

DIGITAL FINANCE AWARDS

DIGITAL SUCCESS STORIES **2022**



MOT D'INTRODUCTION

Chère communauté,

Cette 4^e édition des Digital Finance Awards marque un rendez-vous incontournable pour les Directions Financières : les DFA ne sont plus seulement un coup de projecteur des plus beaux projets de transformation mais un véritable catalyseur des initiatives de demain.

Depuis plusieurs années, et également à travers Future of Finance, nous avons le privilège d'être en première ligne pour observer la mutation de la fonction Finance, avec une volonté toujours plus forte d'accompagner les entreprises et leurs modernisations portées par l'innovation, "le moteur de Losam".

Avec près de 40 projets présentés, plus de 60 membres de jurys mobilisés et 4 mois de concours, cette édition 2022 a vu s'affirmer une tendance forte qui rythmera à n'en pas douter les prochaines années des équipes Finances et de l'entreprise.

En effet, les projets Green Finance ne sont plus une chimère mais une réalité bien concrète. Le sujet s'ancre enfin dans la réalité des entreprises et constitue une réelle opportunité pour les directions financières.

La fonction part ainsi à la conquête du leadership ESG par des projets précurseurs autour de la donnée. Nous avons hâte de découvrir les projets qui seront présentés l'année prochaine !

Nous aimerions remercier les éditeurs stars partenaires de cette 4^e édition qui, à travers leur engagement et leurs convictions, nous permettent de vous proposer ce dispositif unique d'échanges, de rencontres et de partages.

Merci à eux : Deloitte, Axway, Basware, Celonis, Onestream, Sidetrade, Workiva, UiPath, Google Cloud, Blackline, Board, Cegedim, Coupa, HighRadius, Kyriba, Oracle, Traveldoo, Workday, Zuora.

Un dernier mot pour nos candidats : mille mercis pour votre implication et votre passion qui porte toute l'équipe !

Bonne lecture,

Corinne & Loïc

Corinne Crozier

Directrice des projets Finance
LOSAM

Loïc Vuichard

Président et Co-fondateur
LOSAM





NOS PARTENAIRES

- axway
- Deloitte
- catelias
- Google Cloud
- OneStream
- SECRETFRANCE
- valoris
- LAQUELLE
- leopard

INTERVIEW

Yves Pottier
Président du Conseil d'Administration
d'Amundi & Président par Interim de Lazard

Déborah Boumier
Zénith de nos conférences et débats
Lazard

LOSAM
PRÉSENTE
DIGITAL FINANCE AWARDS

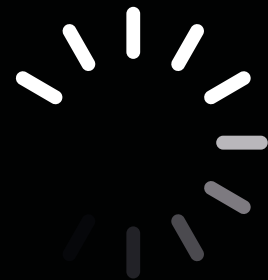
DIGITAL FINANCE AWARDS

LES PLUS BEAUX PRIX EN EUROPE POUR LE MEILLEUR INVESTISSEUR
DE LA FINANCE NUMÉRIQUE

20

SOMMAIRE

DFA
2022





DFA

CATÉGORIE
RAPIDITÉ

CATÉGORIE / RAPIDITÉ

Projet qui se caractérise par l'atteinte d'objectifs ambitieux dans un temps record.

Ce projet permettra d'identifier une pratique, une démarche... Considérée comme « exemple à suivre ».



DESCRIPTION

LES CANDIDATS

AIRFRANCE 

COMEXPOSIUM



sanofi

WORLDLINE 



Marine Cochard
SVP Controlling &
Finance Transfo
BELIEVE



François Aubin
Dir. au Centre de
compétences Achats et
Finance
BOUYGUES



François d'Andigné
Customer Value Director
CELONIS



Arnaud Lartigue
Customer Value
Architects Manager -
EMEA South
CELONIS



Isabelle Mari
Head of Finance
Innovation
CMA CGM



Jean-Philippe Grégoire
Directeur Financier et
M&A Groupe
DAHER



Sébastien Cannizzo
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Gautier Riche
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Thibaut Vérité
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



**Antoine
Vanheuerswyn**
DAF
EIFFAGE



Antoine Lagoutte
Directeur Financier
Adjoint
IPSOS



Alexia Clair
Finance Transformation
Director
MICHELIN



Édouard Pichon
Dir. Administratif et
Contrôle Financier
Groupe
REXEL



Ludovic Maetz
Finance Transformation
and FP&A
SCHNEIDER ELECTRIC



Solen Thomas
Dir. Excellence
Opérationnelle, Services
comptables mutualisés
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



Frédéric Sellam
Group Finance
Transformation Manager
VEOLIA

RAPIDITÉ
MEMBRES DU JURY



PROJET COMPTA BUD



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Une crise sans précédent qui a obligé Air France à se réinventer pour survivre.

Quels étaient les macro-objectifs ?

Une réduction quasi immédiate de plus de 70 % du coût de la fonction comptable. Des effectifs passant de 173 à 50 en France.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

- Définition de l'organisation cible à destination de l'Administration pour cadrage du plan de départ volontaire (PDV).
- Passage devant les instances en énonçant les objectifs.
- Recensement exhaustif des 265 processus à externaliser et rédaction d'un descriptif pour chacun d'entre eux.
- Choix du BPO (CSP Budapest), recrutement des équipes en local et transfert des connaissances en 3 étapes.
- Incitation aux mobilités internes.

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

Outil de transfert de connaissance d'un cabinet de conseil + Teams + Blue Jeans.

Qui était le sponsor du projet ?

Les CFOs AFKLM et AF. Projet suivi au niveau COMEX.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ? (Ressources internes et externes)

Tous les partants (PDV, mobilités) ont été impliqués. 2 consultants pendant 6 mois + l'équipe projet (3 personnes)

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Profils très variés. Nous avons eu besoin de tout le monde et surtout de celles et ceux dont l'activité était transférée. Projet transverse : IT, RH, Communication ont été impliqués.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Pilotage de projet, accompagnement du changement, communication interne (Newsletters).



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

Aujourd'hui, le CSP Compta France de Budapest est opérationnel. Le BP a été respecté. Près de 265 processus ont été transférés.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Axe social : celles et ceux qui ont (volontairement) quitté l'entreprise ou la fonction comptable ont la satisfaction de savoir que leurs tâches sont correctement effectuées. Celles et ceux qui restent ne se retrouvent pas avec les tâches des partants. Paradoxe : la crise a renforcé Air France.

3 chiffres clés :

- Payback 10 M€/an
- 173 comptables en juin 2020, 50 aujourd'hui en France (58 mobilités, 65 PDV)
- 34 Steercos impliquant les CFOs



GESTION PRÉVISIONNELLE DE TRÉSORERIE GROUPE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Comexposium est un organisateur d'événements présent dans plus de 30 pays, qui a connu une croissance ultra-soutenue dans les 5 ans précédant la crise sanitaire.

La pandémie a entraîné un arrêt brutal et total de son activité pendant près de 2 ans, et a de ce fait nécessité la mise en place en un temps record d'un dispositif permettant de connaître la localisation du cash disponible, le niveau de cash burn, le quantum de financement complémentaire nécessaire et la capacité long terme à faire face à l'ensemble de ses engagements.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

T4 2020 : Compréhension des attendus de l'ensemble des parties prenantes (actionnaires, organes de la procédure de sauvegarde, ...) et mobilisation des forces en présence (DF, DSI, conseils)

T1 2021 : Construction de template sous Excel et rodage du modèle ; formation des équipes au cash management & forecast (60 entités/30 pays)

T2 2021 : Digitalisation du process via un TMS et TM1 Cognos

T3 2021 : Approbation du modèle par le tribunal et utilisation « positive » dans le cadre de la reprise d'activité



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Lors du lancement du projet, les équipes de la direction financière étaient en chômage partiel et mobilisées à plein temps sur la gestion de la procédure de sauvegarde.

Le CFO groupe s'est appuyé sur un cabinet de conseil pour produire les prémices du reporting de trésorerie.

Progressivement, au cours du S1 2021, afin de développer les compétences en interne, la production et l'amélioration du modèle ont été confiées à un binôme trésorier/analyste s'appuyant sur les 3 CFO de zone du groupe.

Dans le but d'automatiser la récupération de données, la DSI est intervenue sur le plan technique afin d'assurer l'intégration/évolution des logiciels utilisés.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Aujourd'hui, Comexposium dispose d'un modèle prévisionnel de trésorerie sophistiqué et complet. Né « dans la douleur » et par nécessité, il est un outil décisif et puissant dans le monitoring de la reprise d'activité.

Il concerne 30 pays, 60 sociétés, 200 événements dont les lois d'encaissement sont finement modélisées et permettent de connaître à tout instant les positions de trésorerie de chaque BU dans le monde, d'ajuster les hypothèses dans un contexte business plus volatile et de bénéficier d'horizons de prévisions multiples (court, moyen et long terme). Ainsi, ce projet fut le résultat de beaucoup de travail dans un temps très court, avec une forte pression liée à la sauvegarde.



ÉLABORATION BUDGÉTAIRE ET REPORTING (EPM)



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Homogénéiser les processus et outils, harmoniser les méthodes de travail, difficultés à remonter les indicateurs de performances, consolider plus facilement les données et informations et réduire le coût de maintenance des systèmes.

Quels étaient les macro-objectifs ?

Faciliter le pilotage financier et réduire la recherche et fiabilité de l'information pour les utilisateurs.

Se concentrer sur les tâches à plus-value Business et valorisantes.

Un projet court et efficace pour répondre au timing budgétaire annuel.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

- Établir un CDC métier clair et précis
- Sélectionner le meilleur couple éditeur / intégrateur
- Impliquer à toutes les étapes du projet des key users, la MOA et l'informatique.
- Une conduite du changement tout au long du projet --> un projet métier pour le métier
- Mise en place d'une méthode semi-agile

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

SAC de SAP en mode SAAS dans le cloud.

Qui était le sponsor du projet ?

Le directeur de la transformation digitale du Groupement et le DAF Groupe.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

La MOA Finance, les directions du contrôle de gestion, des key users opérationnels (siège national mais aussi des régions), l'informatique, le meilleur couple éditeur/intégrateur.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Profil expérimenté dans chacun des domaines. Expert en pilotage de projet, en contrôle de gestion, en informatique et en intégration.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Compétences clés pour l'entreprise avec plus de 30 contrôleurs de gestion juste sur la phase de sélection. Des experts en gestion de projet, en conduite du changement et en informatique (Cloud, SAP, interfaces).



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

150 utilisateurs dès la première semaine avec une cible à 1 200 utilisateurs.

Quels sont les axes forts de votre projet ?

Un projet pour le métier, par le métier, réalisé en 4 mois au lieu de 18-24 mois habituellement. Une rupture technologique et projet pour un Groupe de notre taille.

3 chiffres clés :

- Un projet ultracourt (réalisé en 4 mois) pour la holding et la logistique d'un groupe de 40 Milliard d'€.
- Un coût < à 700 k€
- 50 personnes impliquées à toutes les phases projet (une pizza team) y compris en sélection des éditeurs/intégrateurs --> conduite du changement facile et nos meilleurs sponsors en interne.



ECOLLECT



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

La crise Covid a déclenché une prise de conscience sur la fragilité de nos processus de recouvrement, le manque d'automatisation et notre retard en matière de technologie. Il était urgent de faciliter le travail des collecteurs avec un système intuitif, leur permettant de se focaliser sur les créances à fort enjeu.

Quels étaient les macro-objectifs ?

Déployer une solution globale qui permette d'automatiser et structurer les activités de recouvrement de façon efficace, en assurant l'adhésion et l'adoption continue des équipes locales au système.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

La particularité du projet a consisté à paralléliser les déploiements dans l'ensemble de l'organisation sans faire de pilote mais en définissant un MVP adaptable à l'ensemble de l'organisation, s'appuyant sur le design d'une Core Solution et les fonctionnalités standards d'HighRadius.

Qui était le sponsor du projet ?

CI2C GPO.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

Le projet a mobilisé des ressources internes et externes avec le support en particulier d'un cabinet de conseil.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Experts techniques, processus, chefs de projet et change management.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Gestion de projet, SAP, Métier du crédit et du recouvrement.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

Système déployé dans les principaux marchés et utilisé par près d'une centaine d'utilisateurs

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Nous avons cherché une approche extrêmement agile dans un contexte très fortement contraint grâce au concept de MVP adaptable (fonctionnement global laissant une forte latitude à la localisation) et le parti pris de fortement paralléliser tout le déploiement et sa rapidité.

Chiffres clés :

1 an de déploiement / 50 pays déployés / 5 ERP / 7 macrostratégies de relances définies, et près de 300 formulaires définis pour adresser correctement l'ensemble des situations.



ONE GLOBAL P2P



1. CONTEXTE ET ENJEUX

- Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?
- Un process Source-to-Pay non standardisé, peu automatisé et inefficace :
- Insatisfaction des opérationnels se plaignant de la lenteur du process de la production du bon de commande à la comptabilisation de la facture mais également du manque de visibilité du statut end-to-end
- Paysage applicatif hétérogène et peu ergonomique, rendant impossible la vue end-to-end
- Partenaire externe pour la comptabilisation des factures

Quels étaient les macro-objectifs ?

L'efficacité d'un process Source-to-Pay groupe standardisé, automatisé et internalisé donnant une vue globale aux opérationnels



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

4 étapes :

- 1/ Cahier des charges puis RFP pour sélectionner la solution Source-to-Pay (3 mois)
- 2/ Design et construction du Core Model confirmé par un pilote (7 mois)
- 3/ Déploiement sur 30 pays et 50 entités (9 mois)
- 4/ En parallèle, constitution d'une équipe CSP dédiée et sortie du partenaire externe

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

La solution Basware a été sélectionnée, couplée à notre ERP groupe SAP ECC6.

Qui était le sponsor du projet ?

Le CFO Groupe, ayant également le Procurement dans son périmètre, ainsi que le CTO Groupe.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

- Une équipe centrale interne de 6 personnes
- Des référents internes locaux
- Le support du CSP pour la construction d'une équipe dédiée et la sortie du partenaire externe
- Les équipes ATOS pour l'interfaçage avec notre ERP SAP ECC6
- Les équipes Basware pour le CORE MODEL
- Les équipes d'un cabinet de conseil pour le pilote, le déploiement et la mise en place du run

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Transformation, CIT & BPOs

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Fonctionnelles (Finance et Procurement) et techniques (Basware & SAP)



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

Déploiement d'un process standardisé et automatisé grâce à l'adoption par les opérationnels d'une plateforme technologique unique et ergonomique. Sortie du partenaire externe (20FTEs).

Mise en place d'une équipe CSP dédiée (8 FTEs) pour accompagner les utilisateurs (formation, Q&A, documentation...) et l'onboarding des fournisseurs.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Une plateforme technologique Source-to-Pay unique. Un Core Model fonctionnel et technique. Un déploiement industrialisé et rapide.

3 chiffres clés :

- 30 pays et 50 entités en 9 mois
- 90 % des factures avec PO
- 55 % de factures papier en moins

CATÉGORIE
/ RAPIDITÉ



LE PARRAIN



À propos de **Celonis** - www.celonis.com

Celonis aide les entreprises à exploiter leurs données. Poussé par sa position de leader du marché du process mining, Celonis Exécution Management System (EMS) fournit un ensemble d'applications, de développement et des capacités de plateforme pour les dirigeants et les utilisateurs afin d'économiser des milliards de dollars dépensés inefficacement au sein des entreprises, d'offrir une meilleure expérience utilisateur et de réduire les émissions de carbone.

Celonis compte des milliers de clients dans le monde et dispose de sièges sociaux à Munich (Allemagne) et à New York (États-Unis) et de 15 bureaux dans le monde.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE
/ **RAPIDITÉ**



Élaboration
Budgétaire et
Reporting (EPM)



Philippe Tahar
Directeur Transformation
Digitale Finance



Delphine Hergault
Chef de projet

COUP
DE CŒUR
DU JURY



Gestion
prévisionnelle de
trésorerie groupe



Malika Haloui
Comptable Générale &
Trésorière d'entreprise



Aurélien Verna
Analyste Financier



One Global P2P

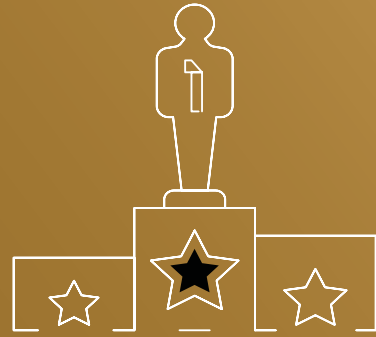


Florent Aiguier
Group Head of Finance
Transformation &
Processes



Nathalie Barrette
Head Process, Support
And Transformation

LE LAURÉAT 2022



CATÉGORIE
/ **RAPIDITÉ**

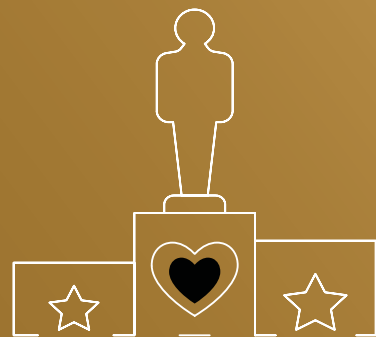
Les Mousquetaires

Élaboration Budgétaire
et Reporting (EPM)

Un outil EPM d'élaboration
budgétaire et reporting mis
en place en 4 mois pour
piloter et accélérer les prises
de décisions : une capacité
de transformation ultra
rapide et reproductible à
d'autres projets.



COUP DE CŒUR DU JURY



CATÉGORIE / RAPIDITÉ

Comexposium

Gestion prévisionnelle de trésorerie Groupe

Développement en à peine
2 mois d'un modèle de
prévision de trésorerie afin
de répondre à l'urgence
de la crise sanitaire qui
a entraîné la fermeture
brutale de tous leurs salons.





DFA

CATÉGORIE
AMBITION

CATÉGORIE / **AMBITION**

Projet/programme de transformation (achevé ou en cours) qui affiche des objectifs très ambitieux en termes d'envergure, parfois au-delà de la Sphère Finance.

Organisation, processus, culture, évolution majeure des SI ou de la gestion de la data... Ce projet aura pour l'entreprise un impact majeur et durable.

DESCRIPTION



LES CANDIDATS

DECATHLON


SAINT-GOBAIN

 **EIFFAGE**

 **orange™** Business Services

Life Is On | **Schneider**
Electric

 **Urssaf**
Caisse nationale



Laurent Farget

Customer & Partner Director

AXWAY



Patrick Jacq

Digital Finance Specialist

AXWAY



Lionel Linossier

VP General Manager Digital Finance

AXWAY



Émilie Alba

DVP Strategic Finance

CMA CGM



Gautier Riche

Associé Conseil, Finance & Performance

DELOITTE



Laurence Daniel-Huet

Dir. Finance Opérationnelle et cash management

EDENRED



Tanguy Odiette

DAF, Directeur du Contrôle de Gestion Groupe

ERAMET



Laurence Barrère

Directrice Projets auprès du DG

KERING



Xavier Richer

Directeur du Contrôle de Gestion

LA POSTE



Isabelle Fargeot

Directeur Transformation Finance

ORANO



Solen Thomas

Directrice Excellence Opérationnelle, Services comptables mutualisés

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



Olivier Regnard

CFO

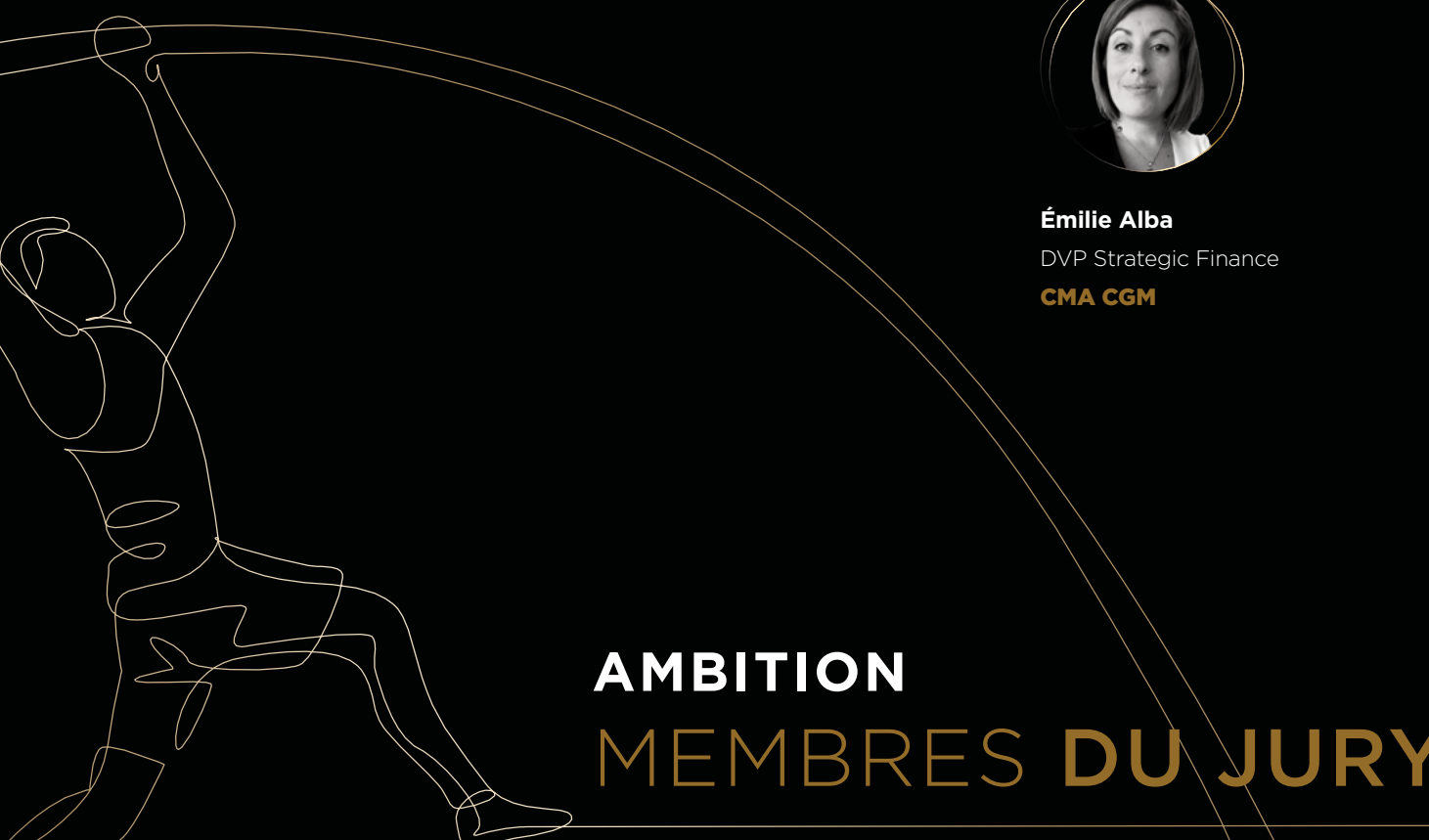
SOLOCAL



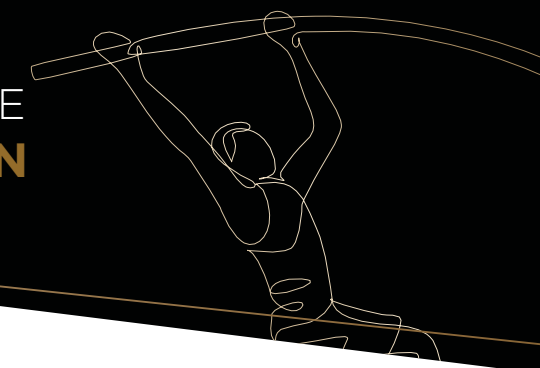
Claude Laruelle

DG Adjoint en charge des Finances

VEOLIA



AMBITION MEMBRES DU JURY



TRANSFORMATION FINANCE MONDE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Les éléments déclencheurs :

- Forte internationalisation de Decathlon (30 --> 60 pays en 5 ans).
- Transformation du business model de l'entreprise (digital + économie circulaire) accélérée par la crise sanitaire de 2020-2021.
- Niveau d'efficacité et de la qualité de la Finance pas au niveau des meilleurs
- Frustration de nos plus jeunes collaborateurs par rapport aux outils et à leurs attentes par rapport aux métiers
- Manque de projet et vision partagée dans une organisation décentralisée

Quels étaient les macro-objectifs ?

