

DIGITAL CHANGE

Réussites | Solutions #transition numérique

3 NOV
2016
NANTES

la lettre **api**



Les lauréats 2016

ABALONE
agence d'emplois

Audencia
BUSINESS SCHOOL

CAISSE D'ÉPARGNE
BRETAGNE PAYS DE LOIRE

effi'connect
CONSEILS & SOLUTIONS NUMÉRIQUES

KPMG

Nantes Métropole

Niji

Région PAYS DE LA LOIRE

A2dv
Evénement Manu'Dig

www.digital-change.fr

Événement organisé par

ADN
Ouest

& **api**
Bretagne
Pays de la Loire

LES LAURÉATS 2016

Trophée Relation client

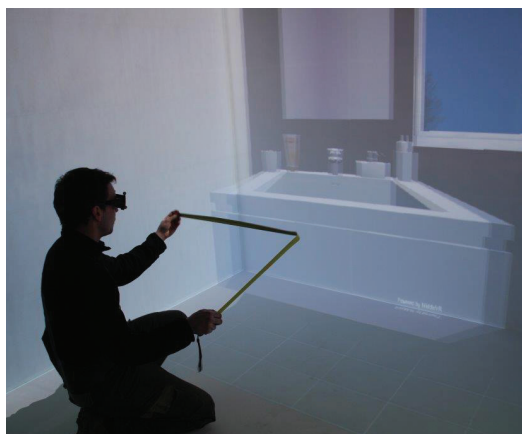
Eram met ses clients au cœur de sa transformation numérique



« Aujourd'hui, le digital nous permet de mieux faire notre métier historique », résume Renaud Montin, directeur marketing et digital de la marque Eram. Car, à l'heure du e-commerce, l'objectif de la marque, leader de la distribution de chaussures en centre-ville, est clair : les 300 points de vente doivent rester au cœur de son activité. Dans une logique cross-canal, la marque choletaise (1 500 salariés - 200 M€ de CA) a axé, dès 2009, sa stratégie vers le web-to-store. Le click&collect génère désormais 60 % des commandes web. « Les magasins doivent être acteurs du changement. Lorsqu'une commande est livrée en boutique, le chiffre d'affaire est affecté à ce point de vente », explique Renaud Montin, qui offre la possibilité de réserver gratuitement un produit en ligne. Cette logique cross-canal se retrouve aussi au sein du programme relationnel "Eram et moi". « En boutique ou sur internet, il nous permet de mieux connaître nos clients, de proposer des services comme l'échange sans ticket et des offres ciblées. » Prochaine étape ? Utiliser le big-data pour mieux personnaliser le parcours-client et affiner la prise de parole.

Trophée Innovation

Arti'Bain énergie parie sur la réalité virtuelle



« Pour rester dans la course de l'artisanat et redynamiser la vente de meubles, nous devons nous équiper d'un show-room. Mais des box classiques sont trop coûteuses pour une TPE », explique David Durand d'Arti'Bain énergie. La solution ? La réalité virtuelle. Cette option, le dirigeant l'a trouvée lors d'une présentation de la Capeb. Mais aucune offre sur étagère n'était accessible à la TPE de Lassay-les-Châteaux (53). Clarté le met en contact avec Realyz. « Au vu de notre cahier des charges, la startup a imaginé un cube immersif. Il permet à nos clients, avec des lunettes 3D ; de visualiser, tester et déplacer les aménagements de leur salle de bain. » Avec un unique soutien bancaire, David Durand a investi 40 k€ en 2014 pour se doter de ce cube, devenu depuis l'un des produits phare de Realyz. Avant d'attirer les prescripteurs, la solution a séduit les particuliers. La TPE se positionne désormais comme négociant auprès des fabricants. Et enregistre une croissance annuelle de 15 %. « Ces nouvelles technologies sont une bouffée d'oxygène pour le secteur, un nouvel outil dans la caisse de l'artisan », résume le dirigeant, sur qui ses confrères prennent maintenant exemple.

Trophée Modèle économique

Frémont affûtage dématématise ses documents techniques



Dans l'atelier de Frémont affûtage, à côté des 40 machines-outils, on trouve aujourd'hui des iPads. L'entreprise de Solesmes (72), spécialisée dans l'affûtage et la fabrication de lames pour l'agroalimentaire, s'est lancée dans la dématérialisation de ses dossiers papiers. Une démarche atypique pour une TPE de 11 salariés. Après ses archives, Marie-Paule Frémont cherche, début 2015, une solution accessible pour remplacer les classeurs utilisés dans l'atelier. Et découvre, lors d'une formation de la chambre des métiers, le potentiel du stockage en cloud et des tablettes. « Pour chaque client et chaque machine, nous avons des dossiers avec les cahiers des charges, les plans de lames... Autant de feuilles qui risquaient d'être salies ou perdues, et difficiles à mettre à jour. » Depuis octobre 2015, 8 iPads permettent aux opérateurs, formés à ces nouveaux outils, d'accéder et de contribuer aux documents organisés sur Google Drive. Un an après, le bilan est plus que positif : gain de temps, de place, meilleure transmission du savoir entre les salariés. Et la TPE travaille maintenant à la dématérialisation de son action commerciale.

