît rapidement en termes d'importance et d'influence, que pensez-vous de l'impact de Kantox sur les nouvelles start-ups Fintech et sur l'écosystème Fintech en général ?

◀ Nous sommes la preuve vivante que la transparence et l'équité sont une tendance de fond et que les clients, particuliers et professionnels, sont maintenant ouverts aux services financiers alternatifs.

► Avez-vous des conseils à donner aux aspirants Fintech ?

◀ Just do it. Soyez prêt à travailler de façon très intensive pour convertir votre vision en réalité. Le challenge est énorme mais la récompense potentielle n'en est que plus grande. Cela vous donne une sensation incomparable de réussite parce que vous allez aider à révolutionner l'industrie financière.

<http://kantox.com/fr>

Entretien avec Laurent Rouillac à propos du Bank Payment Obligation

Laurent Rouillac PDG Syrtals

► **Laurent Rouillac** bonjour pourriez-vous nous présenter Syrtals ?

« Syrtals est un cabinet de conseil et assistance à maîtrise d'ouvrage concentré sur les métiers du cash management.

L'expertise de Syrtals couvre largement tout ce domaine de l'encaissement décaissement avec la maîtrise de tous les moyens de paiement du chèque aux cartes en passant par les virements prélèvements européens et les opérations internationales, les paiements mobiles les Wallet et autres nouveaux service de paiement, pour servir bien entendu la gestion de trésorerie, sa centralisation et son optimisation.

Les équipes expertes de Syrtals ont développé un savoir-faire dans le domaine de la dématérialisation et de la sécurité, certificats, signature et gestion des pouvoirs indispensable à l'évolution de ces domaines métiers.

Enfin la maîtrise des processus métier a permis à Syrtals de concrétiser une démarche de gestion du risque de fraude performante accueillie avec grand succès par la cible tant bancaire que corporate formant le cœur de la clientèle Syrtals.

Au cœur des métiers des paiements et des financements des opérations internationales, le Trade finance fait partie des domaines couverts par Syrtals; c' est dans ce cadre que Syrtals a dédié un de ses événements annuels aux évolutions du Commerce International & du Trade Finance avec le nouvel instrument " Bank Payment Obligation" – BPO.

Créé en 1997 Syrtals dispose

aujourd'hui d'une force d'intervention de plus de 60 collaborateurs, pool d'expertise unique.

► **Syrtals a organisé récemment son événement annuel autour du nouvel instrument du commerce international Bank Payment Obligation (BPO). Parlez-nous de cet instrument et de ces enjeux. En quoi le BPO est-il un instrument de la Supply Chain Finance ?**

« Le BPO ou Bank Payment Obligation est un nouvel instrument qui se présente comme la combinaison du meilleur des deux mondes: le crédit documentaire, instrument de paiement et de financement du commerce international sécurisé mais lourd et peu automatisé et l'open account plus souple mais ne garantissant pas pour l'importateur ou l'exportateur la livraison des marchandises et de leur paiement ni leur financement.

Particulièrement consciente et motivée par les enjeux réels reliés à ce nouvel instrument Syrtals se mobilise avec ses partenaires de la CCI, SWIFT et des banques comme BNP Paribas qui l'a expérimenté en production pour en assurer la diffusion.

Cet instrument qui permet le rapprochement automatique des données et la validation des écarts éventuels entre les éléments de commande facture et les conditions du BPO présente une avancée majeure dans la capacité d'automatiser et de dématérialiser tout le processus.

Tout en conservant les caractéristiques des instruments existants et en tirant les avantages de la technologie pour améliorer

le traitement des transactions, la banque de l'acheteur ou la banque du vendeur supportant le service va pouvoir proposer à son client des services innovants de paiement et / ou de financement.

Possible à intégrer dans les chaînes logistiques des entreprises et multi banque, cet instrument permettra de s'insérer complètement dans la supply Chain sans rupture entre la circulation et le financement des marchandises.

Des étapes à franchir pour généraliser mais les équipes Syrtals rompues à la conduite du changement y sont prêtes.

D'après SWIFT, plus de 56 banques dans le monde ont déjà adopté le BPO; et plus d'une trentaine de corporates l'utilisent.

<http://www.syrtals.com>



Ethique
Reconnaissance
Honorabilité
Confiance
Notoriété
Inter-professionnalité
Label
Conseil
Experts
Notoriété
Fidélité
Formation
Ethique
Compétence
Référence
Indépendance
Fiabilité
Ecoute
Normes

Syndicat professionnel
créé en 1957



Chambre Nationale
des Conseils Experts Financiers

22, rue de Longchamp - 75116 Paris
Tél. : 01 56 26 06 01 - Fax : 01 56 26 06 03

www.cncef.org



Les clés de la réussite professionnelle dans l'industrie du financement d'actifs

Thierry Fautré, Président de la division Financial Services de Siemens France (SFS)

Toute personne attachée au développement de sa carrière professionnelle s'intéresse non seulement à la nature de ses missions, aux performances de son employeur, mais également aux perspectives globales de croissance de l'industrie dans laquelle elle évolue. Ces trois éléments ont en effet une incidence majeure sur les opportunités de développement professionnel, le niveau de rémunération, sans oublier le degré de satisfaction des salariés. Étant entendu qu'une entreprise en plein essor qui évolue dans un secteur dynamique favorise un développement de carrière pérenne et offre des défis professionnels stimulants.

Le secteur du financement d'actifs constitue un bon exemple d'une industrie en pleine expansion présentant un fort potentiel de développement, que ce soit au sein des économies occidentales qui renouent enfin avec la croissance ou celles des pays émergents. Dans les pays industrialisés où la reprise est plus lente, l'industrie du financement d'actifs constitue une source de financements importante pour les investissements en biens d'équipement, de nombreuses entreprises souffrant d'un resserrement du crédit généralisé. Dans les pays en développement tels que la Russie, la Turquie, l'Inde et la Chine, le financement d'actifs favorise le développement économique et la création d'emplois, en octroyant des financements à des entreprises qui ont bien souvent du mal à obtenir des crédits bancaires traditionnels, leur permettant ainsi de rester compétitives et de suivre

le rythme de croissance rapide de leur pays. Le financement d'actifs est une industrie dans laquelle il fait bon évoluer mais cela ne suffit pas, encore faut-il progresser au sein de la bonne entreprise.

L'entreprise est-elle engagée sur la durée dans son secteur d'activité ?

Les six dernières années ont été passablement mouvementées, les États-Unis et l'Union Européenne ayant enregistré un ralentissement économique important, notamment dans les pays du sud de la Méditerranée. L'Inde a été durement touchée par une crise monétaire, la croissance économique de la Russie et de la Chine a fléchi, alors que dans le même temps les taux d'intérêt turcs grimpaient en flèche. Toute personne souhaitant démarrer ou poursuivre une carrière dans l'industrie du financement d'actifs doit donc examiner avec attention le comportement adopté par les entreprises du secteur au cours des dernières années, certaines d'entre elles s'étant retirées de certains segments du marché ou même de l'industrie tout entière. Elle se gardera ainsi de choisir une entreprise dont la vision à court-terme pourrait représenter un frein dans le développement de sa carrière, mais portera son attention sur une entreprise évoluant sur des marchés choisis pour leurs perspectives de croissance à long-terme.

Quels sont les antécédents de l'entreprise en matière de croissance ?

Une récente étude montre que de plus grandes possibilités d'avancement constitueraient la

première motivation des chercheurs d'emploi actifs¹. Cette enquête met également en évidence le fait que les salariés d'entreprises en pleine croissance se voient offrir davantage d'opportunités de développement professionnel, mais aussi personnel. En effet, la solidité financière d'une entreprise indique généralement que cette dernière a non seulement les moyens, mais également la motivation nécessaire pour mettre en place une politique de formation dynamique et ambitieuse. Les entreprises les plus pérennes ayant tendance à s'attacher les services de leurs salariés plus longtemps, elles comptent davantage de formateurs et de tuteurs, un élément clé dans le cadre d'une gestion de carrière performante.

Certes, focaliser son attention sur des marchés porteurs est positif, mais un trop grand degré de spécialisation peut constituer une menace pour le développement d'une carrière. Il est donc judicieux de chercher une entreprise dont le portefeuille reflète sa diversité. À titre d'exemple, les activités de financement commercial de la division Financial Services de Siemens (SFS) ne consistent pas uniquement à financer les équipements Siemens, mais aussi des technologies connexes au sein de marchés clés comme la santé, l'industrie ou l'énergie, et des projets d'investissement de tierce parties évoluant dans des domaines aussi variés que l'informatique, la bureautique ou la sécurité.

Les meilleurs éléments sont attirés par des entreprises qui ont la capacité à la fois d'identifier, de développer et de se forger une solide réputation sur des marchés porteurs. De telles entreprises ont tendance à mieux

comprendre les besoins de leurs clients en termes de produits et de services, et à avoir une connaissance approfondie de la dynamique et de l'évolution des marchés. Ce sont là des éléments de différenciations concurrentielles qui permettent à une entreprise évoluant dans le secteur du financement d'actifs d'identifier les niches et les secteurs d'activités à forts potentiels, mais aussi de dégager une croissance durable sur ces marchés en assurant des services de qualité. SFS, par exemple, a su tirer profit de son expertise dans le domaine des technologies à haute efficacité énergétique pour développer une offre produit dédiée à ce secteur où les économies d'énergie réalisées grâce au nouvel équipement permettent bien souvent d'autofinancer l'investissement initial.

L'entreprise a-t-elle une présence internationale et se développe-t-elle activement ?

Les acteurs du financement d'actifs qui ont une implantation internationale offrent aux meilleurs éléments l'opportunité de se spécialiser dans leur domaine de compétences et de s'impliquer dans des projets réunissant des personnes d'horizons culturels différents. De nombreuses études confirment ainsi qu'un séjour professionnel à l'étranger constitue un argument de poids en termes d'expérience et d'employabilité², notamment auprès des 18-30 ans. Toute personne désirant faire carrière devrait également se pencher sur les antécédents internationaux de son employeur actuel ou futur, en se concentrant sur deux aspects en particulier : l'entreprise a-t-elle réussi à pénétrer de nouveaux marchés étrangers et à y progresser régulièrement ? Développe-t-elle activement son réseau au sein des pays où elle est déjà implantée ? Si tel est le cas, il est possible d'avoir une confiance légitime dans la croissance future de l'entreprise et les opportunités de développement de carrière s'y rattachant.

Quelle image l'entreprise a-t-elle sur la scène internationale ? Est-elle considérée comme une entreprise innovante ?

Une présence internationale seule a toutefois un intérêt limité si

l'entreprise en question ne jouit pas d'une bonne réputation. Il est également plus facile pour une entreprise à la pointe dans son domaine de se développer sur de nouveaux marchés et d'identifier par là-même de nouvelles opportunités.

Bien qu'il soit essentiel pour une entreprise de développer ses activités au sein d'économies émergentes ou de pénétrer de nouveaux marchés pour parvenir à une croissance durable, le développement de nouveaux produits et de nouveaux services est tout aussi important. L'innovation est un facteur essentiel qui permet à une entreprise leader de se démarquer des autres via notamment l'élaboration de processus et de

pratiques opérationnels pour trouver de nouveaux clients et répondre à des besoins en constante évolution. Ces procédés innovants participent d'une plus grande satisfaction professionnelle et productivité personnelle, et ce faisant permettent aux entreprises de conserver leurs meilleurs éléments.

L'entreprise a-t-elle un processus clairement défini en matière de développement de ses talents et de ses dirigeants ?

Les programmes de gestion des talents jouent un rôle vital dans le développement professionnel des salariés. L'équipe dirigeante en place devrait être impliquée dans ce processus, facteur de cohésion



¹ LinkedIn, Talent Trends 2014: What's on the minds of the professional workforce, <http://business.linkedin.com/talent-solutions/c/14/3/talent-trends/2014.html>

² The Intelligence Group/The Network, Global Talent Mobility Survey 2011, What Attracts the World's Workforce? www.the-network.com/recruitment/recruitment-expertise/global-talent-mobility-survey/upload/GTMS_Wave3.pdf

Les clés de la réussite professionnelle dans l'industrie du financement d'actifs

interne, car il est important que les meilleurs éléments sachent que leur entreprise non seulement s'intéresse à eux, mais s'engage également à les faire réussir. Une étude conduite par Forbes³ révèle ainsi que le départ d'un grand nombre de salariés est bien souvent motivé par le manque de formations et d'encadrement, perçus comme des éléments clés de l'épanouissement personnel.

C'est pourquoi le programme de gestion des compétences de SFS permet aux employés d'obtenir des retours d'information, d'être reconnus et récompensés pour leur contribution et est conçu de manière à régulièrement évaluer le potentiel de chaque individu dans l'objectif de définir quelles seront les prochaines étapes de sa carrière professionnelle. SFS encourage également la mobilité, par exemple d'une division à une autre ou d'un poste à un autre, et la transparence des opportunités à l'échelle internationale pour aider les meilleurs éléments à optimiser leur potentiel.