- Plaisir au travail et employabilité de nos 1 400 collaborateurs
- Qualité et donc satisfaction des clients internes
- Efficacité (revenir dans le haut du benchmark)



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

- Écriture d'une cible à 1 an (2020), 3 ans (2022) et 5 ans (2025) avec 60 DAFs Pays + mandat de transformation
- Étape de Benchmark et écriture du projet «DAF United» et choix des axes de transformation
- Écriture du projet de Transformation et des cibles par pays (60 pays)
- Mise en œuvre du projet autour des axes suivants : Finance Transformation Champions, Service Delivery Model, Users & Tech, Finance HR & Talent

Technologies utilisées (axe efficacité)

- DataViz
- RPA
- Process Mining

Qui était le sponsor du projet ?

Le Directeur Financier Groupe et un Steering Committee



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

Ressources internes principalement

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Équipe Transformation répartie mondialement + Steering Committee (6 pays) + réseau de «Finance Transformation Champions»

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

- Gestion de projet
- DataViz
- RPA
- Process Mining



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Les premiers résultats

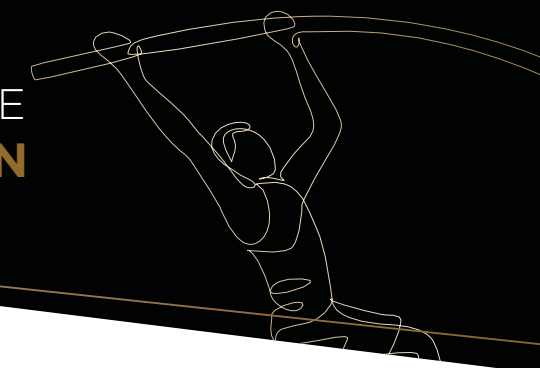
- 75 % des collaborateurs déclarent connaître et être impactés par le projet
- 1 Portail Finance devenu le point de passage incontournable des collaborateurs
- Création d'un réseau de 3 Centres d'Excellence Comptabilité (France, Singapour, Portugal)

Les axes forts du projet

- Service Delivery Model Compta & FP&A (CDG)
- Programme de développement des compétences pour tous les métiers
- Écriture d'une Roadmap IT Finance

3 chiffres clés :

- Baisse du ratio frais de la Finance / CA de l'ordre de 10 % en 2021 (vs 2019)
- 50 pays ont commencé à travailler en mutualisation avec les COE
- 1 million de minutes de travail économisées grâce à l'automatisation



RPA, LE MEILLEUR ALLIÉ DES CSPS EN FRANCE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte

Recherche de levier de productivité pour un CSP basé en France

Enjeux

Réduire les coûts pour rester compétitifs



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

1. POC avec un cabinet externe
2. Bascule en production
3. Choix de monter notre propre Centre d'Excellence
4. Focaliser sur les processus à fort ROI

Technologie

RPA

Sponsor

Directeur Général de Eiffage Global Services



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Ressources

MOA Finance, BPO, Comptables, DSI, Consultants externes, l'éditeur AAN

Profils

Comptables, consultants technico-fonctionnels, développeurs RPA, architectes

Compétences

Autonomie, créativité, rigueur, persévérance, bon sens et travail en équipe



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Résultats

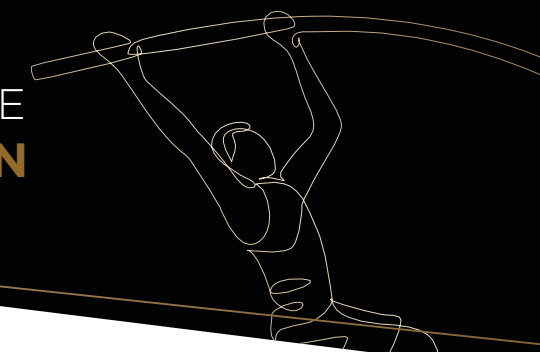
La productivité a dépassé le business plan d'origine

Axes forts du projet

- Appropriation des robots par les comptables
- Gains immédiats
- Création de notre centre d'excellence

Chiffres clés

+75 % de productivité et -78 % de délais en 4 ans



LIFT « LET'S INNOVATE FINANCE TOGETHER »



1. CONTEXTE ET ENJEUX

OBS, c'est 7,8 Mds€ de CA opérant dans 220 pays, avec 900 financiers dans 45 pays.

Face à la révolution des outils Finance, les enjeux de transformation d'OBS, notamment devenir «ONE OBS», les retours de nos collaborateurs et de nos clients internes, nous lançons en mai 2020 le programme de Transformation d'OBS Finance «LIFT».

5 objectifs, dont la finalité est d'apporter de la valeur au pilotage de la performance du «ONE OBS» :

1. Unifier des outils digitaux pour plus d'efficacité
2. S'approprier les changements induits par la Digitalisation et la Data
3. Simplifier nos processus
4. Accroître la collaboration
5. Accroître l'attractivité d'OBS Finance



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

LIFT, Let's Innovate Finance Together, encapsule notre démarche :

- appel à des volontaires de toutes les équipes => Let's
- nous testons et essayons des choses nouvelles => Innovate
- en équipes pluridisciplinaires => Together

Nous venons de clore la phase 1 (20 mois), qui a consisté à créer un nouvel état d'esprit en faisant appel à des volontaires, dynamiques, travaillant en mode agile.

16 initiatives déployées, autour de sujets du type : automatisation, processus, collaboration, formation...

Nous entamons la phase 2 (24 mois) : mutualisation des activités de production et transformation du Business Partner.

En parallèle, nous accélérons le déploiement : 1 ERP, 1 EPM et 1 Data/BI dans nos 87 pays.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Nous nous appuyons essentiellement sur nos équipes Finance et Opérationnelles d'OBS (environ 150 volontaires), ainsi que sur nos départements IT OBS + IT Finance Orange.

Nous étions accompagnés d'un consultant interne spécialisé dans la conduite du changement, et en méthode agile.

C'est uniquement pour le déploiement de notre ERP et notre EPM, que nous faisons appel à des intégrateurs.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

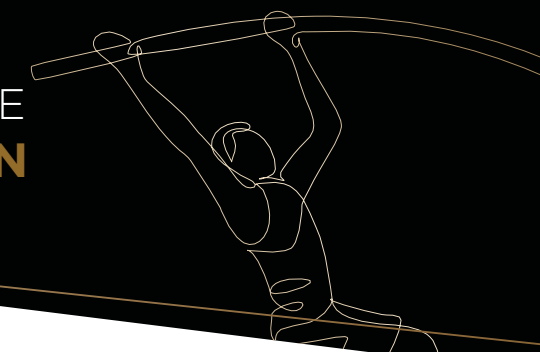
C'est un programme qui embarque l'ensemble de nos collaborateurs : toutes fonctions, dans le monde entier, en constituant des équipes pluridisciplinaires.

Nous leur donnons les moyens de résoudre les problèmes qu'ils ont identifiés (16 initiatives déployées en phase 1), on n'adresse pas uniquement les problèmes du Top management.

150 collaborateurs ont appris à travailler en mode agile : en pratiquant le test & learn, par itération, ...

Nous entamons la phase 2 de notre transformation : la mutualisation des activités de production et la transformation du rôle de Business Partner.

Un ERP, un EPM et une Data/BI unifiés dans 87 pays/150 entités, pour servir l'ambition d'un «ONE» OBS.



SYMPHONY



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Le lancement du programme Transform & Grow en 2019 et l'arrivée d'un nouveau directeur financier ont poussé la finance à formaliser sa feuille de route digitale pour s'adapter à la nouvelle organisation du groupe et contribuer aux nouvelles dynamiques.

Nous souhaitons consolider des initiatives existantes ou en lancer de nouvelles afin de couvrir l'ensemble des métiers de la finance et de les faire basculer pleinement dans un mode digital, afin d'améliorer nos processus, faciliter la vie de nos équipes et leur permettre de se concentrer sur des tâches à valeur ajoutée et leur métier de business partner.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Nous avons d'abord cartographié l'ensemble de nos outils et applications, puis organisé un digital lab avec les représentants de toutes les strates de notre organisation pour établir une première feuille de route. Celle-ci a été soumise à la communauté lors de notre Séminaire Financier International puis validée par le Comité de Direction Financière. Cela a abouti à structurer notre approche autour de 10 projets phare lancés sous la supervision d'un comité digital Groupe.

Le sponsor du projet est notre Directeur Financier.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Pour établir la feuille de route, nous avons travaillé avec un consultant et une équipe de 4 personnes en interne. 40 personnes ont été sollicitées pour le digital lab et 150 consultées durant le séminaire financier. Ensuite, chaque projet est structuré en fonction de son périmètre et de son ampleur.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

L'équipe de transformation digitale finance

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Des compétences projet, de change management. Des consultants externes en fonction des projets lancés et l'IT.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

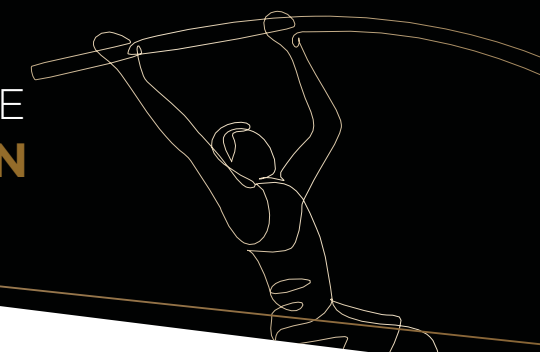
Nos 10 projets phare sont quasiment tous live. Des décisions structurantes fortes ont été prises. Des choix d'outils effectués et des déploiements soit en cours, soit finalisés. Aucun processus laissé de côté. Des solutions innovantes notamment pour l'animation de la communauté.

Les axes forts du projet

Nous touchons tous les financiers du groupe, toutes nos régions et toutes nos BU avec un vrai souci de simplification et d'harmonisation tout en respectant profondément nos principes de responsabilisation de nos pays et de nos BU.

Chiffres clés :

8 comités de pilotage, plus de 100 personnes travaillant sur les projets, 5 000 financiers directement concernés, plus de 40 pays.



LEADERSHIP FOR PROFITABLE GROWTH (LFPG)



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Suite à un atterrissage financier décevant, notre CEO a souhaité faire monter en compétence et aligner nos Top Leader sur les concepts financiers afin de délivrer notre vision du futur auprès de nos actionnaires.

L'objectif étant de leur faire maîtriser les principes de la finance d'entreprise appliqués à notre organisation matricielle regroupant 3 business modèles de gestion financière très différents.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Nous avons d'abord créé une formation de 3 jours en présentiel pour nos Présidents Pays (120 p) que nous avons ensuite entièrement digitalisée sur 3 dimensions : le cours du professeur, les applications Schneider et le business game dans un format blended flexible, permettant à chacun de se former à son rythme dans un cadre commun.

Les sponsors étaient le CEO et son Comité Exécutif



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

27 personnes en interne : 2 Program Leaders pour la création, le design (pédagogie et expérience apprenant) et la supervision du projet, 4 membres additionnels tant qu'arbitres et influenceurs, 3 responsables du déploiement (cohortes) et 3 en soutien technique et logistique ainsi que 15 experts internes (création du contenu personnalisé).

2 prestataires : un professeur de Finance et Stratégie (théorie et serious game) et un organisme spécialisé dans la production de formation financière.



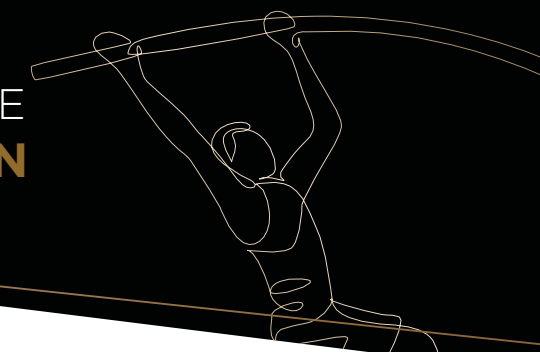
4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

90 % de nos top leaders ont complété la formation malgré la crise Covid.

NPS 83 %, une note globale de 4,7/5.

Un engouement fort qui a permis d'étendre la formation au niveau directeur (N-1 de l'audience cible) représentant 2 500 personnes.

L'objectif du business game était d'obtenir l'action la plus haute, Schneider surperforme le CAC sur les 3 dernières années.



PLAN DE TRANSFORMATION SNT - MISE EN PLACE TMS



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Déclencheur

Plan de transformation du SI Trésorerie validé par la DSS en 2017, qui fixe la FDR des projets 2018-2022 (outils de trésorerie, prévisions/simulations, pilotage, portail partenaires, décisionnel)

Enjeu majeur

Gestion de 2K Mds d'€ de flux financiers afin de financer le système de protection sociale au sein des outils centralisés dont le TMS.

Macro-objectifs

- se mettre au meilleur standard en matière d'outil de gestion de trésorerie,
- améliorer la sécurité opérationnelle, la maîtrise des risques, l'efficacité des opérations et la circulation de l'information (outil intégré et interconnecté),
- s'adapter plus facilement à l'extension croissante des missions de la branche.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

- Rédaction du cahier des charges & du dossier de consultation
- Procédure marché concurrentielle négociée (PCN)/choix de la solution
- Modélisation des processus métier cible
- Conception, Réalisation et Paramétrage de la solution avec l'éditeur
- Validation de la solution : recette métier (3 vagues) et répétition générale de MEP
- Conduite du changement (analyse d'impacts, formation, entraînement outil)
- Démarrage «big bang» (27 entités) avec support utilisateurs renforcé (10/2021)
- Phases de VSR et de Garantie, lots complémentaires (03/2022)

Technologie utilisée : Progiciel de marché

Sponsors du projet : Directeur SI, Directeur Financier & Directeur comptable.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Ressources mobilisées pour la mise en place du projet :

- Ressources MOA et MOE des SI Trésorerie et autres SI impactés
- Experts métier (Directions financières et comptables des Urssaf et de la Caisse nationale)
- Experts DSI (Architecture, Exploitation)
- Ressources externes : consultants Datalog Finances (éditeur du progiciel) & consultants AMOA et AMOE.

Profils de ces ressources : Trésoriers (experts métier), Experts Projet trésorerie (MOA-MOE),

Types de compétences mobilisées

- Expertise Outils de trésorerie
- Expertise Métier Trésorerie
- Gestion de projet et conduite du changement



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

MEP : implantation big bang réussie depuis le 11/10/21.

Chiffres clés

- 2 000 Mds€ de flux financiers annuels afin de financer le système de protection sociale & jusqu'à 20 Mds€ par jour
- 250 caisses prestataires
- 1 000 partenaires institutionnels et bancaires
- + de 1 000 schémas comptables
- 117 interfaces
- 400 utilisateurs TMS.

Projets terminés : TMS, Prévision locale, Reversements, décisionnel.

Complexité

- Ateliers de réalisation en mode distanciel (confinement)
- Conduite du changement outil et métier (impacts forts sur les utilisateurs localisés sur 27 lieux différents)
- Pilotage transverse (MOA Finance, comptable et délégué)
- Appropriation forte de l'outil en interne (MOA)



CATÉGORIE / **AMBITION**

LE PARRAIN



Axway est un éditeur français international, présent dans 17 pays, spécialiste de la gestion des flux de données, et compte plus de 11 000 clients dans le monde. Au milieu des années 80, **Axway** crée le premier interpréteur comptable avec pour objectif de traduire les événements de gestion en écritures comptables.

Depuis, les apports de la solution Axway pour les professionnels de la fonction Finance sont :

- **Autonomie :**
Prise en compte d'une nouvelle norme, d'un nouveau modèle d'affaires, d'une nouvelle application sans avoir à faire appel à l'IT ou à l'éditeur,
- **Valorisation de la donnée :**
 - Rajout des axes d'analyse nécessaires au pilotage de l'activité en fonction des critères de leur choix (centres de coût, lignes produit, nombre d'employés...).

- Garantir la qualité des données avec un important niveau de détails, depuis les applications de gestion jusqu'au système d'information finance.
- Traçabilité complète et chaînage entre les données amont et aval, pour fournir une piste d'audit actionnable et permettre les rapprochements entre comptabilité et gestion

Aujourd'hui, Axway accélère la transformation digitale du Département Finance et participe de projets :

- de refonte des systèmes d'information financier,
- de migration d'ERP,
- d'intégration et de consolidation de filiales utilisant des systèmes et des normes comptables hétérogènes.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE
/ **AMBITION**



DECATHLON

Transformation
Finance Monde



Stéphane Thierry
Regional CFO - Finance
Transformation Project
Leader



Aurélie Braun
Finance Academy
Director

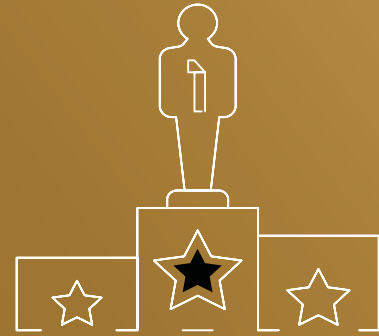


Omar Pazmino
Responsable Mission
Système d'information



Loïc Girard
Responsable MOA
Trésorerie

LE LAURÉAT 2022

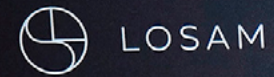
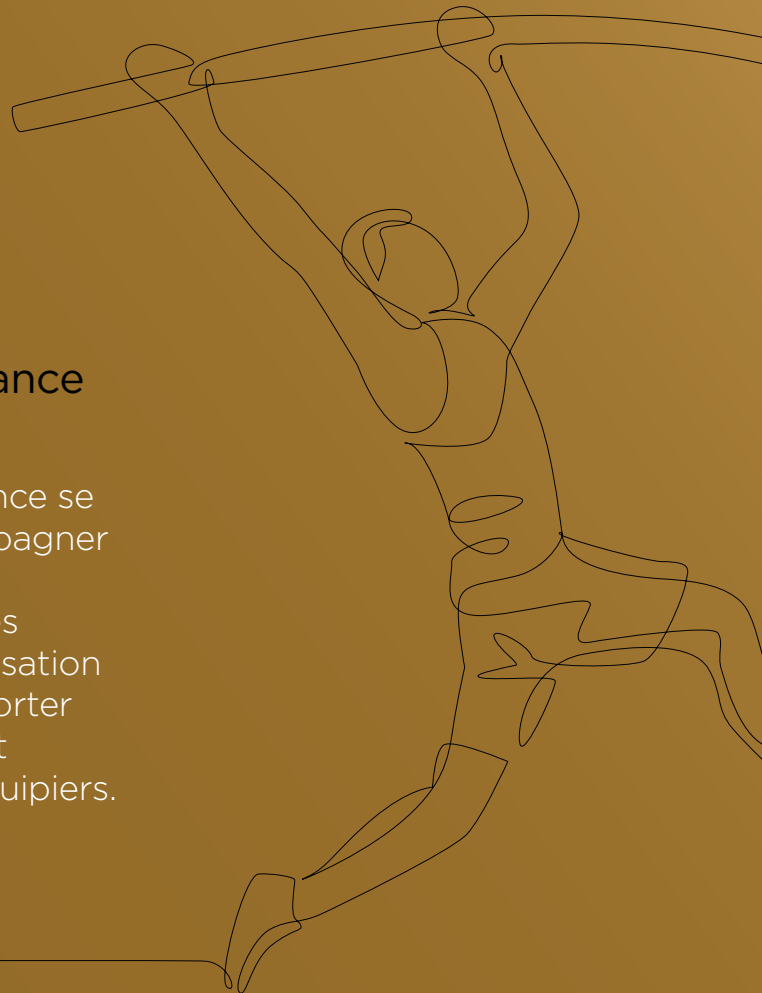


CATÉGORIE
/ **AMBITION**

Decathlon

Transformation Finance
Monde

Chez Decathlon, la Finance se transforme pour accompagner la transformation de l'entreprise. Les nouvelles compétences, la mutualisation et le digital doivent apporter satisfaction, efficacité et pertinence à 1 400 coéquipiers.