LES LAURÉATS 2016

Trophée Ressources humaines



Avec ses salariés, Thierry immobilier saisit les opportunités du digital

Comme d'autres secteurs, l'immobilier évolue. Thierry immobilier doit s'adapter à ce nouvel environnement impacté par le numérique. Pour y parvenir, le cabinet nantais a souhaité impliquer ses salariés dans l'élaboration de son projet d'entreprise 2016-2020. Afin d'animer cette dynamique et fédérer sa centaine de salariés répartis sur 3 sites, la société vient de mettre en place un réseau social interne. En décembre 2015, un chef de projet digital été recruté. Sa mission ? Déployer des projets digitaux pour les clients, mais aussi aider les équipes à s'approprier les nouveaux outils. Thierry immobilier s'est appuyé sur la startup nantaise Keople pour proposer à l'ensemble des salariés un diagnostic de culture digitale. Son PDG, Benoit Thierry, est convaincu qu'il faut remettre l'humain au cœur du digital. « On ne doit laisser personne de côté. Il faut vulgariser le numérique en se basant sur des salariés "ambassadeurs", en incitant à participer à des événements, des formations... », explique le dirigeant qui y voit aussi un axe de développement de sa marque employeur.

Trophée Grand Prix du public

Par le digital, Goubault imprimeur apporte de la valeur ajoutée à ses clients



À La Chapelle-sur-Erdre (44), Goubault imprimeur vient de s'équiper d'une presse digitale HP Indigo 7900. Cet investissement de 500 k€ est l'une des premières concrétisations du programme Next, nom de code de la stratégie digitale de l'imprimerie centenaire. « Nous devons gagner du temps dans nos process tout en gardant notre positionnement haut-de-gamme. Imprimer plus vite et mieux, nous libère du temps. Du temps que l'on consacre à nos clients, dans l'accompagnement de leurs projets sur-mesure. La digitalisation, c'est de la valeur ajoutée », résume Dominique Goubault, le PDG de l'imprimerie, qui a confié en janvier 2016 le pilotage de sa digitalisation à Gérard Crépel. Depuis peu, la société nantaise (42 salariés - 5,8 M€ de CA) propose à ses clients professionnels "un papier connecté". « Des solutions logicielles permettent depuis un smartphone d'accéder à des contenus additionnels comme une vidéo ou un itinéraire GPS. Le papier devient une véritable passerelle vers le digital », s'enthousiasme le dirigeant qui ne cesse de réinventer son métier d'imprimeur.

Découvrez les infos et services
exclusifs du nouveau Fil API



www.agence-api.fr

RETOUR SUR L'ÉVÉNEMENT



Atelier Artibain énergie



David-Henri Bismuth - Niji



Speed meeting groupé



Francky Trichet, Nantes métropole
Laurent Prétrot, Région Pays de la Loire



Valérie-Claude Gaudillat, Audencia - Paul-Henri Dubreuil



© Pierre Minier / Ouest médias



Rejoignez LE réseau des professionnels du numérique de l'Ouest !