De nombreux profils ont l'ambition de diriger, que ce soit une équipe, une division ou même l'entreprise tout entière. Pour ces derniers, SFS investit dans un programme intitulé « Leadership Excellence » qui comprend des formations spécifiques destinées à un groupe d'individus défini et promeut le développement continu de nouveaux responsables à travers une série de modules d'apprentissage adaptés au degré de responsabilité recherché. Il est donc pertinent de se renseigner sur le nombre de responsables promus en interne ou venant de l'extérieur car tandis que les premiers connaissent la structure de l'entreprise et partagent ses valeurs, les seconds peuvent être porteurs de nouvelles idées et connaissances utiles pour l'entreprise. De tels programmes sont d'autant plus importants que la majorité des professionnels en activité identifie une équipe dirigeante active et visible comme

contribuant en premier lieu au développement de leur carrière⁴.

L'entreprise encourage-t-elle la diversité ?

La politique interne menée par l'entreprise en matière de diversité est un autre indicateur représentatif de l'importance que celle-ci accorde au développement de la carrière de ses employés. Une entreprise qui encourage la promotion des meilleurs éléments indépendamment de leur sexe ou de leurs origines aura tendance à offrir de bien meilleures opportunités professionnelles. Selon une récente étude, les femmes composeraient presque 60% des effectifs de l'industrie du financement d'actif alors que seulement 19% d'entre elles accèderaient à des postes de direction générale⁵. Il convient donc d'apprécier le degré de diversité d'une entreprise du secteur en se

basant sur ce référentiel.

L'industrie des services financiers ne cesse de croître à l'échelle mondiale, de nouveaux marchés sont identifiés régulièrement et de nouvelles opportunités surgissent constamment, favorisant le développement d'une carrière stimulante et gratifiante. Les six questions abordées dans le cadre de cet article doivent permettre aux personnes ambitieuses et motivées d'analyser leur situation présente et sur la base de ces informations, de faire le choix de poursuivre leur carrière au sein de leur entreprise actuelle ou de rejoindre une entreprise qui leur offrira de meilleures perspectives professionnelles.

Cas concret

Yacine Koucem : 'Une entreprise à l'écoute des souhaits d'évolution de ses collaborateurs'

Comment votre carrière chez SFS a-t-elle évolué au fil des années ?

J'ai choisi de rejoindre SFS il y a six ans pour sa double spécificité, qui me permettait à la fois d'allier la problématique des produits financiers à la logique d'un grand groupe industriel. Chargé de clientèle au départ, j'ai intégré le service contentieux au bout de 18 mois, puis par la suite le service commercial. Chaque changement de poste s'est accompagné de formations ciblées et encadrées me permettant d'acquérir de nouvelles compétences métiers. J'occupe aujourd'hui les fonctions de délégué commercial chez SFS et gère un portefeuille de financements de dossiers structurés.

En quoi cela a-t-il contribué à votre épanouissement à la fois professionnel et personnel ?

Cette capacité à conjuguer un savoir-faire industriel à des financements appropriés permet d'acquérir des compétences diversifiées. À cela s'ajoute l'opportunité d'évoluer au sein de plusieurs divisions en réponse à une orientation de carrière clairement définie avec ma hiérarchie. La culture d'entreprise portée sur les échanges, les débats, permet également aux salariés de se développer et d'être impliqués dans le développement de l'entreprise pour non seulement assurer sa pérennité, mais aussi la création de nouvelles opportunités.

³ Forbes, Why Employee Development is Important, Neglected and Can Cost You Talent, 29 janvier 2013. www.forbes.com/sites/victorlipman/2013/01/29/why-development-planning-is-important-neglected-and-can-cost-you-young-talent/
⁴ Change Management Learning Center, Executives and Senior Leaders : Importance and Roles, www.change-management.com/tutorial-job-roles-mod3.htm
⁵ PriceWaterhouseCoopers, Mending the Gender Gap, mai 2013. www.pwc.com/en_US/us/financial-services/publications/assets/pwc-advancing-women-in-financial-services.pdf

TROP D'ENCAISSEMENTS À RETARDEMENT ?

Avec les juristes d'affaires du Cabinet ARC, leader depuis 20 ans du recouvrement de créances en France comme à l'international, réduisez votre BFR, améliorez votre DSO et gagnez en trésorerie.

Cabinet ARC, des solutions concrètes pour optimiser la gestion de votre poste clients.



Cabinet ARC
JURISTES D'AFFAIRES

Votre argent n'a pas de temps à perdre.

Tél. +33 (0)1 46 03 07 07 - www.cabinet-arc.com
102-104 avenue Édouard Vaillant - 92100 Boulogne - F.

NOS VALEURS :

Expertise, Proximité, Transparence
& Indépendance



NOTRE VOCATION :

« Aider nos clients
à développer et pérenniser
leur chiffre d'affaires
et leur marge »

NOS DOMAINES D'EXPERTISE :

1. Trouver de nouveaux clients solvables et faire croître votre Chiffre d'Affaires
2. Améliorer votre organisation, vos outils et vos process internes
3. Prévenir et sécuriser vos risques d'impayés
4. Aider à recouvrer vos créances en préservant la relation client
5. Etre indemnisé en cas d'impayés

Ce logo...  est certainement celui de votre futur partenaire !

Contactez-nous sans tarder :

www.cmca-courtage.com - Tél : 01 47 99 78 02

« Loi consommation » : tromperie sur la marchandise !

Par Richard Milchior, Avocat associé, Granrut Avocats

Si prompt au lyrisme quand il s'agit de baptiser les lois nouvelles, le législateur a fait preuve d'une étonnante sobriété s'agissant de la loi du 17 mars 2014, dite loi Hamon, « relative à la consommation », mais qui cache, en fait, bien d'autres sujets. Le texte impacte en réalité fortement les relations entre professionnels et renforce considérablement les pouvoirs d'ingérence de l'administration dans les relations économiques, au risque de violer les engagements internationaux de la France.

L'encadrement des pratiques commerciales

Le législateur s'emploie de nouveau à contrecarrer l'ingéniosité des grandes enseignes de la distribution soucieuses de garantir leur pouvoir de négociation vis-à-vis des fournisseurs. La loi Hamon rallonge ainsi la liste des comportements prohibés par l'article L442-6 Code de commerce y ajoutant, entre autres, les clauses de garantie de marge, qui font peser sur le fournisseur les baisses de prix décidées par le distributeur, ainsi que l'application de prix distincts de ceux convenus à l'issue de la négociation commerciale.

L'implication du législateur en faveur des fournisseurs est accrue dans le cadre de la négociation commerciale, dont le parcours est véritablement fléché. Les conditions générales de vente du fournisseur, communiquées annuellement avant le 1er décembre, sont désormais qualifiées de socle « unique » de la négociation. Il n'est théoriquement plus concevable que le distributeur lui impose ses conditions générales d'achat – pratique que le jurisprudence a récemment condamnée comme instaurant un « déséquilibre significatif » au sens de l'article L442-6 I 2° du Code de commerce (CA Paris, 18 décembre 2013, n°12/00150).

Le distributeur est nécessairement contraint à la négociation... même si rien ne permet de préjuger du résultat de celle-ci. Aussi, afin d'assurer son déroulement loyal, les parties doivent conclure avant le 1er mars de chaque année une « convention unique » comprenant diverses informations reprenant leurs obligations respectives, ainsi que le barème des prix ayant servi de base à la négociation. Le but de cette disposition est de permettre à l'administration de retracer le déroulement de la négociation (1), afin d'en contrôler l'équilibre. Elle en a désormais les moyens.

L'instauration d'un régime de répression économique

Le trait le plus marquant de cette loi « consommation », à la dénomination partiellement trompeuse, est qu'elle octroie à l'administration des pouvoirs de contrôle, d'enquête, d'injonction et de sanction d'une étendue inédite, assortis d'un alourdissement sévère des sanctions, notamment administratives, encourues par les entreprises.

Telle la police judiciaire, les agents de la DGCCRF et de l'Autorité de la Concurrence ont désormais le pouvoir d'opérer sur la voie publique et sur les lieux d'exécution d'une prestation (L450-3 C.com), d'effectuer des relevés d'identité (L450-3-1 C.com), de recourir à des techniciens qualifiés, d'obtenir la communication des documents nécessaires à leur mission et même de retarder la révélation de leur identité jusqu'à la notification de l'infraction au contrevenant. L'administration dispose de plus d'un pouvoir d'injonction pour l'ensemble des manquements et infractions relatifs à la transparence, aux pratiques restrictives et aux pratiques prohibées (L465-1 C.com) et des moyens de les faire respecter.

En effet la loi Hamon assortit la plupart de ces pratiques d'une amende administrative dont le

montant maximal peut atteindre, dans certains cas, 375 000 euros, sans préjudice d'un éventuel cumul avec des sanctions d'une autre nature (civile ou pénale) prévues au titre des mêmes pratiques, dans la limite néanmoins de la sanction la plus élevée. Si un tel cumul, tout comme le peu de garanties existant quant au respect des droits de la défense et à l'indépendance de l'administration n'ont pas beaucoup ému le Conseil constitutionnel, leur conformité au droit de l'UE, et à la CEDH, reste, elle, soumise à caution.

(1) Nicolas Ereso, L'encadrement par la loi Hamon des relations entre fournisseurs et distributeurs, Gaz. Pal.2014, n°110 à 114, p.34.

Bio express
Richard Milchior intervient en propriété intellectuelle, en droit de l'Union européenne, en droit de la concurrence interne et en droit de la santé.



L'analyse sémantique des verbatims, outil indispensable à la connaissance client

Par Bruno MATHIS, Engagement manager chez STERWEN

Améliorer la qualité de la relation client, et réduire le risque d'attrition, passent par une analyse de tout ce que le client écrit à, ou sur l'entreprise – ce que l'on appelle ses verbatims. Et il faut le faire quel qu'en soit le canal d'acquisition. Ce processus, coûteux en ressources humaines s'il devait être fait à la main, peut être automatisé grâce à un logiciel d'analyse sémantique.

L'enquête de satisfaction, un outil d'acquisition de connaissance client qui a ses limites

Ayant fait de la relation client un axe stratégique, les grandes entreprises ont multiplié les enquêtes de satisfaction. La tendance à privilégier le « quali » les amène à y introduire des questions ouvertes. Mais même en favorisant l'expression spontanée, elles ne permettent pas de tout savoir sur le client.

Tout d'abord, le client est de plus en plus « spammé » et la chute de rentabilité des questionnaires de satisfaction se poursuit. La logistique des enquêtes se complique avec la contrainte du nécessaire délai de carence entre vagues d'enquêtes, pour éviter toute sur-sollicitation, et celle d'un contrôle de compatibilité avec les actions commerciales conduites à travers les différents canaux.

De plus, la production de ces verbatims dépend de la prédisposition des clients à répondre à toute enquête, ainsi qu'à leur appétence pour le canal de communication choisi.

Des verbatims sous toutes les formes

Les directions du marketing et de

la communication ont par ailleurs beaucoup investi ces dernières années dans les outils de surveillance et d'animation des réseaux sociaux, qu'on appelle aussi Social CRM (SCRM). Cependant, l'usage de ces outils est davantage tourné vers l'analyse de réputation, pas tellement vers l'acquisition de connaissance du client : « ce que le client dit de moi » plutôt que « ce qu'il révèle de lui ».

Il est vrai que la voix de l'internaute n'est pas la voix du client et que les entreprises ont du travail, dans les années qui viennent, pour coupler SCRM et CRM par une mise en correspondance des pseudos et autres adresses ip, d'un côté, avec les identifiants internes du client de l'autre.

Le client ne s'exprime pas que dans des enquêtes et sur les réseaux sociaux. Ses mails, ses réclamations, les comptes rendus de visite écrits par un conseiller ou un agent d'accueil, ses commentaires entrés sur une borne interactive, les scripts de ses conversations téléphoniques, tous ces matériaux sont autant de sources d'information primaires qu'il convient d'exploiter. De fait, l'enquête de satisfaction, source secondaire, devrait être réservée à des questions dont on n'est pas censé avoir déjà la réponse...

Cependant les verbatims clients sont rarement consolidés à travers les départements de l'entreprise, et à plus forte raison redistribués : les réponses aux enquêtes restent au marketing ; les tweets et autres commentaires postés par les clients sur la page Facebook de l'entreprise restent sur ces médias publics ; les réclamations, le plus souvent formulées à l'oral, sont traitées par les centres d'appels et généralement oubliées dès leur résolution : pressé

par l'objectif d'un maximum d'appels par heure, le téléopérateur n'a pas le temps de saisir un commentaire significatif dans le CRM et de toute manière la perspective de devoir en donner l'accès au client au titre de la loi Informatique & Libertés incite à écrire le minimum. Les commerciaux, enfin, préfèrent garder par devers eux des mails de leurs clients pour éviter toute interférence des services.