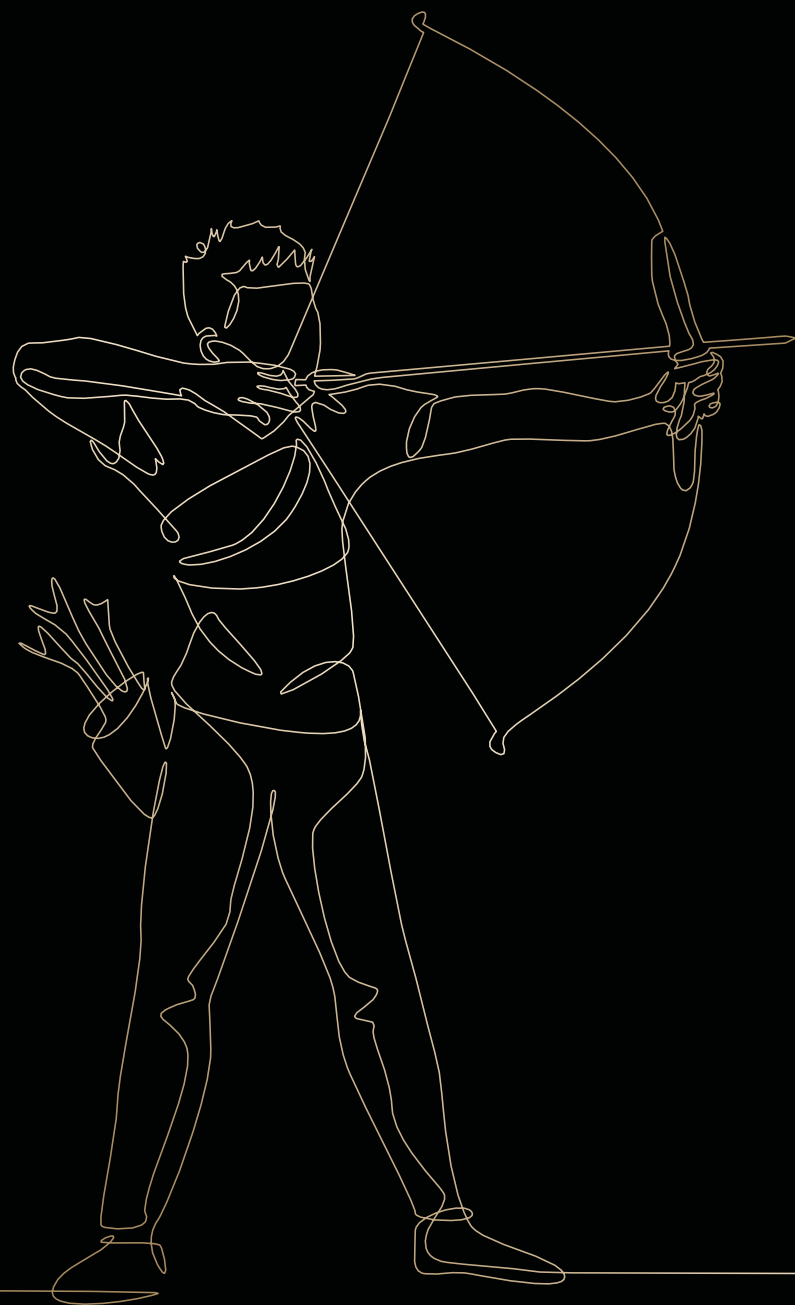
PRÉSENTE

DIGITAL FINANCE AWARDS

LES PLUS BEAUX PROJETS DE TRANSFORMATION
DE LA FONCTION FINANCE

20 AVRIL 2022





DFA

CATÉGORIE
INNOVATION

CATÉGORIE / INNOVATION

Projet qui se démarque par la mise en œuvre d'une technologie ou une démarche particulièrement innovante.

Cette innovation doit marquer la communauté par son caractère exceptionnel.

DESCRIPTION



LES CANDIDATS





Olivier Courtois
France Region CFO
AXA INVESTMENT MANAGERS



Régis Garnier
Head of Finance Transformation
AXA INVESTMENT MANAGERS



Christophe Sentenac
Directeur Optimisation de la Performance
CARREFOUR



Gregory Micheletti
Directeur CSP Comptabilité
CERBA HEALTHCARE



Sébastien Cannizzo
Associé Conseil, Finance & Performance
DELOITTE



Gaétan Michel
Associé Conseil, Finance & Performance
DELOITTE



Gautier Riche
Associé Conseil, Finance & Performance
DELOITTE



Nicolas Nore
Directeur Financier
ENGIE B2B FRANCE



Émilie Alba
DVP Strategic Finance
CMA CGM



Sébastien Privel
Global FP&A Shared Service Director
COCA-COLA



Gérard Farmer
Directeur Transformation Opérationnelle Finance
IDEMIA



Édouard Pichon
Directeur Administratif et Contrôle Financier Groupe
REXEL



Pascal Perrier
Dir. de la Transformation Digitale et des Csp Finance Groupe
SAINT-GOBAIN



Emmanuel Arabian
Directeur Finance et Trésorerie
SEB



Philippe Surer
Directeur Administratif et Financier
SUEZ



Geoffroy de Pontevès
VP Finance, Defense Mission Systems
THALES



Vincent Guillard
Field Marketing Manager
WORKIVA



Benoît Voûte
Alliances & Partnerships Director - France
WORKIVA



INNOVATION MEMBRES DU JURY



ONESTREAM



1. CONTEXTE ET ENJEUX

En 2018, le groupe Accor opère un changement stratégique en basculant vers un nouveau business model « Asset light ». La transition de propriétaire à opérateur hôtelier a changé notre façon de piloter notre activité et d'analyser notre performance. Elle a aussi eu de profonds impacts organisationnels, à la fois sur les process et les outils.

Ainsi le Groupe a lancé un projet de refonte intégrale de son système de reporting et consolidation visant à répondre à ces nouveaux besoins. Mis en œuvre en période de crise sanitaire majeure, ce projet a également été l'opportunité de rationaliser en profondeur notre architecture SI.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Le projet, sponsorisé par le directeur du contrôle général groupe, a été jalonné par les phases suivantes :

- Sélection de la solution Onestream parmi 19 éditeurs
- Design collaboratif pour couvrir les besoins centraux et locaux dans l'ensemble des géographies et des segments de marché
- Proof of Concept sur les fonctionnalités structurantes du produit dans le contexte Accor
- Intégration *via* plus d'une centaine d'interfaces, depuis une quinzaine de systèmes sources
- Blended learning de plus de 300 utilisateurs sur 100 pays
- End-to-end test pour rejouer une clôture de bout en bout dans l'application
- Run handover anticipé pour stabiliser rapidement les process de maintenance



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Au total, plus de 80 personnes impliquées sur le projet :

- 6 personnes internes
- Onestream pour l'implémentation
- Klee performance en tant que soutien de Onestream sur l'implémentation et pour la gestion du changement et des formations
- Deloitte pour l'assistance à la maîtrise d'ouvrage, la reprise de données (3 ans d'historique) et la PMO
- Un représentant de chaque fonction finance afin d'avoir un Single Point Of Contact
- Un responsable local pour chaque interface afin de s'assurer de la bonne responsabilisation et la bonne autonomie des équipes locales pour l'alimentation des 400 entités de l'application



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Accor a été le premier gros client français à faire le saut vers les nouveaux outils de reporting et de consolidation. En 2019, sélectionner un éditeur presque absent du marché français était un pari audacieux pour un groupe coté.

Ce pari s'avère d'ores et déjà payant puisque nous avons publié nos comptes 2022 avec Onestream, deux mois seulement après le go-live. En outre, cette technologie unique doit remplacer, à terme, de 10 à 15 applications existantes, permettant ainsi au groupe d'économiser plusieurs millions d'euros par an.

Enfin, les améliorations apportées par l'application sont nombreuses : unification conso-reporting, consolidation mensuelle, analyse par hôtel, etc.



ESCOMPTE DYNAMIQUE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

- Une trésorerie structurellement excédentaire du fait de notre activité
- Un process Purchase to Pay de plus en plus mature permettant de raccourcir les délais de paiement
- Un contexte de fragilité financière de certains de nos fournisseurs en lien avec la crise sanitaire

Quels étaient les macro-objectifs ?

- Proposer à nos fournisseurs d'avancer le paiement de leurs factures de manière totalement flexible et non engageante, en proposant eux-mêmes le taux d'escompte qu'ils souhaitent accorder
- Optimiser notre trésorerie tout en permettant à nos fournisseurs d'y avoir accès.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

- Cahier des charges établi à partir des éléments fournis par C2FO pour adapter leur solution Saas à nos règles de gestion et notre ERP
- Conception et développement des interfaces permettant de communiquer les factures escomptables de l'ERP vers la solution C2FO et les factures avec demande d'escompte en sens inverse
- Sessions de formation par C2FO pour FDJ
- Campagne de lancement initiée par FDJ avec une large communication aux fournisseurs puis enrôlement individualisé par C2FO

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

Oracle (ERP), C2FO (solution Saas), Power BI (reportings)

Qui était le sponsor du projet ?

Finance et Achats



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

- Ressources internes : équipe P2P Finances, Trésorier, chef de projet, DSI, équipe achats
- Ressources externes : équipe C2FO

Quels étaient les profils de ces ressources ?

- Profils métier comptables, acheteurs et trésorerie, chef de projet et profil technique spécialisé Oracle (pour la DSI)
- Profils spécialisés dans la mise en place et le déploiement de la solution pour les équipes C2FO

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Des compétences comptables, projet, techniques et commerciales (enrôlement)



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

- Programme lancé en octobre 2021 suite à 6 mois de projet.
- Solution parfaitement fonctionnelle
- Contribution de la démarche à la labellisation RFAR obtenue en juin 2021

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

- La démarche innovante et particulièrement flexible proposée à nos fournisseurs
- L'utilisation de la Fintech dans une optique de valorisation d'une relation durable et équilibrée avec les fournisseurs

3 chiffres clés

- 100 % de fournisseurs PME/ETI parmi les utilisateurs
- 26 jours avancés en moyenne
- 1,2 M€ de factures avancés à début mars 2022



BELOWCARBON



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Le Groupe Bel a une stratégie de réduction de son empreinte carbone ambitieuse, alignée avec la trajectoire climat de 1,5 °C. Ce défi, très ambitieux pour un Groupe principalement laitier, s'inscrit pleinement dans notre modèle d'entreprise responsable et rentable.

Nous pensons qu'il faut donner à chaque fonction, chaque business, chaque marché, chaque marque une vision précise et régulière de son empreinte carbone pour lui permettre d'être acteur du changement.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Pour accompagner chaque collaborateur de Bel dans sa contribution à la stratégie carbone, nous avons créé un outil de mesure de l'impact carbone.

Au même titre qu'un financier construit des standards de coûts de production en euros, Bel a construit dans son système de reporting des standards Carbone pour chacun de ses produits et sur l'ensemble de sa chaîne de valeur (scope 1,2 et 3). Tous les mois, les émissions carbone sont publiées dans l'application Bel Carbon Impact tool et mises à disposition de l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Le déploiement de l'outil est accompagné de l'animation d'ateliers Carbone qui permet à une marque ou un marché de comprendre son empreinte carbone.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Un cabinet de conseil nous a accompagnés dans la définition des facteurs d'émission en carbone. Le setting de nos outils s'est fait en interne grâce à une gestion de projet transversale composée de l'équipe Sustainability, des controlling corporate et industriels et de l'IT. Le déploiement de l'outils *via* des ateliers est piloté par une création de poste Sustainability Performance & Transformation.

Le projet a un fort sponsorship de la part du Comex qui permet de mobiliser, à terme, tous les niveaux de l'organisation.

En parallèle des contenus de formation autour du Carbone sont mis à disposition des collaborateurs, ainsi que le déploiement de la Fresque du Climat.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Nos équipes finance deviennent de véritables facilitateurs du pilotage de la performance globale, financière et extra-financière, et la prise en compte de l'impact carbone s'intègre dans le pilotage de la performance mensuelle, mais aussi dans les grandes décisions d'investissement ou d'innovation au même titre que la rentabilité financière. Mesurer, c'est piloter. Mesurer, c'est avancer.

Chiffres clés :

- 92 % de l'empreinte carbone d'un produit sont quantifiés spécifiquement (à la recette, à la famille de packaging, au sourcing de lait, etc.)
- +300 users Bel Impact Tool
- +300 collaborateurs formés Fresque du Climat
- +30 animations workshops carbone
- 11 000 acteurs du changement (a terme)



DIGITAL FINANCE INCUBATOR : « INNOVATION POUR IMPACT »



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Notre ambition chez Roche est de dégager des fonds pour investir en Recherche et Développement et augmenter notre poids en termes d'Innovation. Pour atteindre cet objectif, la direction financière a établi un nouveau cadre de transformation de nos fonctions.

Pour accélérer notre transformation, 4 objectifs ont été établis : stimuler l'esprit entrepreneur, accélérer la digitalisation en Finance, transférer des activités opérationnelles aux Shared Service Center et établir de nouvelles méthodes de travail plus agiles.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Mon approche a été d'utiliser des méthodes d'entrepreneur. Création d'une startup au sein d'une organisation globale.

J'ai établi tout d'abord un concept de réseau très innovant et non traditionnel : + de 40 professionnels de différents horizons (IT, Data Science, Finance, Business).

Un Process d'Incubation a ensuite été créé : le réseau soumet une idée, puis vote lui-même ! Une priorisation est ensuite effectuée, suivie du lancement d'un sprint afin de générer des produits digitaux pour la Finance dans un cycle de 90 jours.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

L'aspect particulier et unique de ce réseau tient sur la diversité des profils : techniques, mais aussi financier et business. Il couvre un réseau de plus de 200 personnes.

Les compétences utilisées ont été très diverses : Data Science, IT, Project Management, Contrôle de Gestion, Finance.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Le résultat a été exceptionnel : 6 Produits Digitaux qui ont délivré en un temps record pour la Finance mais aussi pour les Scientifics, utilisant différentes technologies.

Grâce à la technologie employée et un des produits, nous avons économiser + de 40 % du temps pour notre Finance grâce à un algorithme qui remplace + de 70 % de data entry points.

Par ailleurs, d'autres produits ont été finalistes aux SAP Awards.

Enfin, cet incubateur a été désigné comme une des meilleures pratiques en Finance pour accélérer notre mission digitale.



FINANCE 4 IMPACT



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Volonté de transformation vers une Finance plus agile, performante, au service des équipes et du groupe

Quels étaient les macro-objectifs ?

Cohésion et Partage : création d'une communauté Finance soudée

Digital et Innovation : accompagnement digital des équipes

Métier et Mobilité : valorisation des expertises et soutien à la mobilité

Masterplan et Excellence Opérationnelle (EO) : acculturation et dynamisation



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

1. Création de la communauté Finance et animation soutenue des 400 financiers
2. Mise en place d'événements digitaux fédérateurs : #onboardingFinance, #FocusDigital, #ForumdesMétiers, #formationsEO
3. Collaboration active avec les Directions RH, Transfo. Digitale, Innovation et EO appuyée d'une communication large.

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

Outils du groupe ORANO (M365 et Klaxoon). Démarche du Home made

Qui était le sponsor du projet ?

CFO Groupe ORANO



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ? (Ressources internes et externes) : M365, Infographies, échanges directs, Klaxoon, partenariats internes (Directions RH, Transfo. Digitale, Innovation et EO) et externes (Schoolab #openinnovation, Workiva), caméra pour les vidéos

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Une alternante (60 %) en Commerce Digital et International

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Capacité à embarquer les équipes, créativité et design, pédagogie du digital, force de proposition, organisation et communication, écoute et formation



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

Une communauté Finance établie, déploiement effectif de Workiva pour une Finance 4.0, mise en lumière de la fonction Finance invitée dans les Codirs en Best Practice, communication métiers

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Accompagnement des équipes, collaboration avec les autres directions, performance par le digital

Chiffres clés

Workiva : gain d'1,6 M€ d'ici 2026 et paypack 2,5 ans

Forum des métiers : 100 participants à la plénière, 235 participants aux Speedating métiers

7 Newsletters Finance et Mobilité, Digital Classrooms hebdo (200 personnes formées M365 soit 50 % des équipes)



FACTOTOP : LA DIGITALISATION AU CŒUR DES FLUX DE PROJETS CLIENTS



1. CONTEXTE ET ENJEUX

En France, 4^e marché du groupe, le processus de facturation client est complexe, lié au volume d'informations. La Finance, responsable en France de la data et de l'administration des ventes projets, a fait le constat d'une fatigue organisationnelle liée à ce processus très manuel et peu systématique et décidé du lancement d'un outil dédié. Il a été entièrement designé en interne en l'absence de solution existante sur le marché des éditeurs.

Aujourd'hui, Factotop a élargi son champ d'action : il est devenu l'outil digital incontournable de pilotage des projets clients de la commande à la facturation.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Sponsorisé par le Directeur des centres d'exécution, l'outil a été développé sous WinDev de manière agile, par une équipe transfonctionnelle. Chaque membre de l'équipe, en tant qu'ambassadeur, accompagnait l'adoption au sein de son organisation et, de manière itérative, récoltait les éventuels ajustements.

La digitalisation des instructions de facturation client était le premier « Minimum Viable Product », développé en trois mois. Ce succès a amené d'autres cas d'usage à être ensuite intégrés.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

10 experts métiers ont été rassemblés autour d'un développeur Windev, tous internes à l'entreprise : chef de projets, directeur de centre de réalisation de projets, contrôleur de gestion, administrateur des ventes.

Passant de simples utilisateurs à prescripteurs de nouvelles solutions, l'équipe a utilisé ses compétences en matière de modélisation de données. Sa capacité à co-construire une solution technique autour d'un flux client a été décisive dans le succès du projet.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Factotop gère aujourd'hui l'enregistrement de 25 000 affaires, 50 000 facturations, 30 000 demandes d'approvisionnement annuellement. Avec ses 1 000 utilisateurs, cet outil innovant est devenu la pierre angulaire de la gestion des projets clients chez Schneider Electric France.

Au-delà de l'efficacité et de la fiabilité des données générées, cet outil est le fruit d'une co-construction opérationnelle, et se positionne comme un précurseur au sein de la transformation digitale du groupe.

CATÉGORIE
/ INNOVATION



LE PARRAIN

workiva

Workiva simplifie la manière de travailler de plus de 4 300 entreprises dans le monde. Nos clients nous font confiance pour connecter leurs données, documents et équipes au sein d'une seule plateforme intelligente. Le résultat : plus d'efficacité, plus de transparence, moins de tâches manuelles et moins de risques. Avec une forte croissance sur le marché français depuis l'ouverture du bureau de Paris en 2019, **Workiva** a su aider de nombreuses organisations dans la digitalisation de leurs rapports externes (URD / Rapport Financier Annuel au format XBRL, Reporting ESG...) et internes (Management Reporting, CFO deck, CEO deck et autres).

En opérant au plus près des Directions Financières, RSE et de la conformité, **Workiva** se positionne en véritable partenaire des métiers et facilite le pilotage de la performance financière ainsi qu'extra-financière de l'entreprise.

Pour plus d'informations sur notre société et notre plateforme, n'hésitez pas à visiter notre site www.workiva.fr.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE / INNOVATION



BeLowCarbon



Maud de Meynard
CSR Performance
Manager



Digital Finance
Incubator :
« Innovation pour
Impact »



Cédric Assaoulhoff
R&D Finance
Entreprise Partner |
Digital and
Innovation Lead



Escompte
dynamique



Florence Hossaert
Responsable
Comptabilité et
Contrôle de gestion



Audrey Aslan
AP Manager -
operations & digital
transformation

LE LAURÉAT 2022

CATÉGORIE
/ **INNOVATION**

Groupe Bel

BeLowCarbon

La vision du rôle du financier chez Bel est innovante : il est facilitateur du pilotage de la performance globale, financière et extra-financière. Illustration autour du KPI carbone.





DFA

CATÉGORIE
BUSINESS
PARTNER

CATÉGORIE

／ BUSINESS PARTNER

Projet à l'initiative de la fonction Finance et dont le résultat produit des effets directement au-delà de la Finance.

Le projet aura un impact positif sur l'image de la fonction et, par voie de conséquence, sur son positionnement et son attractivité.



DESCRIPTION

LES CANDIDATS





Anne-Gaël Chaize
Directrice Budget et
Business Report
AUCHAN



Jean-Christophe Ménioux
General Secretary & CFO
AXA INVESTMENT MANAGERS



Jean-Philippe Lavenir
DAF
BOURSORAMA



Sébastien Cannizzo
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Romain Descout
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Jean-Philippe Faure
Directeur Général
EIFFAGE GLOBAL SERVICES



Frédéric Lalevee
DAF
ELIOR



Philippe Tahar
Directeur Transformation
Digitale Finance
LES MOUSQUETAIRES



Françoise Zabern
Directrice Finances et
Trésorerie
MOËT HENNESSY



Julien Grépinet
Delivery Assurance
Manager
ONESTREAM



Éric Vidal
South Director
ONESTREAM



Arnaud Greffet
Directeur de Safran
Finance Services
SAFRAN



Nicolas Préfol
Group CFO
SEPRO



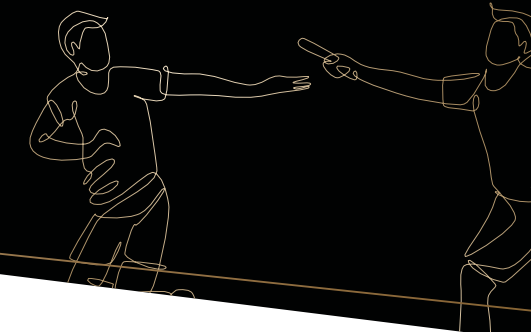
Yaël Leblanc
Chief Finance
Transformation Officer
VEOLIA



Arnaud Schwartz
Chief Financial Officer -
Merchant Services
WORDLINE GLOBAL



BUSINESS PARTNER
MEMBRES DU JURY



EMPOWER BUSINESS LEADERS TO DRIVE PERFORMANCE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

En Europe, nous sommes des filiales de commercialisation et distribution. Les patrons de pays et les chefs des ventes n'avaient pas d'outils pour suivre leurs activités de manière régulière et n'étaient pas autonomes pour répondre aux questions du management régional qui avait une vision macro et financière de l'activité.

L'objectif du déploiement de Tableau est de comprendre, piloter les ventes en temps réel, d'avoir des tableaux de bord visuels et une vision commune et partagée des chiffres en interne.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Étapes (% de chaque phase dans le projet) - initié en 2018

1. Design : Analyse des rapports existants et des besoins (10 %)
2. Exécution : Mise en place de tableaux de bord (50 %)
3. Formation des utilisateurs, & Amélioration continue grâce aux feedbacks (40 %)

Technologie : TABLEAU - Outil BI retenu par le Groupe

Projet Piloté par la Fonction Finance EMEA



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Projet mené avec succès par un binôme de choc : 1 Analyste Financier dédié à 20/30 % au projet, qui connaît très bien son métier, les besoins du business de son marché, les enjeux de la structure des données et qui s'est autoformé à Tableau et un 1 Data / IT Analyst.

Équipe autonome, motivée et agile dans son approche qui s'est appuyée sur les retours des utilisateurs lors des déploiements et formations pour améliorer la qualité. Le 1er rapport a été publié 3 mois après le début du projet. De par la réactivité du binôme, en 1 jour ou 2, de nouveaux indicateurs sont disponibles (Ex. : pendant le Covid).

Fort Sponsorship du VP Commercial EMEA qui a contribué au succès du projet

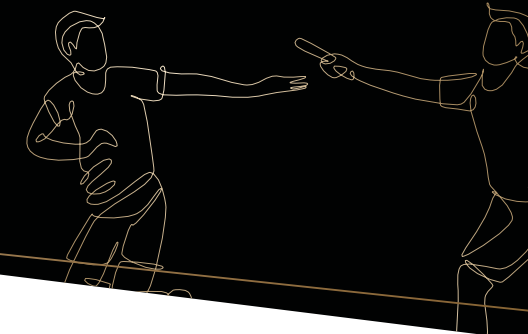


4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Nous avons une analyse visuelle, commune journalière de notre activité avec un scope évolutif (+ de 10 dimensions - Ventes marges, Monnaie, Actual, Forecast, Produits...) qui a bien montré son effet de levier : EMEA, INTERNATIONAL, US. Grâce à un niveau d'exigence élevé sur la qualité des données, le reporting est aligné avec les résultats financiers. Cela renforce l'impact de la Finance et la positionne en vrai partenaire pour la mise en place de plans d'action, basés sur de l'analytique, pour l'atteinte des objectifs Financiers.

- KPIs : 100 % des managers Ventes & Marketing du groupe utilisent Tableau (150 personnes dans 18 Pays)

Efficacité : Gain de temps de 5 %/mois par utilisateur.



LE NUTRISCORE MARGE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Le contexte : 3 éléments déclencheurs

1. La poursuite de la crise Covid rendait nécessaire de booster nos marges.
2. L'accélération des outils digitaux (smartphone pour 100 % des vendeurs) créait une opportunité à saisir.
3. La DAF souhaitait renforcer son style de Business Partner, avec une proposition digitale innovante et pédagogique pour le plus grand nombre.

Les enjeux :

Rendre autonome 100 % des 3 000 vendeurs sur la connaissance des niveaux marge des 400 000 références vendues et les rendre acteurs de leur performance Marge, au plus près du « terrain ».



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

5 étapes clés :

1. Une phase d'écoute des attentes du terrain sur leur besoin de connaissance des marges aux produits.
2. La traduction des attentes en cahier des charges, autour d'une idée d'un Nutriscore Marge, disponible sur les smartphones des équipes magasin.
3. Des ateliers multiples pour piloter la conception interne pour les équipes IT, via la technologie interne pour développer des applications sur smartphone.
4. La recette de la solution.
5. L'élaboration du dispositif de formation et de communication en vue du lancement du Nutriscore, projet sponsorisé par la DAF.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Les ressources mobilisées pour la mise en place du projet ont été exclusivement internes :

1. Équipes DAF et Offre pour l'élaboration des algorithmes de calcul du Nutriscore Marge.
2. Équipe IT pour le développement de l'application pour smartphone.
3. Équipe DAF pour élaborer à moindre coût une vidéo interne explicative, intitulée 3 MIN POUR APPRENDRE
=> <https://youtu.be/5hbCVKBDm0k>.
4. Équipes Formation et Communication pour accompagner le lancement.

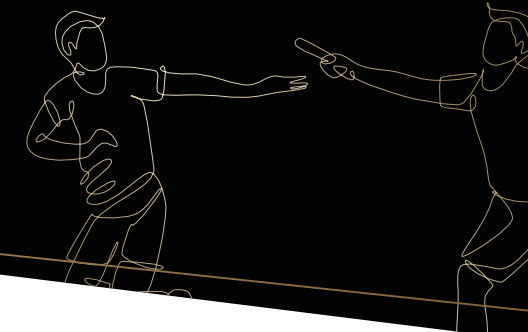


4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

- Le Nutriscore Marge est un triple succès : pédagogique, d'image et financier
- Le point le plus fort du projet a été l'appropriation immédiate, plébiscitée par 100 % des collaborateurs magasins,

3 chiffres attestent de notre succès :

1. Un taux de satisfaction à plus de 99 % des utilisateurs.
2. Un taux de marge record jamais atteint sur la période postérieure à la mise en place.
3. Un retour sur investissement totalement magique, au regard des coûts de développement extrêmement modiques.



DECATHLON BOARD



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Notre précédent EPM arrivait en fin de vie mais nous n'avons pas souhaité utiliser l'obsolescence comme moteur du projet. Le déclencheur a été la mutation de notre business model (digital, multicanal, développement durable) et le besoin évident d'adapter la façon dont nous lisons et pilotons notre performance.

Quels étaient les macro-objectifs ?

S'assurer de donner aux utilisateurs le sens du pilotage dans sa réelle contribution à la création de valeur.

Un système de pilotage au service des besoins d'analyse de la performance transverse des différents business models et en particulier de l'omnicanalité.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

Nous avons commencé par un cadrage de besoin alimentant une stream Model, pour ensuite attaquer en parallèle 3 streams : Sélection/intégration EPM, Data et une stream Change management.

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

Board

Qui était le sponsor du projet ?

Leader FP&A, + CFO CEO filiales les plus importantes



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

Nous avons choisi une équipe projet interne restreinte s'appuyant sur un premier cercle de référent par activité «Architecte» et un second cercle plus élargi de représentants d'utilisateurs moyens identifiés comme « Key users dans chaque pays et chaque activité, un cabinet conseil pour le cadrage du besoin et la structuration du change management, les équipes intégrateur et les équipes éditeur.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Chef de projet finance et IT, Profil métier financier et opérationnel, équipe Data ingénieur et flux.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

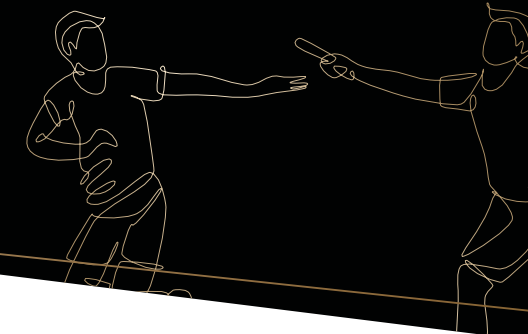
L'outil est déployé avec succès dans 100 % de nos filiales et l'ensemble de nos activités.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

La réappropriation par les équipes sur le terrain de la lecture de performance et de ses leviers.

Chiffres clés

Nous sommes passés de 4 000 utilisateurs à plus de 5 000 en moins d'un an. La typologie des utilisateurs est majoritairement "non financiers" (deux tiers). Le tout dans un budget projet et run maîtrisé : le coût complet facturé par utilisateur (coût projet, coût double run et run classique) a été maintenu sur le niveau de celui pratiqué sur l'ancien système en 2



DEFII (DÉFINIR ENSEMBLE UNE FINANCE INNOVANTE ET INTÉGRÉE)



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Dans un contexte de croissance externe intense (16 acquisitions en 4 ans), il était nécessaire d'harmoniser le fonctionnement de la DAF et de faire évoluer son rôle au sein de Docaposte, d'une fonction support à un vrai partenaire opérationnel des équipes.

Enjeux ?

- Améliorer la performance financière
- Amélioration structurelle du cash
- Se doter d'outils, de processus et de méthodes agiles à l'état de l'art
- Garantir un contrôle interne sécurisé



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

- Expression des besoins,
- Définition des Programmes/Projets et leurs pilotes, (au total 7 programmes, une soixantaine de projets),
- Kick off (démarche d'enrôlement des 200 collaborateurs de la DAF),
- Communication au Comex
- Mise en place d'une comitologie : Suivi mensuel (Comité de pilotage DEFII, comités de suivi programmes et comités projets)
- Conduite de changement.

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

DATA/BI (Snowflake/Sisense/Talend), ERP (Sage), RPA, Gestion immo. (IWMS), GTA (Zadig), OBMS, PPM (Sciforma), Démat (e-facture / Docamail)

Qui était le sponsor du projet ?

DGA Docaposte (Catherine GAUDOIN)



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

- Collaborateurs de la DAF : comptabilité, contrôle de gestion, achats, ADV, recouvrement, cash management, paie, immobilier, experts techniques et développeurs data.
- Services supports internes de Docaposte : transformation Groupe, communication, marketing, commerce, responsables relations client, et opérationnels BU/Production.
- Externes : Consultants PMO, et intégrateurs

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Gestionnaires, comptables, contrôleurs de gestion, acheteurs, managers/directeurs (yc comex), chefs de projet, experts métiers, développeurs



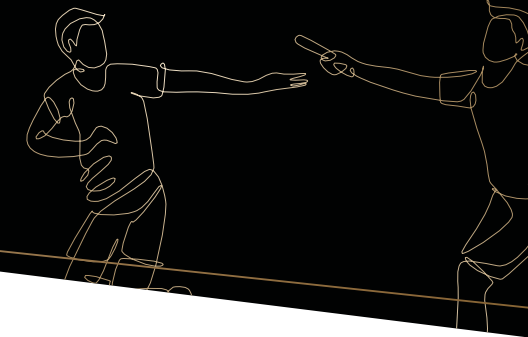
4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Parce que :

- DEFII a permis de souder une équipe dans un but commun au service de la performance de l'entreprise
- DEFII est considéré comme « exemplaire » par les équipes de Transformation de Docaposte à la fois dans sa forme, son fonds et sa dynamique renouvelée dans la durée
- DEFII fait partie des axes stratégiques de l'entreprise dans la mesure où il est indispensable au pilotage de la croissance

Principaux résultats aujourd'hui :

- Amélioration du Cash : baisse du taux d'impayés de -10 points
- Gain de productivité : Gestion de plus de périmètres (+40 % CA) avec les mêmes ressources
- Diffusion de la culture financière : Mise en ligne webinaires + formations en live



HAPPY P2P : COMMENT FAIRE D'UN SIMPLE KPI DE PILOTAGE, UN OUTIL DE CONDUITE DE CHANGEMENT



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Organisations éclatées/segmentées + recherche de performance + concurrence qui évolue + évolution des solutions logicielles + pas le temps de processer + un monde devenu complexe

=

Nécessité d'accélérer et simplifier les transformations sources de performance opérationnelle et € tout en embarquant l'ensemble des parties prenantes

=

Remplacement d'indicateurs morcelés, limités aux frontières d'un service par un KPI unique sur l'ensemble d'une chaîne de services. Le coût complet de la commande est né.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Faire simple,
Faciliter les transformations à l'échelle,
Permettre aux acteurs terrain de voir la traduction € et opérationnelle de la transfo,
Décloisonner, inspirer et impliquer l'ensemble des parties prenantes.

=

Tous sponsors du projet.

=

Pas de grands soirs, mais une série de victoires.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Sachants,
Chef de projets,
Experts,

...

Mais surtout des facilitateurs nourris aux visites terrains (à l'interne et à l'externe)

Leur ADN = Aller chercher les meilleures pratiques là où elles sont !



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

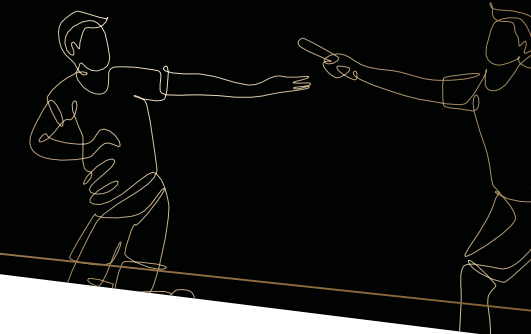
Des résultats au-delà des attendus : -20 % sur le coût de la commande en 3 ans = une baisse de plus de 30 € par commande = des millions d'€ de gains pour 300 000 commandes.

Un terreau fertile qui nous permet de continuer à travailler avec d'autres sociétés pour se comparer (la glace est rompue, on peut maintenant travailler finement sur des bouts de processus).

Un projet qui se renouvelle, qui se remet en question, nourri par les initiatives des salariés et par les comparants qui, eux aussi, continuent d'avancer.

Et surtout, des salariés qui comprennent et visualisent le sens de leurs efforts !

Signe de la pertinence du sujet = déjà copié sur 2 autres chaînes de services !



HERMES



1. CONTEXTE ET ENJEUX

La France, 4^e marché de Schneider Electric, opère sur une très large variété de produits, de clientèles et de business models.

Dans ce contexte, la mesure de la performance commerciale et marketing en est rendue très complexe par le volume de données à exploiter et le manque d'outils adaptés.

Le projet de Business Intelligence Hermes, dont l'enjeu est d'avoir une seule version de la vérité dans un outil unique, auditable et intuitif, répond à ces problématiques.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Sous le sponsoring du Comité de Direction France, le projet Hermes s'est déroulé en plusieurs étapes avec une méthode agile et une technologie récente de BI

- 2019 : Design d'un «Minimum Viable Product»
- 2020 : Déploiement et adoption en s'appuyant sur un réseau de champions
- 2021 : Accélération du délai de publication
- 2022 : Enrichissement avec de nouveaux modules différenciants



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Le projet Hermes, sous la direction de l'équipe Finance & Data, a mobilisé des ressources de différentes fonctions telles que le Commerce, le Marketing, la Finance ainsi que des experts des outils digitaux du Groupe ainsi que du Master Data Management.

La mise en place d'une équipe projet interne constituée de « key users » réunis autour d'experts de la business intelligence a permis une collaboration riche et interactive.

La France a fait le choix d'investir dans une technologie nouvelle répondant aux exigences du business.

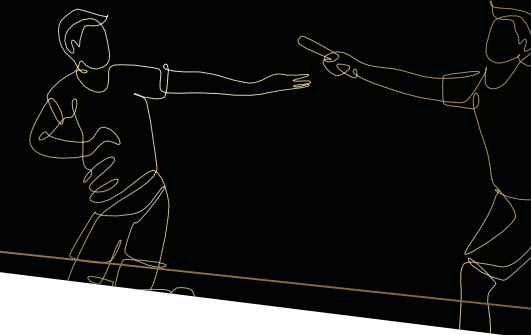


4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Hermes est l'outil unique de performance commerciale multi-dimensionnelle de Schneider Electric France, sur un périmètre de 2 Mds€.

Il permet à ses 650 utilisateurs actifs des prises de décisions basées sur des données internes et externes, dans un délai de 7 jours suivant la clôture comptable.

Son enrichissement agile nous permet de nous adapter aux besoins conjoncturels et structurels du business et en fait ainsi la pierre angulaire de nos activités de business partner.



SUIVI DES FINANCEMENTS VERTS, SOCIAUX ET RESPONSABLES DE LA RÉGION



1. CONTEXTE ET ENJEUX

- Identifier et orienter les dépenses régionales disposant d'impact(s) positif(s) aux niveaux environnemental et social
- Faciliter le traitement des données et l'automatiser pour les directions du budget et des finances
- Alignement des finances régionales aux nouvelles réglementations et aux meilleurs standards internationaux (Taxonomie U.E., Green Bond Principles...)



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- État des lieux et sélection des projets financés par la Région susceptibles de s'inscrire au sein des financements verts, sociaux et responsables
- Renforcement des relations avec les directions opérationnelles de la Région (transports, lycées...) et sensibilisation aux enjeux de financements
- Uniformisation du recueil des données, définition des indicateurs d'impacts et des catégories de projets (verts/sociaux) selon les secteurs d'intervention



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

- Filtre des dépenses avec le S.I.F. « Coriolis »
- Compétences et mobilisation des directions du Budget, des Finances ainsi que des directions opérationnelles mais aussi fonctionnelles de la Région
- Veille réglementaire et relation avec les banques & investisseurs sur les sujets de finance durable et les meilleures pratiques, partenariats, portail finances pour les parties prenantes



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

- 1 euro sur 2 du budget régional a un impact positif pour l'environnement, une Région volontariste (1^{re} COP régionale en sept. 2020, émetteur 100 % 'green')
- Reporting systématique et innovant sur les obligations vertes et responsables
- avec définition d'indicateurs d'impact (ETP soutenus, CO2 évité, bénéficiaires...)
- Alignement à la taxonomie européenne des projets régionaux financés par l'emprunt vert, social et durable : la Région est précurseur

CATÉGORIE
/ **BUSINESS
PARTNER**



LE PARRAIN

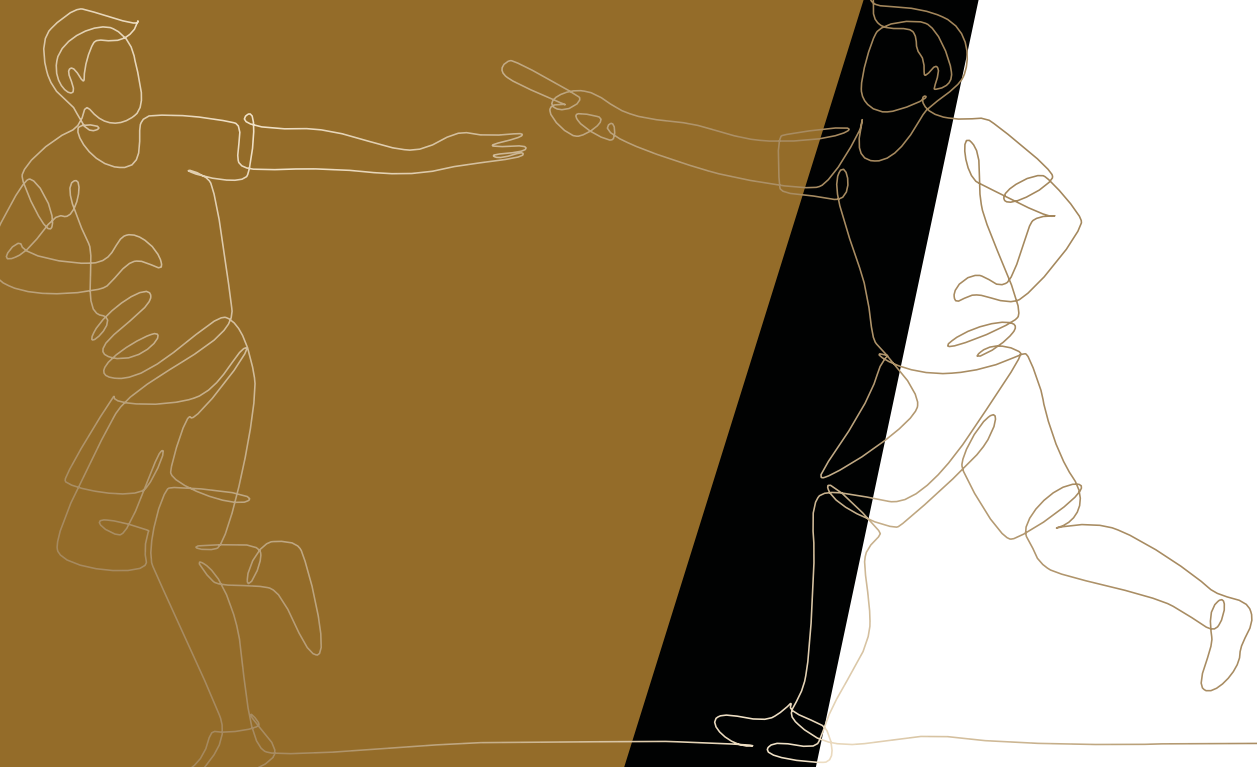


OneStream Software, avec son mantra « 100 % Customer Success », est une plateforme financière intelligente classée parmi les leaders du dernier Gartner Magic Quadrant sur les acteurs du Performance Management (Cloud Financial Close Solutions & FP&A). Outre la rigueur indispensable à la consolidation statutaire, **Onestream** aide à piloter la performance des entreprises, à prendre les bonnes décisions grâce à sa solution innovante intégrée pour la consolidation, le reporting de gestion, l'élaboration budgétaire, le planning opérationnel, le forecasting, le cash management, l'analytics et qui, de plus, propose un concept « d'App Store » avec plus de 50 solutions préparamétrées : Account Rec, Transaction Matching, IFRS 15, 16, 17...

Onestream a fait ses preuves sur le marché Français en tant que solution d'entreprise avec une architecture conçue dans le cloud, apportant flexibilité et évolutivité, avantages impossibles avec les outils traditionnels du marché.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE
/ **BUSINESS
PARTNER**



 **Région
île de France**

**Suivi des financements
verts, sociaux et
responsables de la
Région**



Manuel Thomas
Directeur des finances



Samuel Bretilot
Chargé de mission
Dette & Emprunt


**COUP
DE CŒUR**
DU JURY

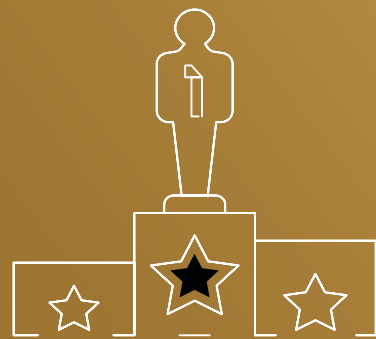


Le Nutriscore Marge



Frédéric Maillard
DAF

LE LAURÉAT 2022



CATÉGORIE
/ **BUSINESS
PARTNER**

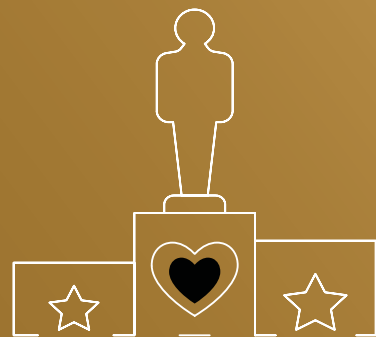
Région Île-de-France

Suivi des financements verts,
sociaux et responsables de
la Région

La finance verte et responsable,
un levier moderne, attractif et
durable pour conforter la direction
financière à la croisée des enjeux,
des stratégies et des acteurs &
partenaires de la collectivité.