Une fonction nécessairement transversale à l'entreprise

Pourtant, un conseiller bancaire, par exemple, gagnerait à avoir un résumé de la dernière conversation que son client a eu avec un centre d'appels de même qu'un agent général gagnerait à savoir l'argumentaire développé par un client se plaignant que sa demande d'indemnisation d'un sinistre ait été refusée. En connaissant mieux le contexte d'une demande et l'état d'esprit de son client, le commercial trouve plus facilement le ton juste et évite toute maladresse en le rappelant.

Il faut donc briser la dépendance aux silos informatiques et constituer un corpus multi-canal de verbatims pour le répartir ensuite selon les chargés de compte.

Cela vaut aussi pour les services techniques. Tout client n'émet pas nécessairement une réclamation pour toute anomalie, mais peut la révéler au hasard d'une enquête de satisfaction ou en réagissant sur un forum de consommateurs.

A propos de Bruno MATHIS
Bruno MATHIS est Engagement Manager chez SterWen. Bruno Mathis pilote et intervient sur des missions relatives aux systèmes d'information, en banque et finance.

A propos du groupe SterWen
SterWen, créé en 1996, est un groupe indépendant de conseil en management et organisation. Le cabinet propose à ses clients un accompagnement sur mesure dans leurs grands programmes d'évolution et de transformation, que ce soit dans des contextes de lancement d'activités, de fusions et de rapprochements, de rationalisation ou d'industrialisation, de maîtrise des risques et d'adaptation réglementaire.

L'offre de SterWen couvre du conseil en stratégie jusqu'à l'accompagnement du changement et la formation, en passant par le pilotage de grands programmes et l'amélioration de l'efficacité opérationnelle.

Son positionnement se différencie de ses concurrents par : - son pragmatisme, qui se caractérise par sa volonté d'intervenir dans l'accompagnement opérationnel de la mise en œuvre des recommandations, - son obsession de la satisfaction clientèle (Etude 2012 : 100% des clients indiquent qu'ils sont prêts à recommander SterWen).

Allianz, AXA, Binck Bank, BNP Paribas, Bouygues, BPCE, Brinks, Caisse des Dépôts, Cour des Comptes, Crédit Agricole, Dexia, GAN, GE, Humanis, La Banque Postale, Malakoff Médéric, Natixis, l'ONU, RCI Banque, Société Générale, ... sont quelques-unes des prestigieuses références clients de SterWen.

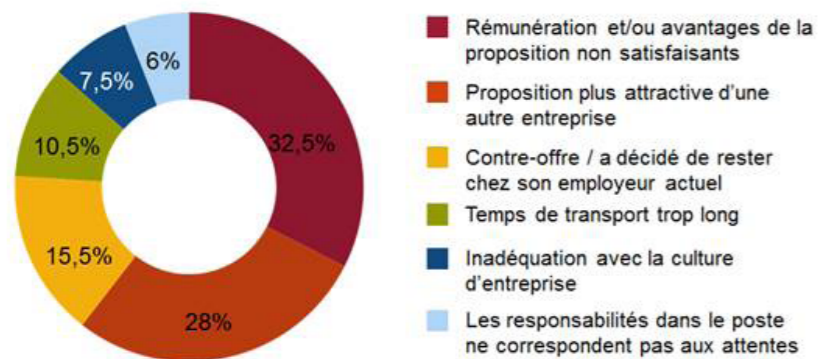


Recrutement : le retour de l'argent - Pour 76% des candidats, l'argent serait un critère décisif pour accepter un nouveau poste

Si ces dernières années, les candidats pouvaient hésiter à négocier leur rémunération lors d'un entretien d'embauche, réviser leurs prétentions salariales à la baisse voire accepter la première proposition venue, Robert Half, leader mondial du recrutement spécialisé, observe un changement. Les candidats accordent aujourd'hui une plus grande importance à la rémunération lors du processus de recrutement. En effet, selon une étude*, les principales raisons avancées pour décliner une proposition d'emploi sont liées au salaire. Pour embaucher le candidat idéal, il mieux vaut offrir une rémunération à la hauteur du marché et ne pas prendre le risque de le perdre pour un delta de rémunération finalement dérisoire.

1. La rémunération, un critère décisif dans la prise de décision pour un nouvel emploi

- 32,5% des candidats déclarent décliner une proposition d'embauche en raison d'une rémunération et/ou des avantages non satisfaisants,
- 28% des candidats avancent la raison d'une proposition plus attractive dans une autre entreprise,
- 15,5% des candidats décident finalement de rester chez leur employeur actuel suite à une éventuelle contre-offre (Proposition faite à un salarié démissionnaire pour obtenir qu'il revienne sur sa décision. Cette contre-proposition comprend généralement une promotion, une augmentation de salaire, de nouveaux avantages et/ou de nouvelles responsabilités).



2. Les 'bonnes' raisons de dire OUI ou NON à une proposition d'embauche

Pour tout salarié, arrive un moment dans sa carrière où la tentation de saisir une nouvelle opportunité se fait plus forte. Mais la décision d'accepter un nouvel emploi n'est pas à prendre à la légère. Il est alors important de se poser les bonnes questions avant de faire un choix définitif.

Les 10 bonnes questions à se poser avant d'accepter une proposition d'embauche :

1. Quelles sont les raisons qui me poussent à quitter mon emploi actuel ? Sont-elles 'irréremédiables' ?
2. Le poste proposé correspond-il à mon projet professionnel ?
3. Ai-je bien compris (tous) les enjeux du poste et (toutes) les attentes de mon futur employeur ?
4. Les conditions de rémunération sont-elles en adéquation avec mes

prétentions ? => Un benchmark 'honnête' du marché en s'appuyant sur les études de rémunérations des cabinets de recrutement, les offres d'emploi publiés sur les sites... peuvent aider à se situer en terme de rémunérations.

5. Financièrement, ce travail va-t-il me fournir un mode de vie (plus) confortable? Ou peut-il le devenir dans un terme raisonnable ?
6. Le bureau est-il à une distance raisonnable de mon domicile ?
7. L'environnement de travail est-il propice à mon propre style de travail ?
8. Mon futur supérieur hiérarchique direct semble-il être un soutien avec qui je pourrai apprendre ?
9. Une évolution de carrière à moyen / long termes est-elle envisageable ?
10. La culture d'entreprise est-elle en accord avec mes valeurs ?

Olivier Gélis, Directeur Général de Robert Half explique : « Contrairement à ce que le contexte pourrait faire croire, il n'est pas aisé pour les entreprises de recruter certains candidats. Les plus compétents sont toujours extrêmement sollicités. Les meilleurs d'entre eux ont même souvent le choix entre plusieurs propositions : les candidats adaptables, immédiatement opérationnels et flexibles, sont et seront toujours autant courtisés. Donc prendre le risque de tenter de négocier une rémunération, qui correspond au marché est un risque pour les entreprises. Perdre le candidat idéal, c'est ne pas se doter des compétences pour profiter de la reprise et c'est même donner une mauvaise image de l'entreprise alors que les candidats sont de plus en plus sensibles à la marque employeur. »

*Source : enquête Robert Half menée par un institut de sondage indépendant en décembre 2013 auprès de 200 Directeurs/Responsables des Ressources Humaines en entreprises en France

Groupe Robert Half

Profitez de données de Classe Mondiale

Accédez intantamment aux rapports d'information de 120 millions d'entreprises

Creditsafe, avec 70,000 utilisateurs à travers la planète est désormais le fournisseur d'information d'entreprises le plus utilisé au Monde.



Prenez votre billet et demandez un essai gratuit en nous appelant au 03 20 25 85 50 ou sur www.creditsafe.fr

creditsafe
simply smarter

BCBS 239 ou savoir revenir aux bases de la gestion des données de risques pour éviter une nouvelle crise financière

Par Gilbert Amar, Vice-Président Europe du Sud d'ASG Software Solutions

Assurer une bonne gouvernance des données est déterminant pour soutenir la croissance de l'entreprise, les Big data rendant la question de leur fiabilité sur un plan légal de plus en plus critique.

Au cours des dernières années, de nombreuses

réglementations ont été mises en place (Sarbanes-Oxley, SEC-17a, Bâle III, Solvabilité II...) avec à la clé des besoins accrus en termes de reporting mais aussi de granularité des informations présentées.

Dans ce contexte, le Comité de

Bâle sur le contrôle bancaire (BCBS) a publié le 9 janvier 2013 des recommandations, dites BCBS 239 : 14 principes ont été énoncés visant à renforcer la capacité des banques à agréger les données risques et à améliorer les pratiques de reporting qui leur sont relatives. 11 de ces principes concernent les établissements bancaires d'importance systémique au niveau mondial (G-SIBS) et 3 concernent les autorités de contrôle.

Si les établissements bancaires dits systémique (G-SIBS) ont jusqu'à janvier 2016 pour s'y conformer, beaucoup sont déjà en retard dans la mise en œuvre de ces programmes de conformité. Or ce retard pourrait les mettre à nouveau sous les projecteurs : sous-estimer ou ignorer les principes exposés par le BCBS 239 confronteraient les banques à un nouveau risque de désastre financier mondial avec de très lourdes pénalités à payer à la clé.

Sans compter les principes de régulations qui concernent aujourd'hui moins de trente banques systémiques (G-SIBS) au niveau mondial seront à terme étendus au niveau domestique sur des banques dites D-SIBS qui devront en répondre devant les régulateurs nationaux. Une fois identifiée, la banque ne disposera que de 3 ans pour justifier d'une parfaite mise en conformité. Dans ce contexte, il est clair que la mise en œuvre dès aujourd'hui d'un tel programme constitue un réel avantage compétitif.

Loin d'être insurmontable, la mise en place de ce programme, si elle est planifiée dès à présent, constitue une réelle opportunité pour les banques de moderniser, d'innover et d'anticiper sur leurs métiers futurs

en s'appuyant sur des équipes et des processus toujours plus efficaces.

En termes de systèmes d'information, elle sous-tend 5 chantiers :

- améliorer l'infrastructure IT utilisée pour les reportings clés,
- améliorer la gestion des risques et les processus de prise de décision,
- diminuer les pertes liées aux faiblesses de la gestion des risques,
- améliorer la rapidité et la disponibilité des informations,
- mettre en place une réelle gouvernance des données.

Les banques devront alors suivre 3 étapes clés :

1. Evaluer leur niveau de conformité

Obtenir une vue détaillée et complète des données risques n'est pas facile et c'est bien pourquoi les principes BCBS 239 demandent d'améliorer les capacités d'agrégation des données risques. Les établissements bancaires doivent s'approprier les réglementations afin de réellement évaluer l'organisation dans sa globalité et son environnement externe.

N'oublions pas non plus que les autorités de contrôle vont exiger toutes les documentations et preuves nécessaires pour justifier les données risques. C'est la raison pour laquelle la mise en œuvre de processus est indispensable.

Une évaluation complète, indépendante de tous les départements doit aussi être mise en œuvre avant d'évaluer les faiblesses de l'organisation et définir les standards à implémenter en conformité aux principes BCBS. Cela doit non seulement prendre en compte la gestion des risques

actuelle mais également anticiper les risques à venir, avec si possible une gestion des risques en temps réel.

2. Mettre à disposition des données

Selon le rapport BCBS 'Progress in adopting the principles for effective risk data aggregation and risk reporting', les établissements financiers estiment être en conformité grâce à leur système d'information et à leur infrastructure de gestion des données – notamment les taxonomies intégrées de données et les contrôles réalisés tout au long du cycle de vie de la donnée.

Les enseignements de la récente crise financière montrent que des données agrégées en temps réel sont essentielles pour éviter les risques. La technologie doit par ailleurs gérer en temps réel des volumes de données croissants et fournir des rapports très précis et complets quel que soit le métier, la juridiction ou l'entité légale, même en cas de stress, crise ou erreur humaine.

3. Mettre les bonnes compétences à la bonne place

Les entreprises doivent se doter des bonnes compétences. Les technologies et l'infrastructure IT sont fondamentales pour l'exploitation des données, les individus pour transformer ces données en prise de décision et gérer intelligemment l'information. Afin d'adhérer à ces principes de gouvernance, d'exactitude et d'adaptabilité, les équipes devront connaître les tenants et aboutissants de la gestion des métadonnées et de la traçabilité.

Ce qui est capital aujourd'hui, c'est d'éviter une nouvelle crise financière.

A cette fin, les recommandations BCBS 239 encouragent les banques à changer leurs habitudes en matière de gestion de données risques et de reporting. Cette contrainte est aussi une opportunité de moderniser leur informatique et de présenter un plus grand nombre et une granularité d'informations sur les risques auxquels elles sont confrontées.