COUP DE CŒUR DU JURY



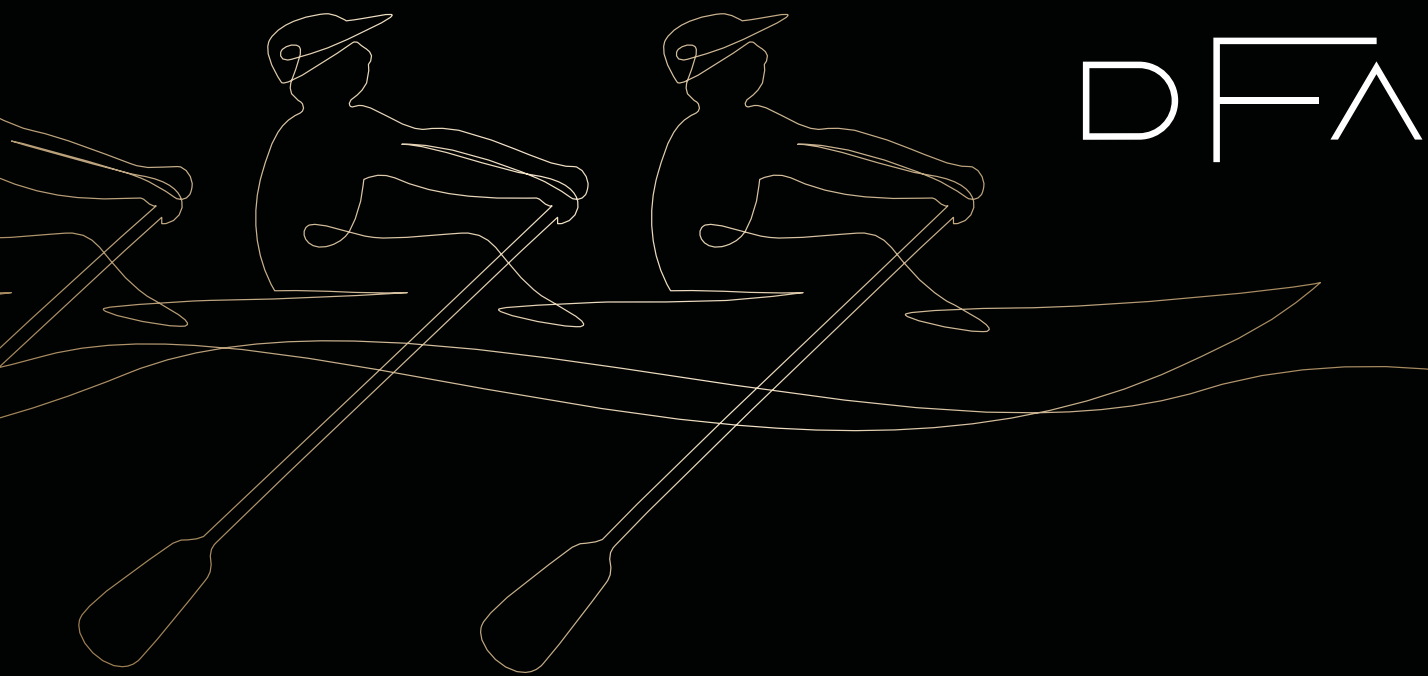
CATÉGORIE / BUSINESS PARTNER

Cultura

Le Nutriscore Marge

Le Nutriscore Marge, similaire au Nutriscore alimentaire, permet à leurs équipes de prendre connaissance du taux de marge d'un produit, en le scannant !





DFA

CATÉGORIE
CSP DE L'ANNÉE

LES CANDIDATS

CATÉGORIE

／ CSP DE L'ANNÉE

Récompense la mise en place d'une organisation de type CSP/ GBS/COE pour son caractère exemplaire.

Moderne, efficient, avec une véritable qualité de service et qui prend en compte l'humain au cœur du projet de transformation.



DESCRIPTION

DECATHLON

SAFRAN

LA POSTE
GROUPE

SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY

MICHELIN
UNE MEILLEURE FAÇON D'AVANCER

Life Is On | **Schneider**
Electric

NISSAN

THALES
Building a future we can all trust



Brigitte Azoulay
Directrice Finance & CDG
AUCHAN RETAIL



Sébastien Privel
Global FP&A Shared
Service Director
COCA-COLA



Frédéric Maillard
DAF
CULTURA



Gautier Riche
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Laurent Sinaï
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Gwenola Bannier
Directrice Transformation
Finance
GROUPE ROCHER



Christophe Boden
Shared Services &
Continuous Improvement
VP
IMERYS



Pierre Laugier
Head of EMEA Shared
Services Platform
KERING



Georges Azevedo
Directeur de la
Transformation
**LOUVRE HOTELS
GROUP**



Claire Venot
Directrice Finance
Excellence
NESTLE



**Laurent Van
Caeneghem**
Directeur de la
transformation finance
NEXITY



**Jean-Claude
Charpenet**
VP Sales Europe
SIDETRADE



Philippe Gangneux
CFO
SIDETRADE



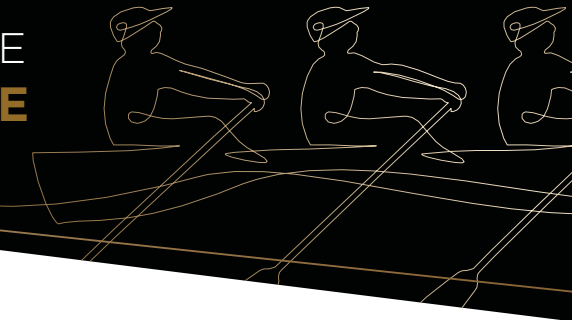
Johanna Jocelyn
Finance Transformation
Officer
SNCF



Laurent Geoffroy
Vice President Global
Business Services
WORLDLINE



CSP DE L'ANNÉE
MEMBRES DU JURY



PROJET GFS (GLOBAL FINANCE SERVICES)



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Déclencheurs

- La stratégie de subsidiarité de l'entreprise avec volonté forte de rendre son autonomie à chaque filiale
- Une perte de vitesse globale sur l'efficacité de notre fonction finance et la fiabilité de process clés dans certains pays
- La transformation de la fonction comptable qui nécessitait une refonte du métier et de la valeur du CSP.

Objectifs

1. Standardiser le traitement des « core process » et renforcer la gouvernance
2. Atteindre l'excellence opérationnelle en maximisant l'efficacité de nos process
3. Développer de nouvelles compétences
4. Permettre aux équipes en pays de se concentrer sur la transformation du business model
5. Diminuer le coût de la fonction Finance



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Mai 2018

- Lancement du projet : écriture en collectif et mise en place de la stratégie humaine d'accompagnement du changement
- RPA Implementation : Intégration de la 1^{re} technologie d'automatisation
- Changement de gouvernance et d'organisation entre le GFS et les partenaires.
- Mise en place d'une organisation en réseau de projets, autonomes et synchronisés au service des stratégies du GFS.
- Validation de la stratégie et déploiement du Finance Service Delivery Model à l'ensemble des pays et activités.
- Création de l'EFFILAB : mise en place de l'EffiLab pour développer les innovations et renforcer l'usage des technologies implantées (RPA, Chatbot, Process Mining, Data)

Décembre 2020



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

- La stratégie humaine du projet a été de permettre à chaque coéquipier présent au début du projet (50 personnes - profil comptable quasi exclusivement) de vivre cette transformation avec leur propre motivation.
- Le projet a démarré avec l'ensemble des coéquipiers en place,
 - 100 % des coéquipiers se sont vu proposer un plan de reskilling ou upskilling sur les compétences critiques et nécessaires pour le projet,
 - Environ 1/3 ont transformé leur rôle, 1/3 ont renforcé leur expertise comptable tel qu'attendu (vs comptable général) et 1/3 ont quitté le projet soit pour évoluer sur un autre rôle au sein de Decathlon soit en externe.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

- Mise en place d'une équipe forte, à compétences variées, internationale, reconnue par tous et qui est fière d'appartenir au Projet GFS :
Net Promoter SCORE + +33 (de -100 à +100)
75 coéquipiers dont 50 % d'étrangers (15 nationalités)
- Haut Niveau de satisfaction de nos partenaires (4,25/5 sur environ 40 pays partenaires)
- La conception de processus efficaces en tirant parti des applications intégrées et de l'automatisation : réduction de 22 % de nos coûts sur 2 ans.
- La mise en place d'un Hub d'innovations technologiques au service des stratégies du projet GFS (RPA, Chatbot, Data, Process Mining, AI) : 1,5 million de minutes gagnées en 2021 (dont 1 million sur la BU Finance)



TRANSFORMATION CULTURELLE ET MANAGÉRIALE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Programme Groupe de transformation profonde de toutes les fonctions supports

Enjeux forts de simplification, de modernisation, de digitalisation et d'efficacité de la fonction comptable de La Poste

Pour réussir notre ambition sur 3-5 ans, le Codir comptable du CSP La Poste SA a décidé d'un plan conséquent de montée en compétences de tous ses collaborateurs comportant 1 axe significatif sur ses managers de proximité

Quels étaient les macro-objectifs ?

Sur la base d'un diagnostic culturel (croyances, comportements et éléments d'environnement), délivrer un passeport sur le manager autrement et piloter la transformation



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

2018 - définition de l'ambition globale

2019 - élaboration des plans d'action, choix du partenaire externe pour concevoir avec nous le dispositif de montée en compétence de nos managers, à titre individuel et à titre collectif
2020-2021 - déploiement

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

Le projet porte sur la matière humaine, pas de technologie particulière utilisée. Toutefois, compte tenu du contexte sanitaire, une partie du dispositif a nécessité des interventions à distance. Dès lors, les outils, utilisation des outils collaboratifs de Microsoft 365

Qui était le sponsor du projet ?

Le Directeur National Comptable de La Poste



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

Un partenaire externe spécialisé dans l'accompagnement des entreprises en matière de transformation culturelle et managériale et apte à délivrer une certification et une équipe dédiée au sein du CSP. Par ailleurs très forte mobilisation du Codir du CSP.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Des consultants spécialistes en transformation, issus des sciences humaines, et une équipe du CSP aguerrie aux enjeux de projet.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Toutes les compétences managériales qui permettent individuellement et collectivement de travailler autrement dont coopération, synergie, innovation.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

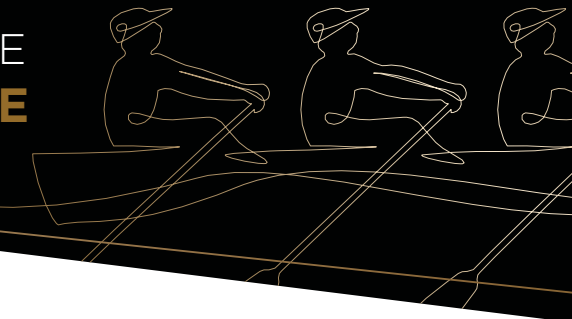
L'enquête annuelle 2021 d'IPSOS montre des gains importants sur tous les items d'engagement, de motivation, d'alignement de nos managers versus 2020 et 2019 et des résultats supérieurs aux managers des autres filières.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Un sens, une ambition, un engagement, une volonté de transformer le management pour transformer la filière comptable tout entière

Chiffres clés

- 60 managers ont suivi 70 h de formation, 3 accompagnements individuels et 5 collectifs
- Enquête IPSOS 2021
- engagement 82 % > 0 +8
- confiance avenir perso 72 % > 0 +7
- confiance avenir comptable 77 % +10



UN CSP CHAMPION DE LA CULTURE DE SERVICE, DE LA DONNÉE ET DE LA LEAN AUTOMATISATION



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Dans un environnement concurrentiel de plus en plus intense, le Groupe MICHELIN doit simplifier ses processus et continuer à réduire ses SG&A pour maintenir son leadership sur le marché du Pneu, de développer des services autour du Pneu et conquérir de nouveaux territoires (Matériaux de Haute Technologie et Hydrogène).

Pour accompagner cette nouvelle stratégie, l'organisation GBS de Michelin (12 CSP TimeZone/Global - 3 400 personnes) a déployé 3 axes prioritaires pour booster la performance E3 "Efficiency-Effectiveness-Experience".



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

En 2022, 3 leviers activés en parallèle :

- Développer l'engagement des équipes CSP en les fédérant autour de la Culture de Service par du Change Management et un "Challenge interne".
- Créer un COE DataOffice transverse en développant les rôles de DataOwners, DataStewards, DataAdministrators & BI Advisors.
- Accélérer la diffusion des méthodes LEAN et construire un réseau de SmartAutomation Leaders (RPA, Chatbot, PowerPlatform, Process Mining...).



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Le réseau des équipes internes CSP, dont le COE Business Process Management Office et le Data Office, ont été les acteurs de ces 3 leviers avec des supports de la Direction Informatique et ponctuellement de consultants externes en particulier sur les technologies digitales.

Des profils très variés sur la Gouvernance ont été mis en place (Global Process Owners et Data Owners) et sur les projets (Ingénieurs de Processus, Chefs projets, DataStewards, Citizen Developers...) ainsi que des experts LEAN.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

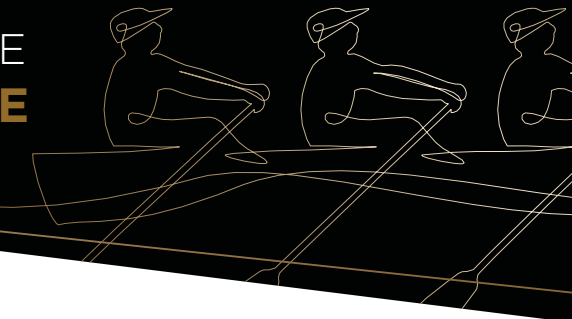
Notre organisation GBS par son leadership et sa capacité à briser les silos organisationnels impacte fortement la performance du Groupe, au-delà des Business Services.

Nos CSP sont devenus des acteurs clés des transformations du Groupe.

Quelques chiffres : Gains de Productivité > 5 % dans nos CSP

Taux d'engagement équipes CSP : 83 % (+3 points vs le Groupe)

Vitesse de progrès de qualité de données et d'exposition dans les Corporate Data Lake doublée...



NISSAN REGIONAL BUSINESS SERVICES



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s)

1. Recherche d'une efficacité en centralisant les activités
2. Capitaliser sur des investissements initiaux réalisés en 2009 avec Chennai (Inde) sur les flux fournisseurs Europe et Budapest (Hongrie) comptabilité siège régional Europe.

Quels étaient les macro-objectifs ?

1. Qualité
2. Coût
3. S'appuyer sur les structures existantes mentionnées ci-dessus



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

1. Projet validé par le CA groupe,
2. Communication projet, aspects sociaux et légaux sécurisés,
3. Gouvernance projet et opérationnelle,
4. Livrables opérationnels maintenant visibles,
5. Amélioration des processus, y compris automatisation démarrée

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

Automatisation = RPA, Python, DA, AI, NLP



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

1. Ressources internes calibrées par rapport aux migrations
2. Préalable, préparer la liste des tâches concernées
3. Anticipation des restructurations

Quels étaient les profils de ces ressources ?

1. PMO : économie et finance 5 à 10 ans d'expérience
2. Automatisation : connaissance du business et des systèmes

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

1. Être à l'écoute,
2. Capacité à comprendre et anticiper les améliorations



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

1. Amélioration des coûts effective
2. Qualité des tâches visible
3. Augmentation des activités en CSP
4. Région augmentée pour devenir AMIEO

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

1. Qualité des employés qui sont critiques (« professional skepticism »),
2. Patience dans la rationalisation des processus mais livraison en cours,
3. Gestion du changement CSP et entités restructurées, (iv) motivation des employés

Chiffres clés

1. Budapest 8 p en 2009, 80 en 2018 et 240 en 2022 hausse des activités, migrations récentes
2. Chennai -30 % de salariés depuis 2019 grâce au déploiement des automatisations
3. Frais généraux, économie de 5 % sur la région



UN CENTRE VIRTUEL DE SERVICES PARTAGÉS



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

- Accélération de la démarche de virtualisation du CSP suite à la crise Covid
- Transformation des contraintes en réelles opportunités

Quels étaient les macro-objectifs ?

- Maintenir le niveau de service acquis, en travaillant à distance
- Accélérer la digitalisation des processus
- Décentraliser physiquement un service dont l'essence est la centralisation
- Améliorer la QVT et l'attractivité du CSP
- Réduire notre empreinte carbone



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

- Renfort des outils collaboratifs & des instances de pilotage à distance (digitalisation QRQC...)
- Mur des formations (cartographie des compétences) pour plus d'autonomie
- Simplification des processus & automatisation des tâches à faible VA
- Amélioration qualité avec la mise en place d'un contrôle interne continu
- 20 % sur site en full flex pour travailler ensemble sur l'amélioration continue
- Rentabilité du modèle 'in sourcing' en France
- Amélioration de la QVT et de la décarbonation
- Tenue des engagements / qualité comptable
- Renforcement du rôle de BPO - extension modèle à l'international - One Safran



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

- Les collaborateurs du CSP, les équipes DSI et les Ressources Humaines.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

- Conduite du changement pour l'ensemble des acteurs (collaborateurs et managers), techniques pour la DSI et gestion des compétences pour la partie RH.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

Un fonctionnement en mode ATAWAD ; une amélioration de la qualité et de la productivité du CSP, des résultats positifs sur les enquêtes QVT du CSE.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Une adhésion et une plus grande autonomie des équipes, un CSP plus agile et une meilleure qualité

En 7 ans, le CSP s'est transformé en un CSP virtuel

- Réduction des effectifs et des coûts par 2,
- Amélioration de la QVT et décarbonation de nos activités

Chiffres clés

80 % de télétravail en moyenne, 10 % de gains de productivité sur les deux années de déploiement, zéro papier, 200 robots, 80 % Automatch tous processus, 95 % paiement à l'heure



SBS FINANCE - SAVENCIA BUSINESS SERVICES FINANCE



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Projet SBS, élément clé du plan stratégique groupe Savencia 21 à dimension globale : Passage en CSP des comptabilités, de la paie et de la supply chain.

Quels étaient les macro-objectifs ?

- Mutualisation ;
- Gouvernance - SLA ;
- Mise en place d'un core model ;
- Centre d'expertise BPO ;
- Gains de productivité $\geq 15\%$



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

1. Phase amont : recensement des équipes + proposition d'un target operating model + définition d'un business case
2. Rédaction d'un process book définissant le core model par grands processus
3. Roll out en mode covid (distanciel) : transfer tool kit / gap analysis / bascules / période d'hypercare



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

Équipe de transfo Groupe : direction de programme, consulting (PMO, méthodologie de transfert et IT), stream Leader Finance, RH, Supply, BPOs, Key User, IT, RH.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Connaissance des organisations et expertises process et outils, en partie profils internationaux.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Compétences mode projet, techniques (formation) gouvernance précise et régulière, mode de communication (séminaires, workplace, newsletter).



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

Programme d'envergure avec un large scope, international 2 CSPs, en un temps record malgré un contexte Covid difficile.

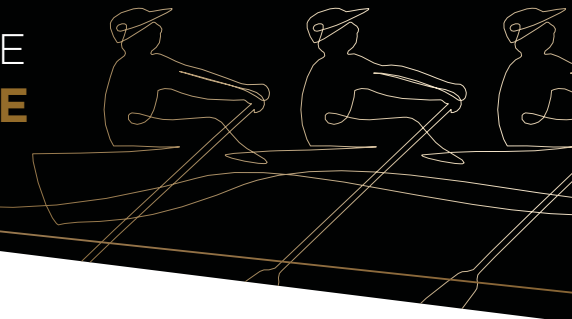
Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Définition d'un core model et process book, gap analysis, mobilisation extrême des acteurs et livraison dans le planning initial.

Chiffres clés

Périmètre : 70 Sociétés, 13 pays, 230 collaborateurs

Transformation : 360 ateliers, 200 bascules de process, 142 recrutements en 2 ans.



PROJET « TERRITOIRE »



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Entre 2010 et 2020, Schneider déploie des CSP globaux dont l'organisation fait apparaître des problématiques de qualité, de responsabilités ainsi que des difficultés dans le déploiement d'outils digitaux et de transformation de la fonction.

Conscient de ces difficultés, la France (marché historique du Groupe avec une empreinte d'entités légales dense) s'est portée volontaire pour piloter un nouveau modèle d'organisation redonnant la responsabilité aux pays.

Comment ? En bâtissant des CSP nationaux centralisés s'appuyant sur les CSP globaux précédemment déployés par le Groupe.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

La première étape a d'abord été la prise de conscience des difficultés et la volonté de déployer un modèle local renforcé. S'en est suivie la nomination d'un CFO et d'un CAO territoire, sponsors du projet.

Une fois les principes d'organisation locale et de gouvernance des CSP globaux définis, le projet a été lancé en France autour d'une équipe dédiée responsable de l'intégration et de la conduite du changement associée. L'accompagnement des RH tout au long du projet a été clé dans la gestion des impacts sociaux.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Après avoir travaillé avec un cabinet de conseil en amont, l'ensemble du déploiement s'est basé sur des ressources internes avec la nomination de chefs de projet et la collaboration des équipes opérationnelles concernées.