Toutefois, seules celles qui ont déjà mis en place les processus nécessaires ou planifier par avance l'échéance de 2016 pourront pleinement bénéficier des avantages d'une mise en œuvre d'un programme de conformité, maîtriser leur croissance interne et un système de gestion des risques fiable.

Gilbert Amar

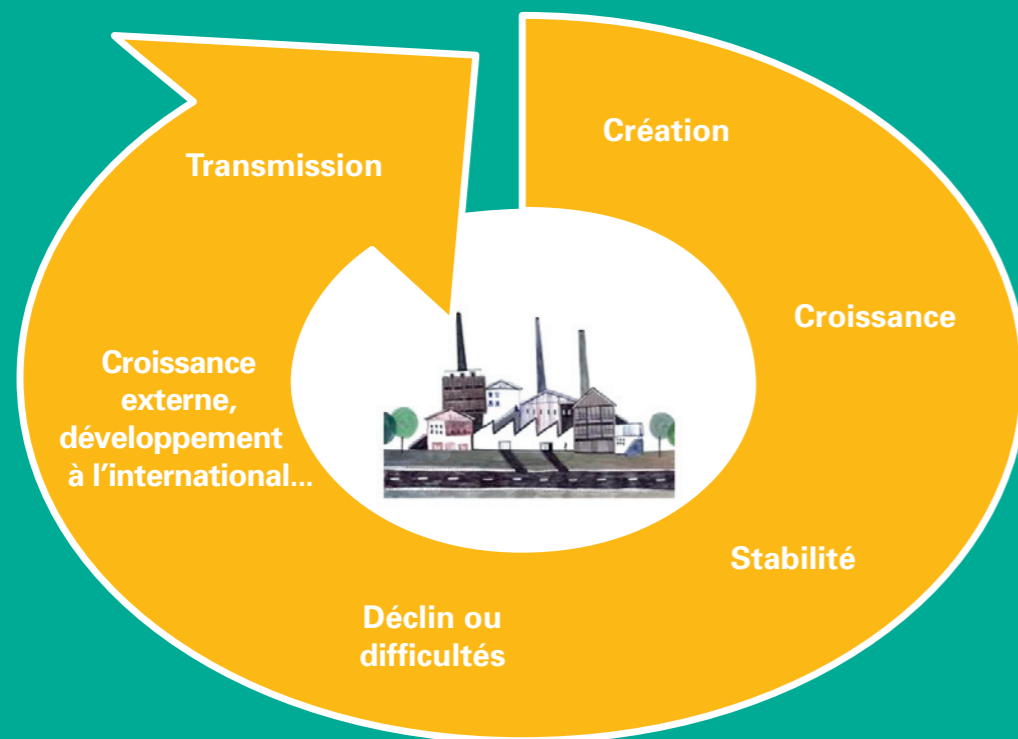
Vice President, EMEA South, ASG Software Solutions

Gilbert Amar, 54 ans, est Vice-Président de la zone Europe du Sud pour ASG Software Solutions depuis 2002, date à laquelle il rejoint le groupe après avoir créé et dirigé la filiale française de Landmark Systems, éditeur de la gamme de logiciels de gestion des performances TMON™, rachetée par ASG cette même année.

A ce titre, il a la responsabilité des ventes de la filiale française et des pays de la zone EMEA Sud (Italie, Espagne, Benelux et Hollande) et de la promotion des solutions dans le domaine du Cloud, des contenus et des systèmes. Avant Landmark Systems, Gilbert Amar avait dirigé les filiales françaises de DBMS, de Candle, ainsi que les filiales française et britannique de Bachman.

À vos côtés à toutes les étapes de votre développement !

De la création à la transmission, nous proposons une large gamme de solutions de financement et de gestion du poste clients permettant le développement de votre entreprise à chaque étape de son cycle de vie.



Une solution de financement pour optimiser votre BFR

Nous agissons à vos côtés en véritable partenaire pour vous accompagner à toutes les étapes de votre cycle de vie : développement des activités en France et à l'international, transmission, retournement... qu'il s'agisse d'optimiser votre trésorerie ou d'anticiper une crise de liquidités.

Nos équipes définissent et mettent en place des solutions sur mesure pour financer votre cycle d'exploitation.

A cet effet, nos contrats sont souples et modulables selon les besoins et les caractéristiques de votre entreprise.

Nous sommes les pionniers des solutions de financement en gestion déléguée, plus particulièrement le Financement de Balance, pour lesquelles nous avons une large expérience.

ABN AMRO Commercial Finance, fournisseur de solutions de financement sur mesure et innovantes

Filiale à 100 % du groupe ABN AMRO, ABN AMRO Commercial Finance, spécialisé dans le financement et l'optimisation du BFR, est présent en France à Paris, Lyon et Lille.

Avec près de 1 500 clients, ABN AMRO Commercial Finance est fortement implanté dans 4 pays : Allemagne, France, Pays-Bas, Royaume Uni et dans le reste du monde au travers de son appartenance aux réseaux FCI (Factor Chain International) et IFG (International Factor Group) dont ABN AMRO Commercial Finance est un des membres fondateurs.

www.abnamrocommercialfinance.fr

Quand le digital pousse les entreprises à être meilleures

Par Bruno Laborie, Responsable Business Development, ReadSoft France.



L'efficacité à l'heure du digital

La multiplication des canaux de communication vis à vis des clients (email, SMS, Fax, Téléphone...), les modifications législatives récentes sur la consommation permettant par exemple de changer d'assurance plus facilement (Loi sur la consommation 2014), et l'arrivée du Big Data bouleversent les stratégies organisationnelles des entreprises.

L'arrivée de client hyper connecté est aujourd'hui une réalité et une tendance en forte augmentation : seulement 17% des français se sont rendus plus d'une fois dans leur agence bancaire en 2012 vs 67% en 2007 (Source Cabinet Weave Etude Mars 2014).

Tout va plus vite dans notre société de consommation, mais les données relatives à la personne sont de plus en plus cruciales, et le respect des engagements de services (SLA), que l'on soit une entreprise BtoC ou BtoB, reste un enjeu clé pour la fidélisation clients. Pour le Gartner Group, augmenter de 1% son taux de fidélisation se traduit en moyenne par une augmentation de 8% du bénéfice. Pas le choix donc, pour restez

compétitif, il faut savoir répondre à la demande et être réactif.

La gestion des données clients : adopter la bonne stratégie

Votre efficacité va donc être mesurée par votre rapidité de réponse mais également par votre qualité de service bien évidemment. Autrement dit comment augmenter sa productivité tout en garantissant une continuité dans votre service à la clientèle voire une amélioration de celui-ci? C'est ici que les nouvelles technologies entrent en jeu.

La mise en place d'une plateforme d'automatisation des processus documentaires, multicanal, va vous permettre de raccourcir le circuit de réponse tout en réduisant les sources d'erreurs de manipulation des données clients.

En effet, intégrer une solution des gestion des flux documentaires – directement au niveau de la salle courrier ou du back office- vous assurera de capturer les informations clients dès leur arrivée, de les transmettre rapidement au service concerné, de les traiter et d'interagir avec le client si nécessaire, facilement et rapidement. Par ailleurs, vous pourrez mesurer l'évolution de votre productivité et gérer vos engagements de services.

Par exemple, un particulier souhaite souscrire un prêt à la consommation. Il va commencer sa souscription sur le Web, remplir les informations jusqu'à obtenir une prévalidation de la banque, imprimer le formulaire, copier les pièces justificatives qui vont être envoyées à la banque. Lors de la réception au niveau de la salle courrier, le traitement automatisé prend le relais : numérisation du formulaire, récupération des données saisies, identification des pièces justificatives, extraction des informations pour

comparaison (détection de la fraude). Une fois le dossier vérifié d'un point de vue documentaire, il pourra alors être passé à un gestionnaire de back-office qui va pouvoir le valider pour déclencher la mise à disposition des fonds. En cas de dossier incomplet, il doit être possible de demander une photo du document via un smartphone ou l'envoi du document numérisé pour finaliser le tout.

Des solutions matures

Aujourd'hui les départements Ressources Humaines, Comptabilité Fournisseurs et le Service Courrier sont les départements les plus fréquemment candidats à la mise en place de solution de dématérialisation et d'automatisation des processus.

70% des organisations qui ont fait le pas affichent un ROI "Bon" ou "Excellent" (source AIIM 2013).

Pourquoi attendre quand la dématérialisation de vos processus peut vous apporter 30% de productivité supplémentaire? La maturité des solutions du marché et les bénéfices qu'elles apportent ont déjà été démontrés à plusieurs reprises.

Par contre, il faut être vigilant et choisir une solution capable d'avoir à partir d'un socle unique :

- une réception multicanal (papier, fax, email, smartphone, tablette,...)
- des capacités de classification, d'identification et d'indexation avec des fonctionnalités d'auto-apprentissage performantes
- des possibilités de contrôles internes ou externes (détection de la fraude,...)
- des consoles de pilotage vous permettant d'identifier et d'agir vite pendant les pics d'activités

A vos cahiers des charges !

ERP en SaaS : comment profiter au mieux du modèle "low cost" ?

Par Eric Angelier Directeur Général d'Everwin.

L'intérêt des entreprises pour les applications professionnelles en mode SaaS (Software as a Service) est désormais incontesté. Une récente enquête de Constellation Research indique que 37% des sociétés ont des projets d'investissement de ce type pour la messagerie et le calendrier, 32% pour la gestion des ressources humaines, 31% pour le CRM et 25% pour l'ERP. Ainsi l'intérêt pour un ERP en mode SaaS est grandissant, alors qu'il est bien plus complexe de changer d'ERP que de messagerie. Cet intérêt est motivé par les avantages intrinsèques de l'ERP en mode SaaS : vitesse de mise en oeuvre, réduction de l'infrastructure informatique, évolutivité et facilité des mises à jour.*

Dès lors les offres des éditeurs d'ERP en mode SaaS sont de plus en plus nombreuses et face aux propositions d'éditeurs historiques apparaissent de nouveaux entrants. Les premiers font valoir la richesse fonctionnelle et la capacité d'adaptation de leurs produits, les seconds mettent en avant la simplicité d'usage et des coûts très inférieurs. Alors aujourd'hui vous faut-il vraiment choisir entre « low cost » et « rich product » ? Ou existe-t-il une troisième voie, modulaire et évolutive, associant les deux avantages ?

Pour répondre à cette question, il convient de revenir aux besoins fondamentaux des entreprises. Tout d'abord, elles savent bien qu'elles peuvent gagner en agilité et en productivité en installant un ERP qui couvrirait l'ensemble de leurs processus de gestion opérationnelle. Pour autant elles savent également que déployer un tel outil et l'adapter à leurs particularités est un projet qui prend du temps et nécessite un investissement conséquent. Aussi,

elles aimeraient trouver une offre qui leur permette de mettre en place rapidement et pour un coût limité une application qui couvrirait d'abord le coeur de leurs besoins (suivi des commandes, des achats, de la production, facturation et calcul de rentabilité) puis, dans un deuxième temps, elles aimeraient pouvoir déployer progressivement l'ensemble des fonctionnalités complémentaires qui leur apparaîtraient nécessaires (CRM, suivi des budgets, gestion des RH, planification, suivi du SAV, Business Intelligence...).

Ces besoins démontrent qu'il est possible d'associer les philosophies « low cost » et « rich product » : prenez un ERP éprouvé, possédant de nombreuses références dans votre métier, choisissez son offre SaaS et demandez à ne mettre d'abord en

place que le coeur de votre besoin pour un coût très limité, comparable aux offres « low cost ». Puis, plus tard, selon vos besoins et votre budget, complétez votre ERP avec les modules de votre choix. Aujourd'hui, peu d'éditeurs éprouvés proposent une offre « low cost » en entrée de gamme, mais faites valoir vos besoins et ce modèle devrait rapidement se généraliser : il vous permettra de démarrer « low cost » en vous évitant bien des désagréments et, à votre rythme, d'aboutir au « rich product » pour vous faire gagner encore plus de productivité.

* enquête de Constellation Research publiée en septembre 2013, basée sur des données collectées fin 2012 par Computer Economics auprès de 244 sociétés



Présentation

Chantal LERRANT
Présidente
Jean-philippe GAYRAUD
Directeur Général
Bruno FERAUD
Responsable Département Export
Sylvie BILLIEZ
Responsable A.D.V

Activité

Expert dans l'information commerciale à valeur ajoutée sur personnes morales et physiques **depuis 1984**

Structure

20 personnes dont **12 Analystes spécialisés dans le renseignement d'investigation** sur Entreprises françaises et internationales (Europe et grand Export)

Contact

INTERSUD SERVICES

Parc de l'Angevine
13681 Aubagne cedex
Tél. : 04 91 19 02 00
Fax : 04 91 44 19 82
E-mail : info@intersud.fr
Web : intersud.fr

La prévention du risque client et fournisseur par le renseignement d'investigation, depuis 1984
Siège à Aubagne, bureaux à : Paris, Lyon, Strasbourg
Intervention sur toutes structures juridiques françaises et étrangères
Enquêtes de patrimoine sur personnes physiques et recherches de débiteurs.

Nos enquêtes :

PREMIUM



Rapport synthétique sur tous types d'Entreprises, y compris celles de création récente, artisanales ou individuelles, S.C.I., Associations, ou ne publiant pas de comptes annuels...

SECTORIELLES



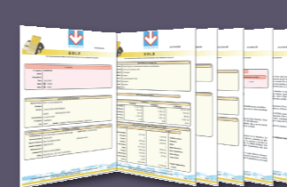
BTP, Textile et Cuir
Produits pétroliers
Lubrifiants

PASS-FOURNISSEUR



Rapport destiné aux directions des Achats ou Commerciales Sur les Fournisseurs stratégiques de l'Entreprise ; étude axée sur leur pérennité

GOLD



Rapport complet Pour des encours > 20 000€ Sur des entités de taille moyenne ou d'envergure nationale ainsi qu'internationale Disposant d'au moins un bilan récent, officiellement publié

MEDIA RAPPORT d'AUDIT



Analyse approfondie et détaillée portant sur une Entreprise ou un Groupe de Sociétés liées Historique et faits marquants Environnement économique, analyse financière Avis et recommandations

PATRIMONIALE



Enquête sur personne physique (dirigeant d'Entreprise, mandataire social, débiteur...) Permettant de valider une caution, une hypothèque ainsi que leur utilité dans le temps

+ Service de Relocalisation de débiteurs

Nos rapports sont accessibles et archivés sur une plateforme personnalisée et sécurisée

Usages et besoins des utilisateurs de messageries électroniques

Partie 1 : Les différents outils de communication

Par Philippe GILBERT, Président d'Alinto

I. L'email : le roi des échanges électroniques B2B

N'en doutons pas, en 2014 l'email n'est pas mort et reste l'un des vecteurs de communication électronique les plus utilisés. Ainsi, chaque année, des croissances importantes du nombre d'ouverture de boîtes ou d'utilisateurs sont enregistrées. Par exemple, en 2013, l'on compte plus de 3,9 milliards de comptes mails et il est estimé qu'en 2017, ils seront plus

de 4,9 milliards. Plus marquant en entreprise, 78 % des échanges sont réalisés par mail (source infographie livre blanc Alinto réalisée à partir des données de l'étude Radicati, « Email Market, 2013-2017 », arobase.org, planetoscope.com).

Les « must-have » de l'email

1. L'archivage

Premier moyen de communication utilisé dans un contexte B2B, il transmet une quantité importante

d'informations. Les messages électroniques ont, comme tout autre document présent dans l'entreprise, une valeur juridique. Il est plus qu'important d'en garder une trace et c'est dans ce contexte que l'archivage des emails joue un rôle primordial. En 2010, moins de 10 % des entreprises françaises disposaient d'un système d'archivage. Pourtant ces documents peuvent être d'une grande utilité en cas de litige. En effet l'article 1316-1 du Code civil énonce que « l'écrit sous forme électronique est admis en preuve au même titre que l'écrit sur support papier, sous réserve que puisse être dûment identifiée la personne dont il émane et qu'il soit établi et conservé dans des conditions de nature à en garantir l'intégrité ».

2. Les outils collaboratifs

Ils regroupent l'usage partagé d'agendas, de contacts, de fichiers ou encore d'un service de messagerie instantanée. Leur utilisation est entrée dans les habitudes des entreprises, car ils sont très pratiques. Ils représentent un gain de temps précieux notamment dans la disponibilité des ressources internes à l'entreprise. Il n'est donc pas étonnant que leur utilisation ait fait un bond dans nos statistiques. En 2012, 62 % des sondés étaient équipés de ces outils. Cette année, 80,26 % des répondants ont confirmé disposer d'une messagerie collaborative. Nous pouvons ainsi noter une augmentation significative de 18 points. Ils se positionnent comme les « must have » d'une messagerie.

II. Les « add on » de l'email

Productivité : le mot d'ordre des entreprises. Alors, pas question de perdre du temps à trier les emails importants de ceux qui

sont secondaires. En 2012, 26 % des collaborateurs en entreprise passaient plus d'une heure par jour à traiter leurs emails quand 59 % des salariés recevaient plus de 20 mails par jour. Le temps de traitement d'un mail est évalué à trois minutes plus une minute pour retourner à sa tâche. Les managers sont 70 % à ressentir cette surcharge informationnelle qui nuit à leur activité. Au vu de ces chiffres, les solutions de gestion des emails sont de plus en plus utilisées en entreprise. Avec ces outils, les emails peuvent être classés par ordre d'importance en fonction du contenu ou de l'émetteur.

III. La menace du spam

Cette année fut celle d'un anniversaire bien malheureux : les 35 ans du spam. En trente-cinq années, le spam reste toujours le principal fléau de l'email. Au fil du temps, les fournisseurs de messagerie se sont armés d'anti-spams pour leur bloquer l'accès aux boîtes de réception.

2012 a été l'année noire du spam qui connaissait son plus bas niveau depuis plusieurs années. Il avait « seulement » représenté 60 % du trafic d'email. Tandis que cette année, selon Kaspersky Lab, un pic à 72 % est prévu. L'envoi de spam se fait en général depuis l'étranger. L'Europe, par exemple, reçoit la plus grande partie de ses spams depuis la Corée du Sud, les États-Unis ou le Vietnam.

Le Phishing & SCAM : l'email arnaque

Catégorie de plus en plus répandue, le phishing vise à prendre l'identité d'une entreprise et à faire croire au destinataire que celle-ci veut entrer en contact avec lui. Les raisons qui justifient cette prise de contact sont généralement une mise à jour

de coordonnées, par exemple les coordonnées bancaires pour un remboursement. L'email reprend toute la charte graphique de l'entreprise en question afin que le destinataire ne doute pas de l'authenticité de l'émetteur. Ces spams comportent également des liens qui permettent au destinataire de répondre à la demande formulée dans l'email, mais ces liens sont évidemment piratés. Ils ne conduisent pas sur les sites Internet des groupes. Les spammeurs récupèrent ensuite les coordonnées bancaires et autres pour les réutiliser.

Afin d'envoyer un maximum d'email, les hackers utilisent des « botnets » : des programmes informatiques connectés à Internet qui communiquent avec d'autres programmes dans le but d'exécuter une tâche. Les chiffres sont quant à eux impressionnants. Selon l'étude réalisée par Kaspersky sur l'évolution du phishing, entre 2012 et 2013, ce sont 100 000 attaques qui sont envoyées chaque jour dans le monde.

Le SCAM est également un type de spam. Signifiant « arnaque » en anglais, le SCAM est un procédé qui consiste à détourner des fonds. L'expéditeur demande à travers l'email de l'aide afin de récupérer une certaine somme d'argent laissée en héritage par un parent. Bien évidemment, ces emails sont des arnaques auxquelles il ne faut pas répondre. Provenant généralement de pays d'Afrique, ces spams sont également appelés Nigeria 419, en référence au texte de loi nigérienne qui condamne cette pratique.

IV. Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux connaissent un succès incontestable auprès du grand public. Mais qu'en est-il en entreprise ?

Plus poussé que l'intranet classique, le RSE permet d'échanger et de collaborer entre employés et services. Cet outil vise à créer une identité, à fédérer les collaborateurs autour d'un outil commun et attractif. La communication s'oriente autour des projets en cours, mais également des événements qui rythment la vie de l'entreprise tels que l'arrivée/départ de salariés, informations relatives au comité d'entreprise, etc.

Depuis l'arrivée des RSE, la presse ne cesse de mettre en concurrence ce dispositif et l'email. D'autres vont jusqu'à dire que les RSE feront disparaître l'email ; or, cet outil reste indispensable dans les communications avec l'extérieur, mais également avec les collaborateurs internes. D'après le Gartner, on estime que 50 à 75 % des informations importantes sont encore échangées par email. Sans bannir un outil ou l'autre, les deux canaux peuvent être utilisés de façon complémentaire dans une optique d'augmentation de la productivité des collaborateurs qui seront mieux informés. Toutefois, un RSE nécessite une formation d'utilisation afin qu'il ne devienne pas une source de perte de temps, mais plutôt un levier de productivité.



Les Services Managés appliqués à la mobilité : 6 bonnes raisons de sous-traiter son projet mobilité

Par Jean-Cédric MINIOT, Directeur Général Délégué d'IBELEM



Gain en productivité, augmentation du revenu, amélioration de l'image de marque... l'intégration des terminaux mobiles en entreprise présente des avantages indéniables. Mais cette intégration ne se fait pas sans douleur, la liste des sujets et pans technologiques que la DSI doit apprendre à maîtriser s'allongeant inexorablement.

La multiplicité des sujets mobilité, cumulée aux autres enjeux stratégiques à traiter (cloud, virtualisation, big data...) conduit de plus en plus fréquemment les entreprises à sous-traiter leur infrastructure mobile et/ou la gestion des projets mobilité.

La souscription à des Services Managés ou sous-traitance peut être totale ou partielle :

- intégration des logiciels de MDM/EMM (Enterprise Mobility Management) en mode dédié ou en mode SaaS,
- intégration des logiciels de TEM (Telecom Expenses Management),
- gestion des relations opérateurs,
- gestion des stocks de smartphones et tablettes,
- déploiement des terminaux mobiles et des applications,

- administration quotidienne et mise à jour des solutions d'EMM et de TEM,
- support et formation des utilisateurs.

Jean-Cédric MINIOT, Directeur Général Délégué d'IBELEM, une société qui conseille ses clients sur leur stratégie mobilité, nous dévoile les 6 raisons principales qui, selon lui, incitent les entreprises à souscrire des services managés.

Un accès à des ressources techniques expertes et disponibles

La première raison incitant les entreprises à opter pour les Services Managés dans la mobilité repose sur la disponibilité de compétences expertes chez le prestataire et sur sa capacité à apporter une réponse unique à des besoins dispersés.

En effet, pour mettre en œuvre une stratégie mobilité pérenne, il convient de maîtriser tous les domaines techniques : OS mobiles, solutions d'EMM, interconnexion des outils avec le SI, sécurisation des flux réseau, des applications et des données, technologies de développement des applications... Peu d'entreprises disposent aujourd'hui de toutes les compétences en interne pour traiter concomitamment tous ces sujets.

Un prestataire dispose, quant à lui, d'expertises techniques sur chacun des domaines. Ses consultants sont opérationnels sur les toutes dernières technologies et versions des produits constructeurs et éditeurs. Ce niveau d'expertise leur permet d'optimiser les solutions déployées en utilisant toutes les fonctionnalités disponibles, même les plus fines et les plus récentes.

Par ailleurs, le recours à un prestataire permet de puiser dans un vivier de compétences ayant des niveaux d'expertise distincts ce qui permet d'affecter les bonnes ressources en fonction du niveau de complexité du projet et de son stade d'évolution.

A titre d'exemple, sur la phase de déploiement des terminaux, ce sont des techniciens mobilité qui interviennent. Les consultants mobilité sont, quant à eux, affectés à la phase d'intégration des solutions et les gestionnaires de comptes à l'administration des solutions. Cette organisation par niveau de compétence, alliée à la possibilité d'escalade permanente, assure une gestion optimisée du projet sur chacune de ses phases.

Enfin, un partenaire offre un niveau de flexibilité qu'il est difficile d'atteindre en interne. Ainsi, on peut solliciter des spécialistes sur des problématiques techniques spécifiques et ponctuelles comme, par exemple, la gestion des certificats, la synchronisation avec l'Active Directory, les flux réseau.

La gestion des pics d'activité est également beaucoup plus fluide. Il faut noter que les pics d'activité sont fréquents. Ils sont liés soit au démarrage du projet (forte sollicitation du helpdesk...) ou interviennent dans la phase de vie courante : intégration d'une nouvelle application métier, mise en place d'un module de MCM (Mobile Content Management)...

Une réflexion initiale libre de toute contrainte de ressources

Deuxième avantage : les Services Managés permettent de se focaliser uniquement sur les besoins fonctionnels et sur les contraintes budgétaires. Le déploiement de solutions considérées comme complexes, l'intégration de nouveaux OS sont, par exemple, facilités.

Faute de ressources internes, certaines entreprises se cantonnent aux solutions les plus simples d'utilisation et/ou à celles qu'elles maîtrisent. Elles évitent d'intégrer des OS non maîtrisés freinant ainsi la mise en œuvre d'une politique de BYOD.

Jean-Cédric MINIOT rappelle que la réussite et la pérennité d'un projet mobilité reposent, avant tout, sur la

phase de collecte des besoins et que la démarche de détection des besoins se doit de rester « agnostique » d'un terminal ou d'une solution quelle qu'elle soit.