L'équipe projet s'est appuyée sur une méthode efficace et systématique. Les équipes RH ont joué un rôle important dans l'accompagnement des impacts sociaux et dans le renouvellement des compétences.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Nous avons su mener un projet ambitieux de renforcement de la fonction Finance en France. Cette transformation a permis la création d'une organisation centrale pour le territoire, responsable de toutes les fonctions financières (Comptabilité, credit management, trésorerie, contrôle interne) autour de véritables experts.

Ce projet a été ambitieux par le nombre important d'entités légales intégrées dans un temps record : 51 entités opérationnelles couvrant plus de 100 sites en France, €7.8B de Sales et 15 000 collaborateurs.

À la clé : une amélioration de +19 pts de l'engagement de nos collaborateurs !



COMMENT INSUFFLER UN NOUVEL ÉLAN ?



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Ma nomination à la tête du CSP le 1^{er} janvier 2021 à la suite des résultats financiers insatisfaisants. Sur ses 4 premières années d'existence, le CSP a eu principalement un rôle continu d'intégration de nouveaux clients avec une volonté d'harmonisation limitée.

Quels étaient les macro-objectifs ?

- Changer l'état d'esprit de l'équipe managériale en place.
- Réduire les coûts de structure.
- Mettre en place des KPIs opérationnels et de performance.
- Lancer un programme d'amélioration de la productivité par des initiatives d'harmonisation et par la mise en place d'outils appropriés.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

1. Une nouvelle organisation opérationnelle par process supportée par deux équipes transverses : « front end » (customer service et amélioration continue) et « back end » (technologie et sécurité).
2. Une politique RH compétitive (Formation, Télétravail, Benefit & Salaire).
3. KPIs opérationnels, performance et niveau de services.
4. Un programme d'harmonisation au sein de nos clients européens.
5. Mise en place d'outils.
6. Un nouveau programme de facturation.

Qui était le sponsor du projet ?

Le CFO du groupe



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

Nous avons mobilisé des ressources internes groupes, pays et locales mais aussi externes avec le support de Deloitte.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Tous types de profils ont été utilisés.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Compte tenu de l'ampleur du projet, nous avons mobilisé des compétences fonctionnelles techniques et de sécurité. Thalès évoluant sur des marchés très sensibles, l'aspect sécuritaire (physique et logique) est systématiquement au cœur de toutes nos réflexions ce qui, parfois, nous limite dans l'utilisation d'outils disponibles sur le marché.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

Nous avons fait la moitié du chemin, mais certainement la plus difficile, avec l'introduction d'un nouvel élan productif aussi bien au sein du CSP mais aussi avec nos clients internes, ce qui a permis de renverser l'état d'esprit initial.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Le principal actif de notre CSP, ce sont nos collaborateurs. Ils ont été (sont) donc au centre de ce projet : changement d'organisation, nouvelle politique salariale, nouvelle façon de travailler, nouveaux outils... le tout dans le cadre d'un nouveau leadership.

Chiffres clés

12 % de coût de structure économisé YoY
25 % ebit en plus YoY

CATÉGORIE
/ **CSP DE
L'ANNÉE**



LE PARRAIN



Sidertrade, plateforme SaaS spécialisée dans la génération et la sécurisation du cashflow, permet aux entreprises d'être plus performantes sur l'Order-to-Cash.

« Aimie », votre nouvelle assistante virtuelle, est experte de l'order-to-cash. Grâce à son Intelligence Artificielle, Aimie aide les équipes financières à collecter le cash de façon toujours plus efficace.

- Bénéficiez de recommandations intelligentes.
- Réduisez les délais de paiement.
- Résolez vos litiges plus rapidement.
- Rationalisez vos processus order-to-cash.

Aimie analyse quotidiennement plus de 4 600 Mds\$ de transactions interentreprises et anticipe l'attrition client et les comportements de paiement de plus de 21 millions de sociétés dans le monde.

Aimie recommande les meilleures stratégies de relance, automatise des actions sur le cycle order-to-cash, et dématématise les transactions avec les clients, ce qui améliore la productivité, la performance, et in fine le BFR.

Présent à Paris, Londres, Birmingham, Dublin, Houston et Calgary, **Sidertrade** accompagne des grandes entreprises de tous secteurs d'activité, dans plus de 85 pays, parmi lesquelles Tech Data, KPMG, Nespresso, Hearst, Expedia, Manpower, Securitas, Randstad, Engie, Veolia, Vinci, Saint-Gobain, Air Liquide, Inmarsat ou encore Bidfood.

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE
/ **CSP DE L'ANNÉE**



DECATHLON

Projet GFS (Global
Finance Services)



Anaïs Levailant
Global Finance
Service Leader

SAFRAN

Un Centre Virtuel de
Services Partagés



Patrick Vachon
Responsable Performance
et Amélioration continue
du CSP



Denis Massé
Directeur des
opérations CSP

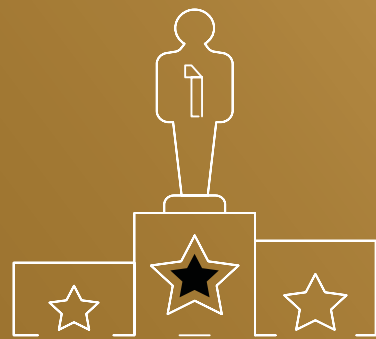


Un CSP Champion de
la Culture de Service,
de la Donnée et de la
LEAN Automatisation



Olivier Stabat
Business Process
Management Director

LE LAURÉAT 2022



CATÉGORIE
/ **CSP DE L'ANNÉE**

Decathlon

Projet GFS
(Global Finance Services)

Le GFS vise à connecter la finance au futur en proposant un « Service Delivery Model » innovant qui met l'accent sur la mutualisation des processus, l'innovation technologique et l'agilité pour les besoins des utilisateurs.





DFA

CATÉGORIE
EFFICIENCE &
AUTOMATISATION

LES CANDIDATS

CATÉGORIE

EFFICIENCE & AUTOMATISATION

Projet qui aura transformé en profondeur des processus finance avec des gains notables en termes d'efficience, de temps et de ressources.

Le projet aura véritablement modernisé et automatisé le fonctionnement opérationnel pour apporter plus de valeur ajoutée.



AIRBUS

 **EIFFAGE**



MONOPRIX

 **RENAULT**

DESCRIPTION



Nicolas Gudin du Pavillon
VP Europe du Sud et
Directeur France
BASWARE



Delphine Hobbe
Responsable Marketing
France
BASWARE



Marine Cochard
SVP Controlling et
Finance Transformation
BELIEVE



François Aubin
Directeur au Centre de
compétences Achats et
Finance
BOUYGUES



Gautier Riche
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Laurent Sinaï
Associé Conseil,
Finance & Performance
DELOITTE



Laurence Daniel-Huet
Directrice Finance
Opérationnelle et cash
management
EDENRED



Michel Castel
Directeur délégué CSP
comptabilité
EDF



Xavier Baraton
Directeur Administratif &
Comptable France
CARREFOUR



Frédéric Maillard
DAF
CULTURA



Pierre Vissière
Directeur Administratif &
Financier CSP Finance IT
Finance
ERAMET



Christophe Boden
Shared Services &
Continuous Improvement
VP
IMERYS



Philippe Tahar
Directeur Transformation
Digitale Finance
LES MOUSQUETAIRES



Laurent Van Caeneghem
Directeur de la
transformation finance
NEXITY



Julie Maniez
Head of Finance
Transformation &
Innovation
ORANGE BUSINESS SERVICES



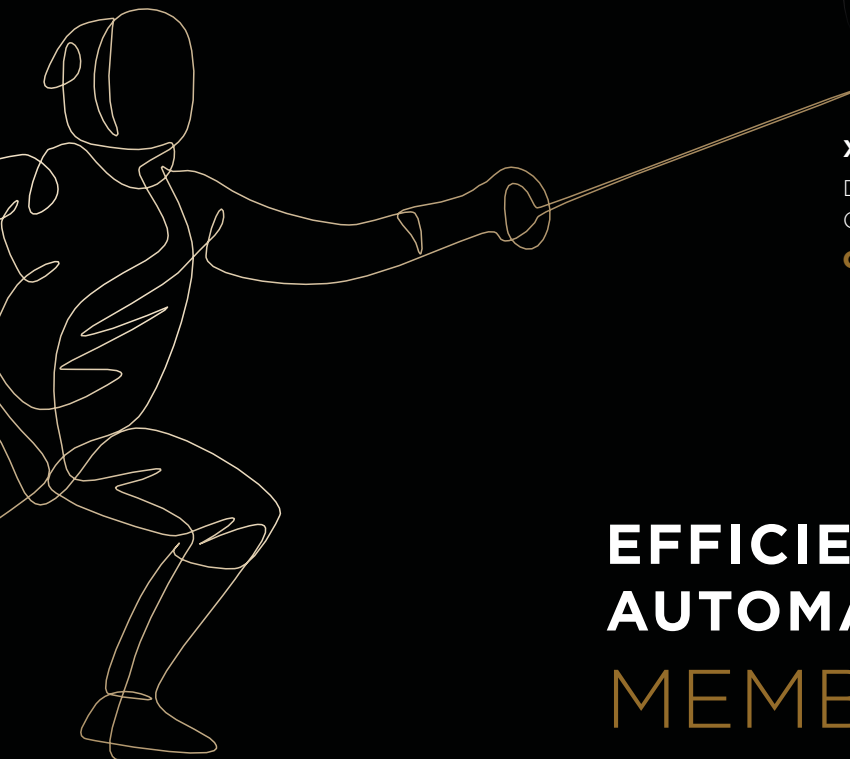
Valérie Popard
Group Consolidation
Director
PERNOD RICARD



Daniel Jürgens Mestre
CFO
TRIGO



Frédéric Sellam
Group Finance
Transformation Manager
VEOLIA



EFFICIENCE & AUTOMATISATION MEMBRES DU JURY



DIGITAL CLOSING COCKPIT



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Dans un contexte de forte pression sur la productivité (responsabilités opérationnelles éclatées entre les CSP, hétérogénéité des processus de clôture entre les entités, besoin de renforcement des contrôles internes), l'objectif de notre projet est d'augmenter fortement et durablement l'efficacité des services comptables au travers de :

- l'automatisation des tâches et des contrôles de la clôture comptable
- la fluidification de la communication et de la collaboration entre équipes
- l'optimisation du processus de clôture (séquence, répartition, timing).



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

1. Sélection d'une technologie activable très rapidement car déjà disponible dans l'entreprise : SAP FCC / FIORI avec Robotisation (UIPath).
2. Pour l'entité pilote, sélection d'une équipe comptable mature sur ses processus et engagée dans nos objectifs, avec l'implication forte et continue du sponsor (SVP Record to Report).
3. Définition du Core Model par itérations.
4. Automatisation des processus en mode Agile.
5. Déploiements des autres entités en parallèle.



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Nous avons privilégié un modèle Agile, réactif et collaboratif avec une équipe multifonctionnelle resserrée, incluant des profils comptables motivés et digitaux.

- 1 responsable des processus à temps partiel
- 1 chef de projet par entité déployée
- 2 consultants pour les séances de travail et l'implémentation.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

En 12 mois nous avons déployé les 3 entités majeures du groupe et :

- automatisé 50 % des tâches (sur les 600 tâches par entité)
- standardisé tous les contrôles internes,
- modernisé les outils comptables en digitalisant l'expérience utilisateur

Nous constatons jusqu'à 30 % de gain de productivité selon les secteurs !

Les opérations de clôture sont optimisées et automatisées : l'objectif de notre projet est atteint !



CERTIFICATION DES IBAN ET AUTOMATISATION DES CAMPAGNES DE RÈGLEMENT



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte :

Centralisation de l'activité en CSP, contraintes LME et augmentation des tentatives de fraude

Enjeux :

Amélioration de la productivité, de la conformité et réduction des délais de paiement de 2,4 millions de factures sur 750 sociétés juridiques différentes



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

1. Centralisation & uniformisation des processus
2. Nettoyage du référentiel fournisseurs
3. Automatisation
4. Digitalisation : Évolutions et appel à des services tiers

Technos :

Évolutions ERP, RPA, Services Tiers

Sponsor :

Directeur Financier



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Ressources :

CSP, MOA Finance, CoE, DSI

Profils & compétences des ressources mobilisées :

Comptables, administrateurs référentiel, BPO, business analysts, développeurs RPA



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

+ Résultats :

Réduction des délais et coûts des contrôles. Paiements garantis, des équipes concentrées sur les vrais risques de fraude

+ Axes forts du projet :

Impact de la RPA si elle est couplée à des services digitaux tiers et si elle est totalement intégrée dans le processus et au service des collaborateurs

+ Chiffres clés :

100 % référentiel homologué, 90 % des paiements garantis, délais de contrôle /4 et un effectif /2



NEW TMS (TREASURY MANAGEMENT SYSTEM)



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Complexité de la cartographie applicative Trésorerie avec de nombreux outils, interfaces et développements spécifiques. Des incidents réguliers qui nécessitent un support élevé, certains besoins fonctionnels non couverts, le tout générant une insatisfaction grandissante pour les utilisateurs

Quels étaient les macro-objectifs ?

Moderniser et simplifier les processus de trésorerie pour améliorer l'expérience utilisateur ; Simplifier le paysage applicatif, la maintenance technique et les évolutions pour s'adapter à la croissance du groupe et pouvoir apporter des innovations régulièrement. Améliorer la couverture fonctionnelle du TMS



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Quelles étaient les grandes étapes de votre démarche ?

- Pré-étude avec appel d'offres pour sélectionner une solution et un intégrateur.
- Phase de design détaillée pour comprendre au mieux le besoin, préparer le paramétrage et faire évoluer l'outil sur certaines fonctionnalités auprès de l'éditeur.
- Mise en œuvre incluant une longue période de test, de formation et de double run pour limiter les risques d'une mise en production en big bang.
- Phase d'assistance renforcée post-démarrage.

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

L'outil Kyriba en SaaS

Qui était le sponsor du projet ?

Le Directeur de la trésorerie, le Directeur Financier



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

Un business owner (métier) et un Product Owner (IT) à temps plein, des keys users à temps partiel et 2 à temps plein, une équipe d'intégration de 3 personnes

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Profil fonctionnel expert trésorerie, profil IT expert trésorerie et management de projet, profil intégrateur expert trésorerie et solution.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Des compétences principalement fonctionnelles et de gestion de projet en interne, des compétences techniques en externe.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Découverte et appropriation d'une solution SaaS intégrée couvrant communication bancaire/cash management/risques (instruments financiers).

Rationalisation du nombre d'outils, simplification et standardisation des processus métiers et du paysage applicatif. Utilisation de la BI et du Machine learning, et du RPA pour un process.

Chiffres clés

Réduction de 4 outils « TMS » à 1 outil « TMS », gestion de la trésorerie centralisée de plus de 50 entités dans 35 pays, + de 240 comptes bancaires + de 50 banques dans 35 pays et 15 milliards de flux dans plus de 30 devises.

24 mois de projet incluant pré-étude, choix d'outil et implémentation.



MIGRATION VERS UN REPORTING DÉCISIONNEL AGILE 2.0



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s) déclencheur(s) ?

Besoin de pilotage de la performance financière : agilité, rapidité, souplesse, et transparence sur les résultats

Exemple : Contexte crise Covid : modélisation et suivi des impacts CA et marge liés aux modifications d'horaires d'ouverture, des magasins situés en centre commercial, des périmètres produits autorisés et interdits.

Quels étaient les macro-objectifs ?

Mettre en place un outil et process pour modéliser, mesurer et reporter la performance le + précisément possible et automatiquement.

Gain de temps aux CDG permettant de se consacrer à des projets transverses plus complexes auprès des opérationnels.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- Migration de la technologie TERRADATA vers SNOWFLAKE
- Déploiement d'Alteryx
- Formation des équipes CDG
- Création des reportings envoyés par e-mail intégrant PDF, Graphique, Tableaux, par les équipes CDG aux Business Partners de chaque Direction représentée au COMEX

Qui était le sponsor du projet ?

La Direction Générale était sponsor du projet



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Quelles ressources ont été mobilisées pour la mise en place du projet ?

En interne : les équipes DSI, Direction des Flux Financiers et du Contrôle de Gestion.

En externe : prestataires externes pour l'implémentation des outils (SQL et utilisation de logiciels de traitement de la donnée) et formation des équipes.

Quels étaient les profils de ces ressources ?

Chef de Projet, Analytiques (BI), Contrôleur de gestion, Responsable Système d'Information, responsable Flux Financiers.

Quels types de compétences avez-vous mobilisés ?

Gestion de projets, IT, comptabilité, analytiques.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

+ de 150 reportings automatiques au quotidien, des indicateurs fiables et disponibles 24/7, un gain de temps considérable et une implication à valeur ajoutée du CDG, une meilleure lisibilité des impacts financiers.

Quels sont les axes particulièrement forts de votre projet ?

Un déploiement en 5 mois, la formation des équipes et la création de tables dédiées.

Chiffres clés

- + de 500 reportings créés en 2 ans dédiés au COMEX et aux équipes opérationnelles
- +15 contrôleurs de gestion opérationnels experts dans l'utilisation
- 2 ETP économie
- Temps passé sur l'accompagnement business qui est passé de 15 % à plus de 50 %.



DIGITALISATION DE LA FONCTION FINANCE DU GROUPE RENAULT ENTRE 2017 ET 2021



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Quels ont été le ou les élément(s)
déclencheur(s) ?

Accompagner le plan à 5 ans « Drive the Future »
de Renault lancé en 2017.

Quels étaient les macro-objectifs ?

To get a sustainable and profitable growth.

To address Industry challenges and Customer
expectations.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Quelles étaient les grandes étapes de votre
démarche ?

1. Définir la vision/stratégie digitale de la Finance
du Groupe Renault.
2. Définir la roadmap digitale : quels produits
digitaux pour quel Business du Groupe et dans
quelle priorité ?
3. Constituer les équipes Projet et lancer les
développements.

Quelle technologie avez-vous utilisée ?

Java & Angular JS, Scala, Tagetik, Apigee

Qui était le sponsor du projet ?

DSI Groupe Renault (Frédéric Vincent) & CFO du
Groupe Renault (Clotilde Delbos)



3. RESSOURCES OPTIMISÉES

Les ressources sont à la fois internes et externes :
180 au total.

- IT : 160 personnes (40 % externes)
- Finance : une vingtaine de personnes (90 %
internes)

Les profils et compétences de ces ressources :

- IT : Product leaders, business analysts,
architects et développeurs.
- Finance : Des opérationnels du Métiers Finance
prenant le rôle de Product Owners, c'est-à-
dire de responsables de la définition et de la
conception du produit digital. Ils représentent
les besoins Métier et font le lien avec la partie
technique du projet. Ils doivent avoir une bonne
vision du Métier Finance et une appétence pour
le Digital.



4. POURQUOI DEVRIEZ-VOUS GAGNER ?

Quels sont les résultats aujourd'hui ?

- 180 M€ de gain entre 2018 et 2021 grâce à des
activités autrefois manuelles et aujourd'hui
digitalisées.
- un Hub Digital pour sanctuariser les
compétences digitales Finance en interne.

Quels sont les axes particulièrement forts de
votre projet ?

Data / Forecast&Simulation / Reporting / Skills

Chiffres clés

- 25 produits digitaux lancés entre 2018 et 2021
- > 2 500 utilisateurs

CATÉGORIE
/ EFFICIENCE &
AUTOMATISATION

LE PARRAIN



basware

Simplify Operations, Spend Smarter.

Basware est un acteur de référence sur le marché mondial des solutions de procure-to-pay et de facturation électronique. Sa technologie, fondée sur le cloud, apporte une réponse sans équivalence aux besoins de visibilité, de mise sous contrôle des dépenses, de maîtrise des coûts et des risques : elle capte 100 % des données de factures, permet une connectivité avec 100 % des fournisseurs, offre une puissance d'automatisation inégalée.

Avec son plus grand réseau de facturation électronique ouvert au monde et son système technologique ouvert, **Basware** occupe une position unique pour adresser les enjeux exponentiels de Visible Commerce et de transparence sur les flux d'argent, de biens et de services, qui transitent partout dans le monde.

Basware est une entreprise présente à l'international, avec des bureaux dans 14 pays.

Basware est cotée à la Bourse d'Helsinki (BASIV : HE).