Une réduction des délais et une forte réactivité

Le troisième avantage des Services Managés réside dans le fait qu'en s'appuyant sur un prestataire, les délais de déploiement des projets globaux sont sensiblement réduits. On estime que les délais de déploiement des projets externalisés sont réduits de deux tiers versus un projet internalisé. Dans un univers professionnel toujours plus concurrentiel, ce gain de temps est appréciable.

Pour illustrer ce propos, Jean-Cédric MINIOT, développe un exemple de projet d'envergure qui a été déployé par IBELEM en moins de quatre mois. Ce projet consistait à équiper une force de vente de 4000 collaborateurs, répartis sur 20 pays, en tablettes avec applications métier embarquées. Au-delà de la difficulté induite par la nouveauté, le projet était complexe à gérer du fait de son ampleur : 1 700 points de vente, 250 profils utilisateurs distincts... Du démarrage de la réflexion en interne à la prise en main des tablettes par les collaborateurs, seulement 4 mois se sont écoulés. D'après le client, 12 mois minimum auraient été nécessaires dans le cas d'une gestion internalisée.

La résolution des incidents et les délais de réponse aux problématiques courantes sont également sensiblement réduits. Les collaborateurs du centre de services, par exemple, s'appuient sur leurs expériences passées et disposent de moyens d'escalade permettant d'apporter une réponse dans les meilleurs délais.

Ils détectent ainsi beaucoup plus rapidement la cause d'un dysfonctionnement. Dans le cas d'un problème de latence, par exemple, ils sauront déterminer très vite si le problème relève de la console d'EMM, de l'OS ou du terminal lui-même.

Une anticipation des risques & des écueils

En quatrième avantage, Jean-Cédric MINIOT avance la réduction des risques. Expérimentés, les collaborateurs du prestataire évitent les écueils déjà rencontrés et anticipent les risques ;

ceux, par exemple, liés à une mise à jour d'une solution d'EMM, d'un OS ou à la création des comptes utilisateurs.

Les règles inhérentes à la création et à l'utilisation de ces comptes (Apple ID, Google account, Live ID) ne sont pas homogènes sur tous les OS mobiles. Il est nécessaire de bien les maîtriser pour éviter les risques financiers et légaux associés. Les collaborateurs du prestataire, qui s'appuient sur des méthodologies de création de comptes utilisateurs normalisées et industrialisées, savent faire les bons arbitrages.

Une gestion proactive de la solution globale

En avant dernier avantage, Jean-Cédric MINIOT avance la capacité à mieux anticiper les « switchs technologiques » et les évolutions des usages. Cette anticipation permet d'adopter un comportement proactif vis-à-vis des directions métiers et de la direction générale.

En effet, dans un environnement où tout évolue très rapidement et avec une visibilité réduite sur les technologies phares du lendemain, il est important d'assurer une veille technologique et marché incluant tous les acteurs de l'écosystème : constructeurs, éditeurs, panel d'entreprises représentatives...

De par son activité et les relations qu'il noue dans son environnement, un prestataire apporte à ses clients une vision globale du marché ; vision qu'il enrichit en permanence de différentes sources d'information : roadmaps éditeurs, participation aux bêta tests de solutions, remontées clients, participation aux salons internationaux, veille légale...

Une visibilité globale améliorée et une garantie de qualité

Dernier avantage que l'entreprise retire du recours aux Services Managés : les impacts du projet au niveau de la structure interne sont minimisés. Le prestataire est garant de la qualité et gère les mécontentements.

Pour étayer son propos, Jean-Cédric MINIOT cite deux écueils rencontrés par des clients qui ont géré la phase de déploiement des terminaux en interne : forte consommation en bande passante perturbant le travail des collaborateurs de la société et vol de terminaux. Dans l'optique où

la phase de déploiement est sous-traitée, tous ces désagréments sont supportés par le prestataire.

Dernier point, et non des moindres, le prestataire fournit des reportings complets sur l'utilisation, les usages et les consommations. Le calcul du TCO (total cost of ownership) et donc du retour sur investissement est facilité, la facturation du prestataire s'appuyant sur un tarif à l'utilisateur.

Ainsi le recours aux Services Managés présente des avantages certains mais tous ces avantages ne sauraient occulter totalement les inconvénients liés à cette pratique.

Le premier inconvénient majeur soulevé par les clients réside dans la dépendance au partenaire inhérente à la faible maîtrise des aspects techniques en interne et à la communication d'informations sensibles. D'où l'importance de s'adosser à un partenaire de confiance.

Le deuxième frein, directement lié à l'univers de la mobilité, réside dans la difficulté à calibrer très finement le budget sur la durée. En effet, s'agissant de sujets « nouveaux » comme la mobilité, il est difficile d'anticiper tous les événements et leurs impacts : expression de nouveaux besoins fonctionnels, mise à jour d'OS... Ces événements peuvent se traduire par l'achat de jours complémentaires. L'impact des réajustements sur le budget global reste néanmoins mineur.

Alors, gestion internalisée ou externalisée ?

Jean-Cédric MINIOT se contente de rappeler que chaque projet est unique et que chaque société doit faire ses propres arbitrages en fonction de ses objectifs, de son organisation et de sa capacité à intégrer de nouveaux collaborateurs ou de nouvelles technologies... Mais une chose reste acquise pour tous : l'externalisation de la partie purement technique permet de libérer du temps et des ressources pour se concentrer sur des objectifs hautement plus stratégiques.

Dématérialisation de factures : une évolution gagnante

Par Eric BLAT, Directeur Marketing & Alliances Numen

La facture est un document particulier, qui porte des éléments de référence tant en terme de droit du commerce que de droit fiscal. À cet égard, elle doit être produite en deux exemplaires originaux (un exemplaire émetteur – le fournisseur – et un exemplaire destinataire – le client), et « portée » à sa contrepartie, c'est-à-dire livrée chez elle. Les 2 parties, fournisseur et client, doivent enregistrer cette facture dans leur comptabilité conformément à l'originale. Si l'originale comporte une erreur, le client doit l'enregistrer en l'état et éventuellement demander un avoir correctif.

La facture électronique bénéficie d'un contexte réglementaire favorable, avec l'article 289bis du Code Général des Impôts, modifié par l'article 17 de la Loi de Finances rectificative pour 2002, qui permet aux entreprises de transmettre des factures au moyen d'un échange de données informatisées (EDI). De plus, le décret n° 2003-659 du 18 juillet 2003 définit les modalités d'émission et de conservation des factures transmises par voie électronique et sécurisées au moyen d'une signature électronique. Ce cadre réglementaire est mature et maintenu.

Quand on parle de dématérialisation de factures, il convient toutefois de préciser s'il est question de dématérialisation de factures sortantes : celles émises par le fournisseur vers ses clients, ou de dématérialisation de factures entrantes : celles reçues par une société de ses fournisseurs.

Factures sortantes : partager les bénéfices

Il est possible de dématérialiser les

factures émises par le fournisseur vers ses clients de façon partielle (certains clients, certaines prestations, selon certains seuils), ou hybride (un exemplaire papier et un exemplaire électronique). Cette seconde solution est très importante, car si pour dématérialiser l'exemplaire client l'entreprise doit obtenir son consentement, elle peut dématérialiser son exemplaire émetteur immédiatement.

La capacité de réémettre une facture depuis son système informatique de facturation n'est pas admis comme production d'un original : la réversibilité des calculs, comme la TVA dont les taux changent par exemple, n'est pas garantie, ou le papier entête support de l'impression aura pu évoluer dans ses mentions légales de sorte à produire une édition non conforme à l'originale.

Il est donc possible pour une entreprise de dématérialiser son exemplaire émetteur de la facture grâce à l'utilisation d'un SAE (Système d'Archivage Electronique) garantissant le scellement de l'exemplaire original et la conservation réversible du document archivé.

Au-delà du SAE, il convient de produire cet exemplaire immatériel dans un format admis par le législateur fiscal qui devra pouvoir accéder aux pièces indépendamment du système ; le PDF/A (« /A » pour archive) est un format reconnu, accepté et standard.

Cette première étape est déjà porteuse de nombreux avantages pour l'entreprise émettrice :

- économie de production en évitant l'impression papier ;
- économie de consultation et de partage ;
- économie d'espace grâce au stockage électronique de la pièce plutôt qu'un stockage physique ;
- possibilité d'indexation selon plu-

sieurs critères, là où le classement physique ne présente qu'un plan de classement unique ;

- accessibilité décuplée car la pièce électronique peut être accessible de partout, là où l'exemplaire papier n'est accessible qu'en son lieu de stockage ;
- sécurisation de l'archive car il est plus facile de faire une sauvegarde qu'une photocopie certifiée conforme, et garantie de non érosion, la consultation électronique n'endommageant pas le support qui lui-même ne « passe » pas avec le temps ;
- dynamisation du contenu avec les nouvelles technologies qui permettent une recherche « full-text » dans les pièces archivées sans parler du « big-data » qui permet l'exploitation de la multitude de données contenue dans les factures archivées ;
- possibilité de « lier » les pièces à d'autres documents pour avoir une vision transverse (rapprochement avec des factures avec des contrats clients, des bons de livraison ou des documents douaniers dans une GED, ...) ou bien lien des factures avec des outils de CRM ou de relance ;
- gain de productivité dans les activités d'archivage et de désarchivage des pièces pour les équipes comptables et amélioration de la capacité à répondre de façon dématérialisée aux besoins des commissaires aux comptes, des auditeurs et de l'administration fiscale.

On comprend assez facilement l'intérêt de l'émetteur pour la dématérialisation de l'exemplaire du destinataire : économie de production, rapidité de mise à disposition partout dans le monde, mais surtout économie d'affranchissement car, rappelons-le, la facture est un document portable et donc communément confiée à l'agent postal contre affranchissement. Mais cette dématérialisation suppose, on

l'a dit, l'accord et donc le recueil du consentement du destinataire.

Viennent alors deux questions : comment obtenir ce consentement, et pourquoi le client donnerait-il son consentement ?

L'obtention du consentement de sa contrepartie revient à signer avec lui une convention de preuve privée. On imagine aisément que la simple production en double exemplaire de ce contrat, aussi simple soit-il, et les échanges qui s'en suivent pour la signature contradictoire sont un effort et donc un investissement qui peut mettre à mal l'économie induite par la dématérialisation. Si certains l'ont forcé dans leurs conditions générales de vente, tout le monde n'en a pas la possibilité. La solution la plus simple est alors de dématérialiser l'obtention de ce consentement, ce qui en accélère le processus et en diminue le coût.

La technique et le réglementaire n'étant plus des freins, pourquoi le client accepterait-il de recevoir une facture dématérialisée ?

L'avantage de l'enregistrement de gestion ou comptable facilité pour le destinataire de la facture est finalement assez limité (L'EDI ne dépasse pas quelques pourcents) du simple fait de la multiplicité des systèmes et donc de la complexité de mise en œuvre et de maintenance. Le particulier ou l'entreprise y trouvent en revanche un avantage, n'ayant plus à stocker, classer, conserver un original papier.

Mais les exemples de personnes ayant perdu leurs documents stockés de façon non sécurisée, ou le moyen d'accès à ces documents archivés par leur fournisseur (banque, assurance, téléphonie, ...) car ils n'en sont plus le client, font foison.

Le moyen d'obtenir le consentement



Dématérialisation de factures : une évolution gagnante

du client pour la dématérialisation de sa facture est donc de lui garantir un bénéfice sans risque. La stratégie à adopter pour et par les émetteurs de factures est d'affecter une partie de l'économie réalisée sur le timbre à l'acheminement de la pièce dans un espace privé appartenant au destinataire et d'assurer la réversibilité et l'interopérabilité de cet espace pour l'avenir. La création d'un espace de confiance solide et pérenne est sans conteste une base incontournable d'une évolution sereine de la dématérialisation de tous les échanges que suppose la relation client.

Factures entrantes : doper la performance

La complexité du traitement des factures entrantes se trouve naturellement accrue avec les évolutions de nos fonctionnements. En effet, plusieurs facteurs concourent à rendre le travail de traitement de ces factures plus difficile :

- l'entreprise se trouve naturellement confrontée à des flux de factures entrantes hybrides en termes de format et de source ;
- là où les factures n'étaient que « papier », elles sont maintenant « papier » ou électroniques ;
- là où elles arrivaient concentrées dans une boîte aux lettres physiques, les factures arrivent désormais par courrier, par mail dans diverses boîtes, voire sous forme de fichiers déposés dans divers espaces ou reçus directement dans des systèmes ;
- l'exigence de traitement a augmenté. L'époque du simple traitement comptable est révolue. Le contenu de la facture est exploité, détaillé, rapproché et décortiqué pour alimenter des systèmes d'analyse et de décision ;
- l'exigence de délai de traitement et donc de codification, mais aussi de validation par les différentes parties prenantes (demandeur,

acheteur, réceptionneur, payeur, contrôleur), s'est raccourcie de façon inversement proportionnelle à la complexification des processus ;

- la mondialisation et l'augmentation de la taille des entreprises augmentent la distribution géographique des points d'achat et donc d'entrée des documents de type facture.