LES NOMMÉS 2022

CATÉGORIE / EFFICIENCE & AUTOMATISATION



Certification des IBAN
et automatisation
des campagnes de
règlement



Antoine Ballenghein
Directeur MOA SI
Finance



Digital Closing
Cockpit



Isabelle Sangala
Integrated Finance
Solutions GL&Close



Alexandre Durand
Head of Finance
Systems GL&Closing

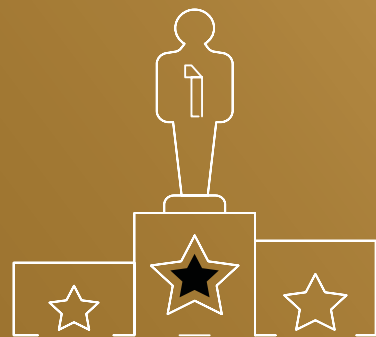


Migration vers
un reporting
décisionnel agile
2.0



Antony Nguyen
Head of Retail &
Marketing Finance

LE LAURÉAT 2022

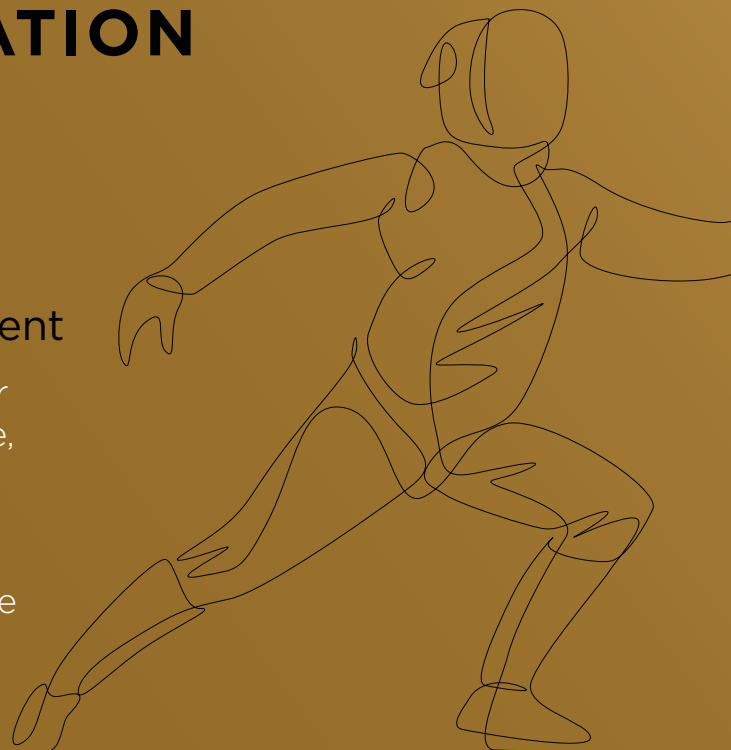


CATÉGORIE / EFFICIENCE & AUTOMATISATION

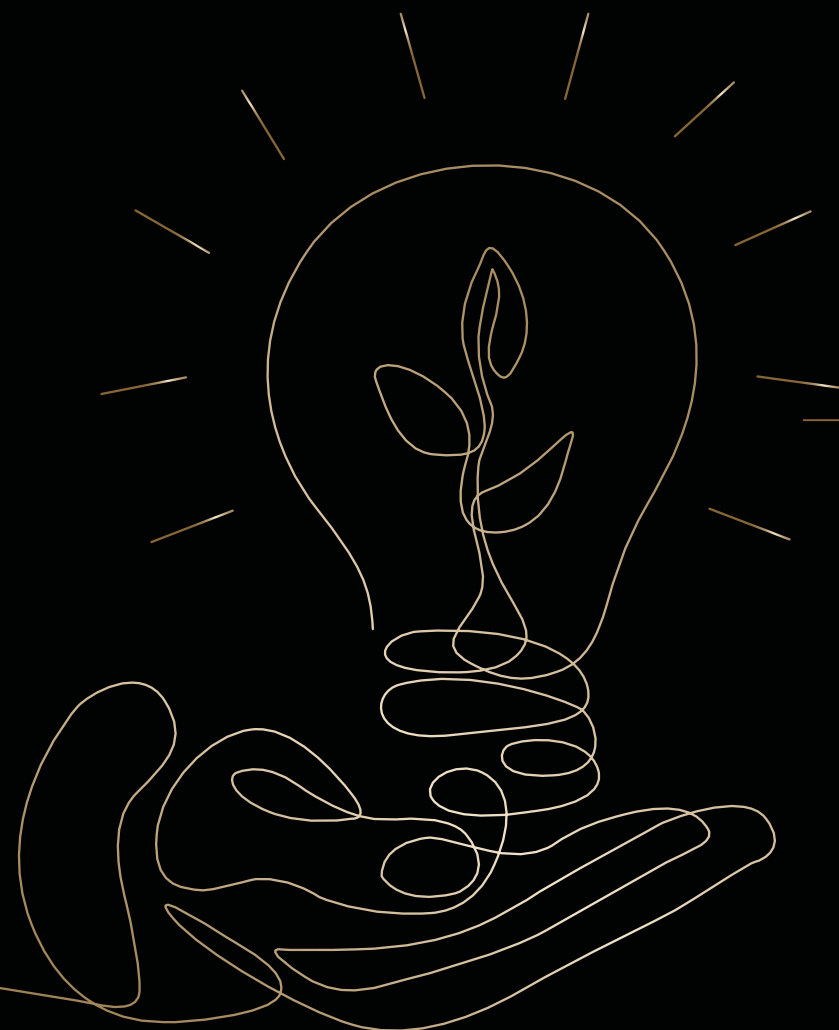
Eiffage

Certification des IBAN
et automatisation des
campagnes de règlement

Renforcer les contrôles pour
se prémunir contre la fraude,
en respectant les délais de
paiements et en maîtrisant
les coûts : c'est l'équation
impossible résolu par Eiffage
grâce au digital !

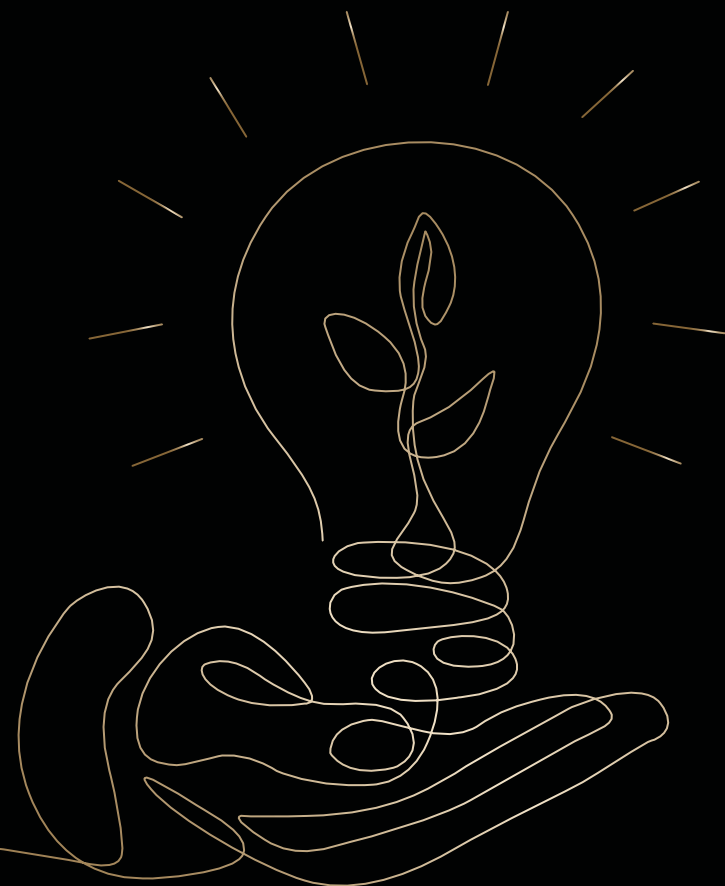


PRIX
SPÉCIAL



GREEN
FINANCE

PRIX SPÉCIAL
/ **GREEN
FINANCE**



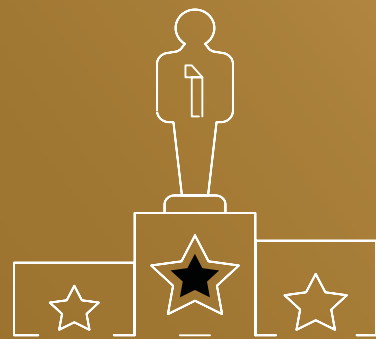
LE PARRAIN

Google Cloud

Google Cloud accélère la capacité de transformation numérique de l'ensemble des organisations grâce à des solutions professionnelles qui tirent parti des technologies novatrices de Google, à travers l'un des clouds les plus performants en termes environnementaux.

Dans plus de 200 pays et territoires, des organisations font confiance à **Google Cloud** pour soutenir leur croissance et résoudre leurs problèmes métier les plus critiques.

LE LAURÉAT 2022



KERING


PRIX SPÉCIAL / **GREEN FINANCE**

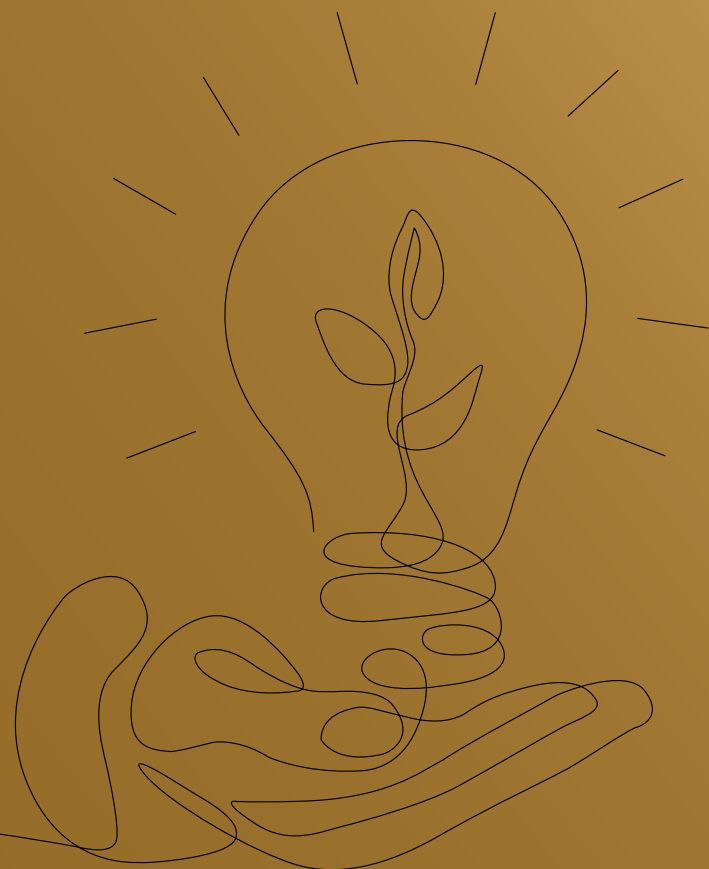
KERING

Projet EP&L

Développement Durable

Kering a développé un outil pionnier permettant de mesurer et quantifier les impacts environnementaux de ses activités : l'EP&L (pour Environmental Profit & Loss, ou Compte de Résultat Environnemental).

Une innovation majeure pour la mise en place d'un modèle économique durable, que Kering souhaite partager avec les entreprises du secteur du luxe et au-delà.

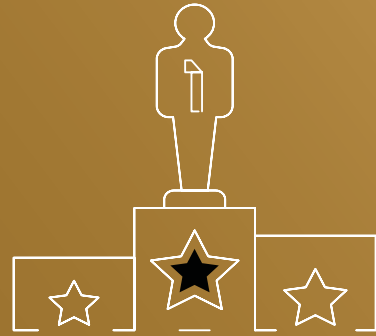


PRIX
SPÉCIAL



COUP DE CŒUR
DE LA COMMUNAUTÉ

LE LAURÉAT 2022



PRIX SPÉCIAL / **COUP DE CŒUR DE LA COMMUNAUTÉ**

ORANGE BUSINESS SERVICES

LIFT « Let's Innovate
Finance Together »

LIFT, lancé en Mai 2020, c'est une démarche :

Let's : On fait appel à des volontaires, +150

Innovate : On teste, essaye de nouvelles choses, en mode agile

Together : En équipes pluridisciplinaires Finance-Business

En parallèle, nous déployons 1 ERP, 1 EPM, 1 BI uniques dans nos 87 pays.



★ LAURÉAT 2022 ★

LE PROJET
DE L'ANNÉE





Lauréat 2022

PROJET DE L'ANNÉE



Groupe Bel

BeLowCarbon

La vision du rôle du financier chez Bel est innovante : il est facilitateur du pilotage de la performance globale, financière et extra-financière. Illustration autour du KPI carbone.

ENAIRES



LOSAM
PRÉSENTE
DIGITAL FINANCE AWARD



DFA

NOS
PARTENAIRES



CHIFFRES CLÉS



CHIFFRE D'AFFAIRES
TOTAL

\$451.5M



NOMBRE DE
COLLABORATEURS TOTAL

2 300



DATE DE CRÉATION
DE LA SOCIÉTÉ

2011



DATE DE CRÉATION
DE LA SOLUTION PROMUE

2018



LE(S)
FONDATEUR(S)

**Alexander Rinke,
Bastian Nominacher,
Martin Klenk**



PRINCIPAUX
ACTIONNAIRES

**Durable Capital Partners,
T. Rowe Price,
Franklin Templeton
Investments, 83 North,
Splunk,
Arena,
Accel**

VOS CONTACTS



FADI NAFFAH

Vice President, Directeur Général
France chez Celonis

☎ 06 83 88 08 95

✉ f.naffah@celonis.com



ÉLODIE BRUNET

Celonis - Regional Sales Director

☎ 06 18 37 05 59

✉ e.brunet@celonis.com



JEAN-MARC MÉDARD

VP Sales

☎ 06 73 29 29 89

✉ j.medard@celonis.de



GUILLAUME AURINE

Head of Solution Engineering FR

☎ 06 28 77 31 83

✉ g.aurine@celonis.com



MATHIEU GRANDVAL

Sales Director Celonis SE

☎ 06 75 69 95 30

✉ m.grandval@celonis.com



NADIA GARIDI

Marketing Director

☎ 06 23 37 97 58

✉ n.garidi@celonis.com



LES USE CASES #1



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Reckitt est une entreprise leader qui fabrique et distribue des produits d'entretien et des produits pharmaceutiques, recherchant l'excellence d'exécution de ses processus.

"Nous travaillons avec Celonis à travers de multiples fonctions et unités commerciales pour renforcer nos bases d'automatisation et pour extraire plus de valeur et de productivité à travers la standardisation et la discipline des processus." Vijay Purohit, directeur informatique des fonctions d'entreprise et de l'automatisation, Reckitt.

Pour l'entreprise de biens de consommation Reckitt, l'excellence des processus est le carburant de sa stratégie de transformation digitale. Sa feuille de route intégrera le process mining et la gestion de l'exécution dans toutes ses opérations, sa culture et ses efforts de durabilité.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

3 étapes :

1. Sélectionner un processus critique (P2P/O2C/AP/AR)
2. Analyser les inefficacités
3. Déterminer la valeur de l'EMS

Le système de gestion de l'exécution (EMS) de Celonis est déployé dans de multiples processus allant des achats aux comptes clients et fournisseurs, en passant par la gestion des commandes. Celonis fournit une visibilité sur l'infrastructure SAP de Reckitt et recommande des changements de processus basés sur les données pour améliorer les performances. Reckitt est passé à un modèle win-win, basé sur un engagement de valeur avec Celonis pour refléter un partenariat à long terme qui donne aux deux parties la possibilité de co-créer.

[Témoignage Reckitt](#)



3. RESSOURCES MOBILISÉES

"Nous avons commencé à travailler avec Celonis il y a quelque temps, en mobilisant peu de personnes des Métiers, de l'IT et des Process, nous concentrant principalement sur les fonctions Finances et Achats", a déclaré Purohit. "Au fur et à mesure, nous avons vu l'ampleur des possibilités avec Celonis et que nous avons encore beaucoup de marge de manoeuvre". Lorsqu'il est devenu évident que Celonis était un moteur pour leur programme de valeur et d'efficacité, Reckitt a construit un centre d'excellence (CoE) en Inde. Celonis a également ouvert un bureau en Inde en 2021 afin de mieux servir son écosystème mondial en pleine croissance. Selon M. Purohit, le CoE cherche à élaborer le modèle opérationnel de Reckitt pour l'avenir.



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

L'excellence des processus et la gestion de l'exécution sont devenues essentielles compte tenu de l'incertitude engendrée par la pandémie de Covid-19 et ses conséquences. Pour que Reckitt puisse réellement tirer parti de l'excellence des processus dans l'ensemble de l'entreprise, la montée à l'échelle de ce type de projet est essentielle. Reckitt compte plus de 43 000 employés dans le monde, répartis sur 60 sites, plus de 20 millions de produits vendus quotidiennement et plus de 80 000 fournisseurs. La mission de M. Purohit est de transformer l'ensemble tentaculaire des processus de Reckitt, allant des achats aux finances en passant par la gestion des commandes, grâce à l'automatisation. À terme, Reckitt vise à déployer l'apprentissage automatique et les modèles prédictifs.

LES USE CASES #2



1. CONTEXTE ET ENJEUX

"Nous avons utilisé Celonis pour visualiser toutes les différences entre les processus qui ont été levés et transférés dans le GBS." Claire Hourigan, Head of Business Process Management chez BP.

Lorsque vous êtes une entreprise mondiale avec des centaines de processus divers couvrant d'innombrables unités commerciales et de domaines, une véritable normalisation peut sembler un peu écrasante. Un centre d'excellence (CoE) solide peut transformer les processus et les opérations, même dans les plus grandes entreprises. Les 3 axes des dirigeants de BP pour assurer leur succès

1. Commencer par une vision claire de la manière dont les processus actuels diffèrent de leurs objectifs définis.
2. Obtenir rapidement le buy-in de la Direction Générale
3. Ne jamais s'arrêter d'innover et de tester



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Selon Claire Hourigan, l'une des principales raisons pour lesquelles BP a initialement choisi de s'associer à Celonis était le solide pipeline d'innovation de Celonis. "Des projets comme l'automatisation avec l'Action Engine étaient extrêmement importants pour nous", a-t-elle déclaré. "Au cours des deux dernières années, nous avons travaillé très étroitement sur des projets de co-innovation afin d'intégrer profondément Action Engine dans nos méthodes de travail."

[Détail de la démarche témoignage video BP](#)



3. RESSOURCES MOBILISÉES

Le géant de l'industrie pétrolière et gazière a développé son centre d'expertise (environ 12 personnes aujourd'hui) à mesure qu'il a étendu Celonis à l'ensemble de ses activités et de ses processus. Nous sommes très fiers que Murray Auchincloss, CFO de BP, ait déclaré, lors de la présentation des résultats financiers de l'entreprise, que BP utilisait Celonis pour découvrir les inefficacités des achats gérés par leurs système SAP.



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

La transparence qu'apporte la solution Celonis permet de ne plus prendre de décision dans l'inconnue. Les données ne mentent pas.

"Le fait de pouvoir montrer aux gens que, par exemple, ils gèrent un processus de commande de vente qui nécessite 62 personnes pour passer une commande, mais 147 pour y apporter des modifications, a aidé les dirigeants à voir clairement comment nos projets amélioreront leurs méthodes de travail et le résultat final de ces commandes de vente."

CHIFFRES CLÉS



CHIFFRE D'AFFAIRES
TOTAL

297,2
Millions d'euros



NOMBRE DE
COLLABORATEURS TOTAL

1 900



DATE DE CRÉATION
DE LA SOCIÉTÉ

2001



DATE DE CRÉATION
DE LA SOLUTION PROMUE

1985



LE(S)
FONDATEUR(S)

Pierre Pasquier



PRINCIPAUX
ACTIONNAIRES

Public :
Euronext : AXW.PA

VOS CONTACTS



LIONEL LINOSSIER

General Manager
Axway Digital Finance

☎ 06 24 41 79 58
✉ llinossier@axway.com



LAURENT FARGET

Customer & Partner Director
Axway Digital Finance

☎ 06 71 60 54 20
✉ lfarget@axway.com



PATRICK JACQ

Sales specialist
Axway Digital Finance

☎ 06 74 79 59 34
✉ pjacq@axway.com



CORINE PARISOT

Customer Success Director
Axway Digital Finance

☎ 06 87 85 88 22
✉ cparisot@axway.com



FRANÇOIS ROYER

VP Operations
Axway Digital Finance

☎ 06 81 93 41 94
✉ froyer@axway.com



JEAN-CLAUDE BELLANDO

Product Marketing Manager
Axway Digital Finance

☎ 06 51 73 66 06
✉ jcbellando@axway.com

LES USE CASES #1



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Le marché de l'assurance-vie est en pleine transformation et les compagnies doivent transformer leurs offres. Auxia, qui vend des contrats d'assurance en marque blanche, doit pouvoir s'adapter très vite à de nouveaux types de partenaires.

Les transformations du business chez AUXIA ont mis à l'épreuve la structure et l'architecture des solutions SI. La modernisation est apparue comme une évidence.

À la suite d'une cartographie du SI Comptable, un projet de modernisation a été lancé. Le projet consiste à changer de logiciel de comptabilité et à mettre en place une solution d'interprétation comptable.

L'objectif est de permettre l'exploitation des différentes données issues de nos applicatifs métiers, permettant ainsi de répondre aux besoins transverses de la société.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Définition de l'architecture de solution dans le cadre d'un schéma directeur et identification de la brique « traduction des événements comptables » et des fonctions qu'elle doit porter.

Cadrage fonctionnel et études des « besoins de demain ».

Choix des outils AIS (Axway) et Unit4 sur la base d'un dossier de choix et d'un scoring.

Lancement du projet

Accompagnement et implémentation dans le SI AUXIA avec Axway.

Conduite du changement.

Sponsor : Directrice Administrative & Financière



3. RESSOURCES MOBILISÉES

Le projet a été mené par un équipage mixte : des équipes internes AUXIA (Direction Administrative & Financière (DAF) et la Direction Systèmes d'Informations (DSI) associées à des experts Axway. L'accompagnement par Axway s'est inscrit dans une démarche de conseil, de formation et d'accélérateur de l'intégration dans le sens où la réalisation des différentes phases du projet a aussi porté le transfert de compétences aux équipes internes qui sont désormais autonomes sur la solution.

Des ressources matérielles telles que l'infrastructure et l'outillage périmétrique ont été mises en œuvre.



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Changement en 12 mois du logiciel de comptabilité, refonte des interfaces avec les back-offices, remise à plat des schémas comptables, prise en compte des besoins de transparence liés à Solvency et d'axes d'analyse étendus.

Rapidité et adaptabilité technique dans l'implémentation de la solution transverse dans le nouveau SI.

Capacité de fédérer toutes les équipes AUXIA dans la mise en œuvre de ce projet

Rationalisation et centralisation de l'interprétation comptable s'adaptant aux besoins des multiples SI amont et aval regroupant de nombreux flux, schémas comptables et sociétés.

Performances : 1 million d'écritures par jour, 1 semaine pour mettre en place un nouveau schéma comptable.

LES USE CASES #2



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Déploiement d'un ERP incluant la comptabilité générale et la comptabilité analytique, couvrant 45 divisions de la SNCF.

- Absence de mécanisme d'acquisition et de transformation automatique des événements métiers en écritures comptables.
- Pas d'architecture garantissant l'intégration fiable entre les systèmes ERP et les systèmes des back-offices métiers.
- Besoin de supporter d'énormes volumes de données (2,5 milliards d'écritures comptables par an) et d'accélérer le processus de clôture.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Solution déjà connue par SNCF, qui a pu capitaliser sur ses expériences.

- Définition de l'architecture et déploiement des différents composants.
- Définition des flux de données (144 en phase initiale), chaque flux est supervisé par un responsable.
- Définition des règles de transformation.
- Chargement des référentiels (plan comptable, périodes comptables, ...).
- Mise en place des pistes d'audit.
- Projet dirigé par un Core Business Manager.