La facture entrante devient donc un objet de traitements multiples, simultanés, pluri-géolocalisés, multimédia et toujours contraint par un réglementaire juridico-fiscal de plus en plus exigeant.

La dématérialisation apporte une réponse à cette complexité croissante. Dématérialiser les factures entrantes permet de retrouver une homogénéité du flux entrant, en remettant toutes les factures, quel qu'en soit le format originel, dans un format électronique stocké et porté par un système unique et partagé.

La conservation électronique des factures permet soit par extraction, soit par saisie, à chaque service, à chaque intervenant, d'enrichir dans le temps qui convient au rythme qu'exige sa mission l'enregistrement de la pièce des métadonnées propres à son sujet. Mieux encore, cet enrichissement pourra être renouvelé dans le temps sur une cible d'enregistrements voire la totalité de base quand le besoin s'en fera jour.

La mise à disposition de la facture entrante dans un système de GED (Gestion Electronique de Documents) apporte également une réponse économique et sécurisée au besoin d'ubiquité de la facture, tant lors des processus de validation par des services répartis en divers lieux que des processus de consultation pendant toute sa période d'archivage. Un tel système permet également la conservation en un point unique

de toutes les annotations liées au document original en assurant ainsi un partage bien plus efficace et pérenne d'une note manuscrite sur une photocopie ou un post-it collé sur le document.

Enfin, la dématérialisation de la facture entrante permet de s'affranchir de l'accessibilité rapide à la pièce originelle, ce qui permet d'en réduire de façon notable le coût de stockage, et d'augmenter la sécurisation du stockage papier et la préservation de l'intégrité physique du document. Certains pays ont même déjà adopté une législation qui permet la destruction de l'original si tant est que la dématérialisation soit confiée à un prestataire garantissant le respect de normes de traitement et conservation.

Si l'on dépasse le simple enjeu de partage et de conservation, on comprend que la dématérialisation de la facture entrante est la première pierre posée à la mise en place d'un CSP (Centre de Services Partagé) pour le traitement des documents financiers de la commande au paiement (« Procure to Pay » en anglais). Le CSP, outre les avantages induits par la dématérialisation, apporte une capacité à industrialiser les traitements, donc à en diminuer les coûts et réduire les délais. Le CSP suppose également un effort de description des procédures qui facilitera l'externalisation partielle ou totale du service, augmentant encore les gains par l'industrialisation optimale des traitements, la variabilisation des coûts et la souplesse de réponse au fluctuation devolume d'activité.

Quand on sait que le traitement d'une facture entrante est estimé en moyenne à 17€, il n'est pas d'organisation qui ne soit pas sensible à une division par 10 de ce coût !



Et si d'autres voies
étaient possibles ?



Besoin d'accélérer
votre entrée
de cash ?

AMO & SOFT

TECHNOLOGY



Optez pour la performance Cash & Credit

Les solutions logicielles agiles Cash & Credit
Recouvrement et analyse financière

www.amo-soft.com

Création : www.lecup.graphics

4G : Enfin la rupture technologique !

Par Eric Pivot, Responsable innovation chez Hub One



Face à l'explosion du nombre de terminaux mobiles et au développement de nouveaux usages (mobilité professionnelle, m-commerce, M2M, etc.), le trafic data mobile a progressé de 133% entre 2011 et 2012 et va encore progresser de 60% en moyenne par an jusqu'en 2018 (1). La 3G ne suffit déjà plus pour répondre à l'évolution des besoins. Dans ce contexte, l'arrivée de la 4G marque l'avènement d'une rupture technologique, que ce soit en termes de débit, de couverture ou de fonctionnalités. Déployée depuis fin 2010 outre-Atlantique, la 4G impacte déjà très significativement l'activité des entreprises américaines. Dopant la productivité, elle offre notamment aux professionnels des avantages conséquents, non seulement en matière de réduction des coûts, mais également de flexibilité et de satisfaction client.

De nouvelles opportunités pour la gestion des activités sous contraintes

Offrant des débits 4 à 10 fois supérieurs à la 3G, la 4G ouvre enfin la voie au « multi-applicatif » : téléphoner tout en surfant sur Internet ou en téléchargeant simultanément

ses mails ne relève désormais plus de l'utopie. L'environnement de travail devient également accessible à tout moment, en tout lieu et, grâce au développement du bureau mobile et à la visioconférence optimisée, le travail et les interactions en équipe s'en voient facilités.

La 4G permet en outre de transférer davantage de contenu en temps réel : des bénéfices immédiats pour les usages professionnels, que ce soit dans le cadre d'un diagnostic médical à distance ou pour réparer un objet dont il s'agit d'évaluer la défaillance. Permettant les échanges vidéos en temps réel et les appels de groupe multidirectionnels, la 4G et ses applicatifs contribuent à optimiser la coordination des intervenants en cas de situations complexes : par exemple pour prendre en charge plus rapidement des blessés ou activer les moyens techniques nécessaires en cas d'accident ou de catastrophe naturelle.

La disponibilité de service offerte par la 4G est également bien plus importante. Un véritable atout, et ce d'autant plus si l'on tient compte de la possibilité pour l'opérateur d'allouer les ressources selon les besoins, en catégorisant les usages ou les profils d'utilisateurs. Prenons le cas d'un aéroport en situation critique, confronté, par exemple, à un fort enneigement des pistes : du fait des difficultés de circulation, le nombre de voyageurs souhaitant communiquer au même moment augmente considérablement. Cependant, les différentes équipes d'intervention (services de police, de déneigement, etc.) ayant elles aussi besoin du réseau radio, l'opérateur peut arbitrer la bande passante donnant la priorité aux professionnels plutôt qu'aux passagers. Des techniques qui, si elles existent déjà sur des réseaux filaires et web, prennent tout leur sens sur le réseau 4G.

Grâce à une capacité de couverture étendue, la 4G permet d'aller plus loin aussi bien en indoor qu'en outdoor, ce

qui est particulièrement pertinent sur les sites complexes, où les connexions classiques ne passent pas toujours comme on le souhaiterait.

Enfin de nouvelles techniques augmentent les capacités de propagation des ondes radio pour couvrir des espaces très complexes comme les sites industriels.

Vers le développement de services connectés innovants

Suffisamment mature pour traiter d'importants volumes de données en un temps très court, la 4G supporte par ailleurs parfaitement les nouveaux usages induits par les objets connectés. Que ce soit auprès du grand public ou dans le monde professionnel, ces derniers font peu à peu leur apparition.

Les concepts de réalité virtuelle, de vue ou d'audition augmentée commencent en effet à émerger, généralisant la transmission de données hommes/machines. Pour les préparations de commandes en entrepôts, il suffit bientôt de cligner de l'oeil sur le stock que l'on souhaite récupérer ou encore de se laisser guider par le faisceau lumineux de ses lunettes connectées pour savoir dans quel carton placer les articles.

Que ce soit pour le grand public ou les professionnels, la 4G marque une rupture dans les usages et offre de formidables opportunités dans bon nombre de secteurs, qu'il s'agisse de la distribution (magasin connecté), de l'énergie (diagnostics sur les centrales nucléaires), de la santé (surveillance de malades en mobilité), ou de l'éducation (apprentissage en ligne, bureaux mobiles collaboratifs) par exemple. Particulièrement adaptée aux milieux complexes sensibles tels que les aéroports, elle s'avère d'autant plus pertinente pour les environnements avec d'importants besoins en termes de fiabilité des échanges, de performance des services et de sécurité des personnes.

1. Selon l'étude Cisco Visual Networking Index publiée le 29 mai 2013

Chagall, impressions

Palais Lumière, Evian

28 juin au 02 novembre 2014

Plus de 40 ans après la rétrospective de l'oeuvre gravé de Chagall organisée par la Bibliothèque nationale, l'exposition présentée au Palais Lumière d'Evian se propose de retracer l'évolution de l'oeuvre imprimé de Chagall (gravures, lithographies, livres illustrés), en montrant les liens entre les différentes techniques utilisées par l'artiste. A travers des travaux préparatoires, elle permettra d'entrer dans le processus de création des estampes.

Elle repose sur la collection de lithographies rassemblée par Charles Sorlier, le fidèle assistant de Chagall dans l'atelier de lithographie de Fernand Mourlot. La collaboration de Chagall avec le galeriste genevois Gérard Cramer sera mise en lumière par le prêt exceptionnel d'un ensemble de gravures et de livres provenant de la collection de la Fondation Cramer conservée au musée d'Art et d'Histoire de Genève. Ces ensembles seront complétés par des prêts d'oeuvres provenant de collections publiques et privées permettant d'appréhender l'oeuvre imprimé de Chagall dans toute sa diversité, tant technique que thématique.

« Je suis sûr que Rembrandt m'aime » écrit Chagall en 1922, dans son autobiographie. Cette phrase faisant référence à l'un des grands maîtres de la gravure est révélatrice de l'engagement de Chagall dans cet art. Son oeuvre gravé est en effet considérable tant numériquement, l'artiste ayant pratiqué toutes les techniques de l'estampe,



Chagall, Le Cirque, 1967. Lithographie, 51,8 x 38 cm. Collection Charles Sorlier

qu'artistiquement.

Chagall aborde toujours ces procédés en peintre : il part, le plus souvent, notamment pour ses illustrations, de peintures ou de dessins qu'il cherche à transposer sur le cuivre ou la pierre. Les thèmes qu'il traite en gravure se retrouvent en peinture et inversement. Pourtant, les images imprimées de Chagall ne sont pas des copies de ses peintures : l'artiste explore toutes les possibilités offertes par l'estampe, avec l'aide des imprimeurs, pour traduire les effets qu'il souhaite obtenir, et non pour les reproduire.

Informations pratiques :

Palais Lumière, quai Albert Besson, 74500 Evian.

Tél. +33(0)4 50 83 15 90

www.ville-evian.fr

HORAIRES D'OUVERTURE : Le Palais Lumière est ouvert tous les jours de 10h à 19h (sauf le lundi : 14h à 19h).

TARIFS : Plein tarif : 10 € / Tarif réduit, sur présentation de justificatifs : 8 € (groupes d'au moins 10 personnes, enfants de 10 à 16 ans, étudiants, demandeurs d'emploi, personnes handicapées, familles nombreuses, Titulaires de la carte loisirs C.E., C.N.A.S., cartes M'ra, hôtels et résidences tourisme partenaires).

Le billet d'entrée donne droit à une réduction de 30 % sur les prix d'entrée des expositions en cours à la fondation Pierre Gianadda à Martigny. Gratuit pour les enfants de moins de 10 ans, les groupes scolaires, UDOTSI, Léman sans frontière et les journalistes. Audioguides français / anglais : 4 €.



Chagall Le Clown musicien, 1957. Lithographie en couleurs © Collection Charles Sorlier. Courtesy Bouquinerie de l'Institut, Paris.

PARISIAN GENTLEMAN

Sartorialisme et instruments d'écriture

Nous avons la joie de publier ce jour la première contribution dans nos colonnes du Dr John Slamson, écrivain, professeur de linguistique anglaise et grand connaisseur en matière de stylos et d'instruments d'écriture.

Hugo

Sartorialisme et instruments d'écriture

Par Dr John Slamson

Comme le costume moderne ou la cravate, le stylo est une invention récente qui se met véritablement en place à la fin du XIXe siècle. Passons sur les précurseurs et les tâtonnements technologiques : le stylo-plume naît avec le mode de vie urbain, professionnel qui a donné naissance au business suit et au développement d'une élégance codifiée en un ensemble de normes qui contribuent à la distinction sociale moderne.

Le stylo-plume participe aussi de l'âge d'or démocratique où, jusqu'aux années soixante, chacun portait chapeau et cravate, où les tailleurs de quartier copiaient les modèles des grands couturiers et où les exigences de l'instruction publique passaient par le porte-plume. L'avènement du prêt-à-porter de masse fut contemporain de la production industrielle de stylos à bille jetables.

De grandes marques de stylo-plumes mirent la clé sous la porte en même temps que les tailleurs. On peut se demander si la défaite de la pensée, s'effaçant derrière la relativisation de la consommation tous azimuts, n'est pas contemporaine d'une double perte, celle de l'écriture et de la lecture comme symboles indiscutés de la culture, et celle de la présentation de soi devenue utilitaire

et publicitaire (l'homme-sandwich contemporain paye pour afficher de la réclame sur son corps).

Face à cette indistinction, l'élégance masculine classique — quand elle n'est pas simple démonstration de snobisme — tente d'affirmer une présence relevant à la fois de la common decency et de l'originalité personnelle. Le stylo est solidaire de cette démarche. Il en est même le corolaire nécessaire car, avouons-le, pourquoi faire tant d'efforts pour choisir sa cravate si c'est pour écrire avec un tuyau en plastique ?

Le stylo et le style

Dans son célèbre « Discours sur le style », prononcé à l'Académie Française le jour de sa réception le 25 août 1753, Buffon (1707-1788) déclare : « Le style n'est que l'ordre et le mouvement qu'on met dans ses pensées. Si on les enchaîne étroitement, si on les serre, le style devient ferme, nerveux et concis; si on les laisse se succéder lentement et ne se joindre qu'à la faveur des mots, quelque élégants qu'ils soient, le style sera diffus, lâche et traînant. (...) le style est l'homme même. »

Cette part de personnalité s'exprime dans l'écriture, la parole mais aussi, plus largement, dans la présentation de soi (l'éthos) dont le vêtement est l'une des composantes. Choisir ses vêtements, c'est avoir un style et s'il peut s'agir d'attributs superficiels (ou contraints par des considérations pratiques), la tenue est l'une des

premières indications interprétables socialement que l'on perçoit d'une personne, avant même de lui adresser la parole. Qu'on le veuille ou non, le vêtement donne forme à la personnalité pour autrui. En matière sartoriale, il s'agit moins de vêtements que de la correspondance entre des actes, des objets et une intériorité — « Tous ces trucs imprudents, tout cela c'est ton style. Ton style, c'est ton cœur » chantait Léo Ferré.

De la même manière, le stylo en est le prolongement et constitue un ingrédient de la personnalité que l'on affiche. En la matière, il s'agit de trouver ce qui vous va. On m'a récemment offert un magnifique Capless de Pilot. J'ai eu sa version la plus classique, en laque noire à attributs en rhodium et plume or rhodiée. Or ce stylo dispose d'une gamme étendue et le généreux donateur s'en est expliqué : « Noir et or, ça faisait trop guindé pour toi. En composite mat, c'était trop banal. A motif carbone, c'était trop cheap. Celui qu'il te fallait, c'était celui-là ! ». C'est ainsi que se construit le style...



Il n'existe donc pas de stylo objectivement idéal. Si le stylo de vos rêves ne cesse d'être remplacé par le suivant sur la liste de vos désirs, c'est que votre quête de stylo (ou de cravate, de chaussures, de costumes) est un symptôme, ce qui ne regarde que vous et votre psychanalyste.

La collection frénétique étant une manie, on préférera une approche plus raisonnable consistant à trouver un instrument d'écriture qui corresponde à différents critères, objectifs et subjectifs : l'apparence, la qualité, la prise en main... et le prix. Ce ne sont pas forcément des éléments convergents. Un stylo magnifique peut fort bien se révéler peu pratique. Celui avec lequel vous préférez écrire peut aussi être le plus affreux de votre collection. Ou bien votre meilleur stylo-plume possède une agrafe fragile et vous avez constamment peur qu'il ne tombe de votre poche. Ou encore, le stylo est tout simplement parfait, sauf que sa conception rend impossible de placer le capuchon sur le corps du stylo — et c'est comme ça que vous aimez écrire. Et puis, grande question sartoriale, quel stylo va avec quelle tenue ? Existe-t-il des règles de bon goût dans ce domaine comparable à celles qui président aux choix des motifs de la cravate ? Existe-t-il des commandements stylographiques comme ont été édictés les commandements de la pochette ?

Comment choisir son stylo ?

En fait, le bon sens et le goût personnel sont les seules règles à suivre.

L'impression tactile d'un stylo, comme la main d'une cravate ou le toucher d'un tissu, est d'une importance capitale. Si vous n'éprouvez aucun plaisir à prendre en main le stylo, il y a tout à parier que vous n'aimerez pas écrire avec, surtout si vous devez écrire longtemps. Si la manipulation est déjà source de plaisir (oui, c'est sensuel) alors ce stylo figurera sans doute parmi ceux que vous utiliserez le plus.

Car bien sûr, vous n'aurez pas qu'un seul stylo. Après tout, vous n'avez pas qu'un seul modèle de chemise, de chaussure ou de costume ? Comme ces vêtements, les stylos peuvent être plus ou moins formels, pratiques ou

pittoresques. Entre l'indispensable et robuste compagnon de votre prise de note professionnelle et le modèle flamboyant qui attire les regards par son originalité, il y a un stylo pour chaque circonstance.

Un TWSBI Micarta, en matériau composite évoquant le bois, le lin et le papier, d'une couleur brun-orange, ou un Faber-Castell Ondoro en chêne fumé semblent par leur texture en parfaite adéquation avec des jeans et des derbys en veau-velours. Les stylos demonstrators (Pilot Heritage, Pelikan Demonstrator), dont la transparence laisse voir le mécanisme de piston et l'encre, ou un S.T. Dupont Défi en titane et palladium, avec sa forme profilée ultra-technologique, semblent appeler une tenue business à la fois stricte et moderne.

Le classicisme d'un stylo en laque noire avec parements dorés ou argentés ne peut que s'harmoniser avec un costume trois-pièces. La correspondance entre la noblesse des matériaux semble s'imposer d'elle-même, entre laque et soie, par exemple. Dans ce prolongement, la couleur du stylo peut rappeler ou s'accorder à celle de votre tenue du jour.



TWSBI Micarta (photo RW Sinclair @flickr)



S.T. Dupont Défi

Comme pour les vêtements, il existe des stylos de luxe, des stylos d'entrée de gamme et un large continuum. De la même manière, des stylos de prestige peuvent être surfaits ou strictement destinés à une clientèle de millionnaires alors que des instruments d'écriture fort bien faits existent à des prix abordables. Il faut

donc aller voir les spécialistes, leur demander conseil, essayer les plumes et les encres afin de procéder à un choix qui vous procure du plaisir.

Car le stylo doit procurer une forme d'émotion : comme pour le choix d'une tenue, il s'agit d'apporter de l'extraordinaire dans les actes du quotidien et de trouver de l'exceptionnel dans les petites choses. De ce point de vue, le stylo-plume reste un accessoire sans pareil.

Stylo-plume, roller, bille...

Le stylo-plume est en quelque sorte le costume de l'écriture. Il évoque le soin, l'élégance et une forme de cérémonial implicite dans son mode de fonctionnement.

La plume possède une personnalité : raide ou flexible ; extra-fine, fine, moyenne, large ou stub ; simple ou décorée ; or ou acier ; bicolore ou unie... Le roller et le bille n'offrent aucune de ces alternatives : leurs pointes ne sont que des recharges interchangeables et sans caractère distinct. Reste l'habillage, souvent identique au stylo plume, qui peut être en lui-même élégant. Roller et bille évoquent cependant un mode d'écriture pratique et pressé qui convient, par exemple, à la prise de note dans le métro.

Le stylo plume nécessite un soin d'écriture particulier. Malgré les progrès, les encres ne sèchent pas instantanément et il y a toujours le risque de frôler la page d'une main maladroite étalant l'encre. Avec certaines encres très humides et une plume large, le buvard reste fort utile. Par le soin qu'implique le plume, c'est une part de la personnalité qui s'exprime. Et, bien sûr, le résultat sur la page est intensément plus satisfaisant visuellement, plus harmonieux, plus unique qu'une écriture au bille.

En effet, sans même entrer dans des considérations calligraphiques, le geste d'écriture au stylo-plume relève du maniement du pinceau où l'on dépose de l'encre sur le papier, la pression exercée affectant alors le caractère de l'inscription. A contrario, la technique du stylo bille consiste avant tout à inciser le papier, à en buriner la surface d'un trait sans variation. Bille et roller ne permettent aucun jeu sur l'épaisseur du trait.

Sartorialisme et instruments d'écriture

Le stylo plume engage également un choix pratique : cartouche ou convertisseur. Les cartouches standard se déclinent généralement uniquement en noir, bleu, rouge, vert. L'utilisation d'un convertisseur permet de choisir son encre. Sélectionner une encre est donc un autre facteur de style — il faudra y revenir une autre fois mais signalons l'inventivité des séries limitées de Montblanc (la Collodi sépia, la Balzac turquoise, la Christmas rouge sombre parfumée à la vanille...) ou les fabuleuses couleurs de la série du japonais Pilot, les Iroshizuku (« gouttes colorées »), dont chaque nuance illustre un paysage et une saison.

Le nec plus ultra est évidemment le stylo plume à piston qui n'admet pas de cartouche et nécessite un remplissage à la bouteille (parfois novateur comme le montrent les nouveaux récipients du taïwanais TWSBI), ce qui implique de choisir une encre dont la couleur pourra s'accorder avec le stylo ou, raffinement suprême, avec votre tenue.

La plume en or reste un must, malgré quelques plumes acier honorables, précises, ou intéressantes. La souplesse et la richesse de nuances que procure la plume or en termes de sensation est assez incomparable.



photo @penhero.com

Le stylo comme outil

Volontiers considéré comme old-school et old-world, le stylo-plume

est paradoxalement une invention américaine récente, et l'on doit notamment à Lewis Edson Waterman, Alonzo T. Cross, Walter A. Sheaffer et George Parker les développements qui ont permis la portabilité du stylo, son efficacité (débit, séchage de l'encre...) et sa sûreté — car, aux temps pionniers du stylographe, les fuites ont causé la ruine de bien des costumes de gentlemen.

Si le stylo existe aujourd'hui comme bijou (en or, en diamant), comme œuvre d'art (sculptures en météorite, en forme d'abeille, etc.), comme rareté pour collectionneurs (avec de l'ADN d'Abraham Lincoln, en doublons espagnols retrouvés dans l'épave d'un navire, en forme de squelette, de dragon), le stylo est avant tout un outil.

Le mot pen provient du français « plume » qui désigne une plume (du latin penna / petna, forme latine dont l'évolution phonétique germanique a donné feather, selon la loi de Grimm). La racine indo-européenne pet- indique la rapidité, le vol de l'oiseau et fait partie d'une famille de mots où l'on retrouve « pétition », « panache », « impétueux », ou... « hippopotame ».

Le mot « stylo », comme le mot « style » proviennent du latin stilus qui désignait la tige d'un cadran solaire, l'aiguille, la pointe servant à écrire en gravant dans la cire des tablettes. La racine indo-européenne sti- est celle que l'on retrouve dans « distinct », « stigmat » ou « stimuler ».

Dans les deux cas, il s'agit d'une métonymie : le moyen (penna ou stilus) s'efface derrière la fonction (« instrument d'écriture ») et ne désigne plus le moyen d'origine (plume ou stylet). On note que le terme de « stylo-plume » cumule les images (la plume servant de stilus).

Le stylo est aussi considéré comme outil de la pensée. Comme l'indique la célèbre citation de Cervantès « La plume est l'interprète de l'âme : ce que l'une pense, l'autre l'exprime » (Don Quichotte, tome 2, chap. 16, p. 125). Certes, le stylo est comme la

langue de l'esprit, le bec de la poule, la raquette du tennisman, la baguette du batteur ou le pied du coureur, c'est-à-dire ce sans quoi l'action ne peut s'exercer. Mais il n'est pas qu'un moyen neutre en vue d'une fin car il affecte l'action elle-même.

De fait, par son histoire comme par son esprit, le stylo-plume est un outil singulier et dont l'utilisation indique une conscience équivalente à celle du souci sartorial. A une époque où l'on prend en note la moindre donnée sur téléphone, tablette ou ordinateur, le geste même de la scription à l'aide d'encre est en soi l'affirmation d'une forme de classicisme. C'est un acte de rédaction et de réflexion qui provient d'un apprentissage manuel et technique, aussi minime puisse-t-il paraître (mais rappelez-vous vos lignes d'écriture avant d'être capable de fluidité...).

Il s'inscrit donc dans une épaisseur culturelle et le choix lucide de son outil témoigne d'un souci d'aisance avec l'écriture qui n'est pas sans rapport avec la présentation de soi et qui est équivalent et complémentaire à celui de la tenue. Paradoxe et richesse du stylo, il est utile (contrairement à une cravate) mais aussi ornemental. On pourra donc considérer que le stylo est un accessoire sartorial, à la fois secondaire dans l'ordre de la visibilité et capital dans l'expression d'une singularité.

Alors, gentlemen, poussez le souci du détail jusqu'à la pointe de vos stylos...

parisiangentleman.fr

GRAPHISTE - ILLUSTRATEUR - CONCEPT ARTIST

PIERRE LELOUP



Parce que votre
projet est
unique



www.leloup.graphics



WORKING CAPITAL TOUR

Le road show de l'optimisation du cash

LYON - 23 SEPTEMBRE 2014

LILLE - 30 SEPTEMBRE 2014

NANTES - 21 OCTOBRE 2014

PARIS - 20 NOVEMBRE 2014

www.workingcapitaltour.com