3. RESSOURCES MOBILISÉES

Une équipe de la direction des systèmes d'information et des télécommunications (DSIT). Très forte implication du Core Business Manager.

- Expertise Axway et intégrateurs
- Agilité de l'équipe R&D d'Axway pour des évolutions produits.
- Les compétences mises en œuvre ont été d'ordre technique, comptable et organisationnel.



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

Gouvernance des flux de données au niveau de l'entreprise, traçabilité de bout en bout (pistes d'audit).

- Très gros volumes de données : 94 % des écritures comptables du groupe SNCF.
- Clôtures mensuelles en moins de 3 jours.
- « La plateforme est robuste et très fiable. Nous n'avons pas de problèmes majeurs avec elle. Je lui donnerais quasiment 10/10. Si seulement nos autres systèmes pouvaient fonctionner aussi bien ! »
- Le savoir-faire et l'implication des équipes Axway.
- Budget et délais respectés.



CHIFFRES CLÉS



CHIFFRE D'AFFAIRES
TOTAL

**443.3 millions USD
(2021)**



NOMBRE DE
COLLABORATEURS TOTAL

1 718 (2020)



DATE DE CRÉATION
DE LA SOCIÉTÉ

2008



DATE DE CRÉATION
DE LA SOLUTION PROMUE

2010



LE(S)
FONDATEUR(S)

**Marty Vanderploeg,
Jeffrey Trom,
Joseph Howell,
Matthew Rizai,
Jereme Behar**

VOS CONTACTS



COLINE MARCHAL

VP of Operations EMEA

✉ coline.marchal@workiva.com



LAURE DE SAINT GERMAIN

Senior Product Marketing
Manager

✉ laure.desaintgermain@workiva.com



NICOLAS LETAVERNIER

Area Sales Director, France

☎ 06 17 03 74 42
✉ nicolas.letavernier@workiva.com



VINCENT GUILLARD

Field Marketing Manager

☎ 06 87 07 15 00
✉ vincent.guillard@workiva.com



BENOÎT VOUTE

Alliance and Partnership
Director - France

✉ benoit.voute@workiva.com



LAURENT LE GUEN

Alliance and Partnership
Director - France

✉ laurent.leguen@workiva.com



LES USE CASES #1 : Interparfums - Comme une fragrance de transformation pour le Reporting Financier d'Interparfums



1. CONTEXTE ET ENJEUX

- Interparfums pilote dans son intégralité le cycle d'un parfum, de sa création jusqu'à sa distribution en France et à l'International
- La production des rapports financiers se faisait dans les applications traditionnelles de bureautique
- Une nécessité de passer à un format de reporting uniforme en XBRL/iXBRL dans un contexte d'enjeux réglementaires stricts et récurrents
- Volonté de faciliter le processus de reporting financier pour l'équipe en implémentant une plateforme end-to-end



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- Définition des étapes clés de la démarche, des rapports à digitaliser et intégrer au sein de la plateforme : transfert des documents réglementaires (SEC, ESEF) - création d'autres rapports
- Accompagnement par les équipes de Workiva au moment de l'implémentation et post-implémentation avec un point de contact dédié



3. RESSOURCES MOBILISÉES

- Équipes Reporting/Comptable/Consolidation d'Interparfums
- Équipes d'implémentation de Workiva : consulting, sales, delivery, support, customer success



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- La collaboration et échanges réguliers entre les différentes équipes attenantes au projet Workiva
- Un Retour sur Investissement rapide notamment sur le temps passé à produire les rapports du groupe
- La simplicité d'utilisation et l'adoption facile de la plateforme par les équipes
- Accès à la documentation réglementaires bien plus rapidement et dépôts facilités auprès des régulateurs
- Temps gagné par la connexion des données aux différents systèmes permettant de minimiser les interventions manuelles et les risques liés



LES USE CASES #2 : Mise en place de Workiva pour les rapports externes du groupe et des filiales



1. CONTEXTE ET ENJEUX

- Recherche d'une solution visant à simplifier les processus d'élaboration des rapports financiers annuels et trimestriels dans un contexte réglementaire de mise en conformité au format XBRL.
- Volonté de s'affranchir de tâches manuelles répétitives et des copier/coller dans l'objectif de passer moins de temps à la préparation des publications légales pour le régulateur tout en favorisant la prise de décisions.
- Une mise en place simple, pouvant facilement s'intégrer avec les processus actuels de l'organisation.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- La transformation digitale finance faisait partie de la roadmap de la direction générale afin d'accompagner la transformation globale de l'entreprise.
- Mise en place d'une équipe projet
- Élaboration d'un cahier des charges détaillé et définition du scope
- Choix d'un outil de Reporting Intégré
- Uniformisation des processus de reporting depuis la collecte des données jusqu'au rapport final en passant par la mise en conformité
- Sponsoring du projet : Direction de la Consolidation et du Reporting Groupe



3. RESSOURCES MOBILISÉES

- Équipe Reporting et Conso côté Criteo
- Équipe Workiva pour l'implémentation



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Réduction importante du temps passé à élaborer les rapports réglementaires et autres reporting
- Beaucoup plus de temps passé sur l'analyse, moins de tâches fastidieuses pour les équipes financières
- Une très bonne communication/collaboration entre les équipes Criteo et Workiva
- Une implémentation rapide et une adoption facile



LES USE CASES #3 : Production des comptes sociaux de 26 filiales du groupe avec Workiva



1. CONTEXTE ET ENJEUX

- Volonté de prendre des mesures pour transformer le processus visant à produire les états financiers réglementaires de National Grid
- Principaux objectifs : réduire le temps passé à la production du reporting des comptes sociaux, améliorer la fiabilité et la cohérence des rapports, automatiser au maximum le processus, fiabiliser la donnée financière



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- Identification des failles dans les applications de bureautiques traditionnelles : gains de temps possible, définition des processus à automatiser
- Implication tôt dans le projet des filiales concernées
- Sélection d'une plateforme permettant l'amélioration du processus de production des états financiers réglementaires : centralisation et harmonisation du process, collaboration des équipes dans l'outil, etc.
- Implémentation



3. RESSOURCES MOBILISÉES

- Équipes reporting et comptables de National Grid ainsi que la Direction Financière en tant que sponsor
- Équipes d'implémentation de Workiva : consulting, sales, delivery, support, customer success



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Réduction importante du temps passé à élaborer le reporting légal statutaire
- Collaboration fluide entre les équipes
- Facilité d'adoption de la plateforme + pilotage des 26 filiales concernées

CHIFFRES CLÉS



NOMBRE DE
COLLABORATEURS TOTAL

1 130



DATE DE CRÉATION
DE LA SOCIÉTÉ

2010



DATE DE CRÉATION
DE LA SOLUTION PROMUE

2014



LE(S)
FONDATEUR(S)

**Tom Shea,
Bob Powers,
Craig Colby**



PRINCIPAUX
ACTIONNAIRES

**KKR,
D1 Capital Partners**

VOS CONTACTS



ÉRIC VIDAL

South Director

☎ 06 29 98 50 70

✉ evidal@onestreamsoftware.com



ARNAUD PIÂT

Senior Partner Alliance Manager
EMEA

☎ 06 70 16 94 39

✉ apiat@onestreamsoftware.com



NATALIA FERNANDEZ

Strategic Alliances Global
Advisory Director, EMEA South

✉ nfernandezrodriguez@onestreamsoftware.com



LAURA SIGURDSSON

Manager, Marketing South Europe

☎ 06 67 39 29 32

✉ lsigurdsson@onestreamsoftware.com



ADRIEN GRIMBERT

Solution Consultant Manager

☎ 06 70 56 34 62

✉ agrimbert@onestreamsoftware.com

LES USE CASES #1



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Le groupe Accor, sixième opérateur hôtelier mondial et numéro un en Europe, a fait le choix de déployer OneStream pour unifier ses processus de consolidation et de reporting au niveau mondial.

Accor exploite 5 250 hôtels dans 110 pays et emploie 280 000 collaborateurs dans le monde. Chaque pays gérant séparément ses processus financiers au travers de diverses applications en silos, le groupe avait besoin d'une plateforme de Performance Management unique qui améliore la qualité et la fiabilité des données financières.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- **Lot 1** : mise en œuvre fin octobre 2021 sur le périmètre Consolidation, 300 users.
- **Lot 2** : périmètre gestion collecte des données : Réel et Budget, 9.000 users (en cours).



3. RESSOURCES MOBILISÉES

AMOA : Deloitte

Intégrateur : OneStream et Klee Performance



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Engagement du client
- Disponibilité des équipes métier
- Bon attelage AMOA, MOE, éditeur
- Méthode semi-agile
- Gestion du changement avec la plateforme d'e-learning
- IT : un interlocuteur dédié par sujet : Interface, RDH
- Importance des interfaces : 10 Sources, 100 interfaces

LES USE CASES #2



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Le Groupe CMA CGM est leader mondial du transport maritime et de la logistique avec une présence dans plus de 160 pays. Le groupe a connu une croissance rapide ces dernières années et a considérablement étendu sa présence mondiale par le biais d'un certain nombre d'acquisitions.

Dans ce contexte, CMA CGM a fait appel à OneStream pour répondre aux enjeux suivants : fournir une plus grande visibilité sur la rentabilité, mettre en œuvre des processus de consolidation et de reporting rationalisés et unifiés, intégrer des processus de planification et de prévision agiles, développer l'attention du Groupe sur la trésorerie, permettre une analyse intelligente des données, et accéder plus largement et plus facilement à une technologie de pointe.



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHÉ

Trois étapes clés ont été identifiées et réparties sur trois ans :

- **Étape 1** : Reporting intégré pour la consolidation statutaire et le reporting de gestion ainsi que la collecte et la consolidation des données pour le budget, les prévisions glissantes et flash et les tableaux de bord COMEX.
- **Étape 2** : Business Plan, prévisions de trésorerie et processus de simulation. Une solution sera développée pour le reporting et les prévisions clients d'ici fin 2022.
- **Étape 3** : Modélisation dans la plateforme du budget, des prévisions glissantes et des processus de Flash à la maille du voyage.



3. RESSOURCES MOBILISÉES

Du point de vue de l'exécution, OneStream a alloué plus de 35 ressources, dont une partie est constituée de deux partenaires différents, Klee Performance et KPC.

Les ressources proviennent de différents horizons, à commencer bien sûr par la consolidation et le reporting de gestion.



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Flexibilité et rapidité d'exécution
- Adaptation à l'évolution des besoins de l'entreprise
- Plateforme unique et flexible pour toutes les données
- Équipe dédiée pour l'intégration

CHIFFRES CLÉS



CHIFFRE D'AFFAIRES
TOTAL

32,6M€ (2021)



NOMBRE DE
COLLABORATEURS TOTAL

+250



DATE DE CRÉATION
DE LA SOCIÉTÉ

2000



DATE DE CRÉATION
DE LA SOLUTION PROMUE

2001



LE(S)
FONDATEUR(S)

Olivier Novasque



PRINCIPAUX
ACTIONNAIRES

Société cotée

VOS CONTACTS



OLIVIER NOVASQUE
CEO

✉ onovasque@sidetrade.com



JEAN-CLAUDE CHARPENET
VP Sales Europe

✉ jccharpenet@sidetrade.com



PHILIPPE GANGNEUX
CFO

✉ pgangneux@sidetrade.com

LES USE CASES #1



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Créateur de la carte Ticket Restaurant et n°1 mondial des solutions transactionnelles au service des entreprises, Edenred a fait le pari de l'Intelligence Artificielle pour accélérer sa génération de trésorerie et améliorer le contrôle de son risque client avec Sidetrade.

- Nécessité de mettre en place un nouvel outil de recouvrement et de gestion du risque pour répondre au besoin de leur Business Model (nouveaux produits, croissance des volumes)
- Productivité et motivation des Équipes Recouvrement en baisse
- Insatisfaction client (traitement des litiges et qualité des relances)
- Insatisfaction des clients internes (Commerce/ADV/SAV)
- Prévenir et limiter les risques client
- Poursuivre la transformation digitale opérée au sein de la Direction Financière



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- Analyse de l'offre existant sur le marché/ nouvelles solutions (BigData/Intelligence Artificielle)
- Estimation des coûts et des retours sur investissement
- Communication et conduite du changement : placer la gestion du Cash et du Risque au centre du projet d'entreprise et de la politique commerciale
- Diffuser une Culture Cash et positionner la direction financière au cœur de la relation client



3. RESSOURCES MOBILISÉES

Forte mobilisation de :

- La Direction Projets et Credit Manager
- L'équipe Recouvrement
- La Direction Informatique
- Coordinateur du projet pour fluidifier les échanges inter-directions (DSI/CRC et Direction Commerciale)



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Des indicateurs de performance rapides et visibles :
 - une réduction de 30 % de l'encours clients en 6 mois
 - une réduction des échus de plus de 90 jours (divisés par 4)
- Adhésion complète de l'équipe aux nouvelles méthodes de travail, des échanges facilités avec les autres Directions
- Un service Risque et Recouvrement repositionné au cœur de la relation client
- Une solution différenciante permettant de renforcer les échanges client

LES USE CASES #2



1. CONTEXTE ET ENJEUX

Avec ses 13 régions Multimétiers et ses pôles Grands Projets, proches des donneurs d'ordre publics et privés, NGE orchestre, sous une direction unique, 7 métiers du BTP et participe à la construction des grandes infrastructures et à des projets urbains ou de proximité dans 17 pays, réalisant un chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros.

Les enjeux de NGE pour optimiser la gestion du poste client :

- Améliorer la collaboration entre les Chefs de Projet et le personnel administratif dans une organisation décentralisée
- Gérer les relances avec une approche tripartite : mandataire payeur vs client final
- Accroître et suivre la performance financière de manière plus agile là où l'usage des outils Excel/ERP présentaient des limites



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- Consolidation des données dans une plateforme à 360° en apportant l'information mandataire - donneur d'ordre
- Élaboration d'une standardisation de la relance
- Mise en place d'un pilotage de l'activité en temps réel
- Instauration de réunions internes régulières en amont pour assurer une adoption optimale



3. RESSOURCES MOBILISÉES

- Direction financière
- Équipe Credit Manager
- Équipe Chefs de chantier
- Équipe ADV



4. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Gains de performance visible après implémentation de la solution Sidetrade : réduction de 10 jours de DSO
- Productivité accrue avec l'automatisation et la systématisation des actions de relance
- Reporting en temps réel standardisé partagé avec toutes les équipes
- Des méthodes uniformisées et documentées



Simplify Operations, Spend Smarter.



LE PARRAIN
EFFICIENCE &
AUTOMATISATION

CHIFFRES CLÉS



CHIFFRE D'AFFAIRES
TOTAL

153,2 Millions d'Euros



NOMBRE DE
COLLABORATEURS TOTAL

1 347



DATE DE CRÉATION
DE LA SOCIÉTÉ

1985



PRINCIPAUX
ACTIONNAIRES

**Basware s'appuie sur un actionariat financier,
composé de 6 actionnaires :**

Michael Ingelög (Président du Conseil d'Administration),
Ilkka Sihvo (Vice-Président du Conseil d'Administration),
Daryl Rolley,
Minna Smedsten,
Carl Farrell
et Jonathan Meis

VOS CONTACTS



NICOLAS GUDIN DU PAVILLON

Vice-Président Europe du Sud
et Directeur de Basware France

☎ 06 23 07 24 77

✉ nicolas.gudin@basware.com



SOLE CIONINI CIARDI

Senior Manager, Customer
Services

☎ 07 61 73 20 49

✉ sole.cionini.ciardi@basware.com



FAROKH EKRAMIFARD

Senior Market Activation
Specialist

☎ 07 61 95 16 23

✉ farokh.ekramifard@basware.com



LES USE CASES #1 : HEINEKEN



1. CONTEXTE ET ENJEUX

- Centraliser les fonctions Finance au sein d'un seul et unique Centre de Services Partagés, en charge de servir les 25 divisions métiers et commerciales
- Améliorer l'efficacité des processus de comptabilité fournisseurs du Centre de Services Partagés, par lequel transitent 430 000 factures d'achat par an, majoritairement reçues au format papier
- Accélérer les délais de traitement, particulièrement ralentis par les tâches manuelles de rapprochement et la réception papier des factures



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

- Étape 1 : la mise en place d'un processus automatisé pour toutes les factures liées à une commande, soit près de 60 % du volume total, depuis la collecte des données jusqu'à la mise en paiement. Un taux voué à augmenter avec la montée en puissance de la facturation électronique
- Étape 2 : la réduction significative des délais de traitement des factures
- Étape 3 : l'augmentation des taux de rapprochement automatique
- Étape 4 : l'amélioration en continu de l'efficacité des processus permet de réaliser des économies



3. LES FORCES DE VOTRE PROJET

L'automatisation des factures a réduit le temps d'approbation de 95 % pour les factures liées à une commande et de 40 % pour les factures non liées à des commandes. 93 % des factures sont rapprochées automatiquement.

Pour en savoir plus sur ce [témoignage](#).



4. À L'ISSUE DU PROJET

Pour Ed Prins, alors Responsable des Services Financiers d'Heineken : « notre principal enjeu était de trouver une solution capable de s'intégrer facilement et rapidement à notre infrastructure informatique, composée de 5 instances ERP ».

- La capacité d'intégration, simple et transparente, de la solution Basware au paysage multi-ERP d'Heineken
- La puissance du rapprochement automatique, qui a permis d'améliorer la précision et la rapidité de traitement des factures, venant ainsi optimiser l'efficacité des opérations de comptabilité fournisseurs



LES USE CASES #2 : CLARINS



1. CONTEXTE ET ENJEUX

- Parmi les priorités de modernisation : dématérialiser le traitement des factures fournisseurs des neuf sociétés commerciales et industrielles du groupe
- Au total, plus de 60 000 factures par an étaient traitées manuellement dans ces entités : il devenait indispensable de centraliser le traitement des factures fournisseurs au sein d'un même outil pour homogénéiser les processus et disposer d'une visibilité en temps réel sur l'état d'avancement du traitement de chaque facture », précise Emmanuelle Guay, responsable de la comptabilité fournisseurs.
- Homogénéiser, centraliser et fiabiliser le traitement des factures fournisseurs
- Rationaliser les circuits de validation et disposer d'indicateurs de l'état d'avancement de traitement des factures
- Tracer le respect des délais de paiement
- Améliorer les relations fournisseurs dans le cadre d'une démarche RSE plus globale



2. ÉTAPES CLÉS DE LA DÉMARCHE

Après un processus d'appel d'offres, Clarins choisit la solution AP Automation de Basware, et articule son projet autour de grandes étapes :

- Définition des spécificités fonctionnelles et techniques en vue de paramétrer la solution, et cela, à partir des principaux cas d'usage et des écueils recensés de l'existant.
- Lancement de pilotes dans deux services qui constituaient des cas d'usage pertinents pour le déploiement à plus grande échelle :
 - la DSI, qui regroupait à elle seule de nombreux cas comptables (typologie d'achats, immobilisations...) et une forte volumétrie de factures à traiter
 - le service de formation internationale, dont le volume de factures fournisseurs était faible
- Déploiement progressif de la plateforme Basware
- En parallèle, communication intensive auprès des fournisseurs, qui ont adhéré aux nouveaux processus



3. LES FORCES DE VOTRE PROJET

- Harmonisation de la gestion des factures fournisseurs au niveau Groupe
- Fiabilisation du processus d'acquisition des informations de factures
- Meilleure traçabilité et visibilité en temps réel de l'état de traitement des factures
- Traçabilité des délais de paiement
- Gain de temps pour les équipes métiers et financières
- 5. Différencier les formations (contenu et durée) selon les profils
- 6. Faire un projet pilote pour susciter l'adhésion des équipes internes
- 7. Communiquer, communiquer, communiquer... en s'appuyant sur des ambassadeurs internes
- 8. Ce projet a permis de repenser complètement les processus de traitement des factures fournisseurs depuis leur réception jusqu'au paiement et, d'autre part, d'harmoniser les seuils de validation sur l'ensemble des entités concernées par le projet.

En outre, CLARINS partage 8 facteurs clés :

1. S'appuyer sur un sponsor fort en interne pour justifier les décisions
2. Viser la simplicité : ne pas hésiter à repenser ses processus, ses seuils, etc.
3. Partir d'une base fournisseurs propre
4. Dédier des collaborateurs ou des consultants à temps plein sur le projet

Pour en savoir plus sur [ce témoignage](#)



PRÉSENTATION DE LA SOCIÉTÉ

Google Cloud accélère la capacité de transformation numérique de l'ensemble des organisations grâce à des solutions professionnelles qui tirent parti des technologies novatrices de Google, à travers l'un des clouds les plus performants en termes environnementaux.

Dans plus de 200 pays et territoires, des organisations font confiance à **Google Cloud** pour soutenir leur croissance et résoudre leurs problèmes métier les plus critiques.

CHIFFRES CLÉS



DATE DE CRÉATION
DE LA SOLUTION PROMUE

4 septembre 1998



LE(S)
FONDATEUR(S)

**Larry Page &
Sergueï Brin**

VOS CONTACTS



LAURENT GAUDILLÈRE
SAP Sales Regional Lead

☎ 06 07 49 72 52

✉ lgaudillere@google.com

POUR
ALLER
PLUS LOIN avec

Deloitte.

Deloitte, leader des services professionnels en audit & assurance, consulting, financial advisory, risk advisory et tax & legal, mobilise l'ensemble de ses expertises pour répondre aux enjeux de ses clients de toutes tailles et de tous secteurs d'activités.

Fort de ses 7 000 collaborateurs et associés, la firme s'est donnée comme fondement d'offrir un service d'excellence, de proximité, alliant des compétences locales et un réseau d'experts en France et dans le monde, et avec une ambition commune « *Make an impact that matters* ».

NOTRE PARTENAIRE
PLATINIUM



NOS PARTENAIRES
GOLD



NOS PARTENAIRES
SILVER



FUTURE OF FINANCE

SAVE
THE
DATE



18 OCTOBRE
2022



DFΛ
2022