www.adhouest.org



DIGITAL CHANGE

Réussites | Solutions #transition numérique

3 NOV
2016
NANTES

NUMERO SPÉCIAL
la lettre **api**



Les clés de votre transition numérique



www.digital-change.fr

Événement organisé par



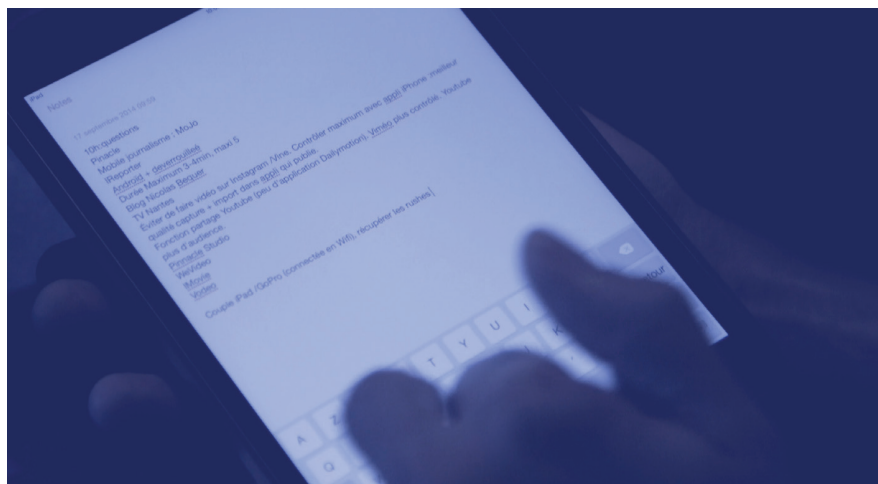
&



Sommaire

Ateliers	3
Groupe Dubreuil	
Paul-Henri Dubreuil	3
Eram	
Renaud Montin	3
Groupe Luc Durand	
Jean-Christophe Louvet	3
EP	
Pierre Leroy	5
Confluent	
Yannick Michel	5
Sogal	
Vincent Pastori	5
Goubault Imprimerie	
Dominique Goubault	7
Ima Technologies	
Fanny Vaché	7
Groupe Beaumanoir	
Daniel Gergès	7
Arti'Bain énergies	
David Durand	9
Sepamat Europcar	
Denis Maure	9
Village de l'innovation	11
Eurogiciel	
Vif	
Laval Virtual University	
Documalis	
A2JV	
Keople	
Caisse d'épargne	
Niji	
Digitemis	
Effi'connect	
Audencia	
Sigma	
Speaker Frédéric Sutter	
Groupe Airbus	13
Speaker Jean-Lou Racine	
Le Phare	15
Experts	17, 19

Digital : la bataille décisive se joue avec les entreprises existantes



Le nouveau monde digital qui s'ouvre sous nos yeux n'est pas seulement celui d'Uber et d'Amazon. Il est tout autant, et même d'abord, celui de Dubreuil et d'Eram. Les levées de fonds des startups et l'appétit d'ogre des géants américains sont sous le feu des projecteurs, mais la bataille décisive se joue sur les centaines de milliers d'entreprises existantes. De toutes tailles et tous secteurs. Sauront-elles saisir les opportunités nouvelles qu'offre la digitalisation des activités et process ? Changer de modèle économique s'il le faut ? Revoir leurs organisations et modes de management ? Trouver les solutions adaptées à leurs besoins ? L'événement Digital Change est né de cette conviction et de ces questions, partagées par ses deux créateurs, l'Association des décideurs du numérique de l'Ouest (ADN'Ouest) et l'agence API qui suit l'actualité des entreprises de Bretagne et des Pays de la Loire.

Digital Change repose sur une idée simple : créer la rencontre entre des dirigeants d'entreprises ayant fortement avancé sur le digital et des dirigeants qui s'interrogent. Permettre des échanges fondés sur le retour d'expérience, de pair à pair. Sans gourou du web ni théoricien de l'innovation. Donner l'occasion de comprendre une problématique d'entreprise dont on se sent proche, de mesurer le chemin parcouru et les moyens mis en œuvre, de voir les chausse-trappes évitées, d'évaluer les résultats obtenus par des entreprises régionales très différentes. Avec l'éclairage d'experts du numérique animant les temps d'échange et proposant des rendez-vous personnalisés. Et en présentant à cette occasion des solutions et des outils opérationnels.

Notre objectif est aussi de valoriser les réussites de celles et ceux qui ont obtenu des résultats tangibles grâce à leur transformation numérique, en créant les Digital Change awards pour les faire connaître. Le digital peut être un rêve, un risque. Nous sommes convaincus que cela doit aussi être chaque année une fête. Celle de nouveaux horizons ouverts, de nouveaux champs du possible, de chances saisies pour se développer, pour créer de la valeur économique et des emplois. Digital Change aurait tout aussi bien pu s'appeler Digital chance.

DOMINIQUE LUNEAU
DIRECTEUR DE L'AGENCE API

CHRISTOPHE CHAPET
PRÉSIDENT D'ADN'OUEST

Éditée par la SARL Publications API
5, passage Douard, BP 10 323
44003 Nantes CEDEX 1
Tél. 02 40 35 65 37, Fax. 02 40 48 65 61
Directeur de la publication : Dominique Luneau
Directeur commercial et communication :
Stéphane Dahirel
Rédaction : Olivia Bassi, Emmanuel Guimard, Jacques
Le Brigand, Maureen Le Mao, Florence Le Nevé
e-mail de la rédaction : redaction@agence-api.fr
Maquette : Vigicorp
Mise en page : Cécile You
Documentation : Hélène Botté, Aurore Quémard
Diffusion et marketing : Delphine Trioux, Mélanie Brouard
Gestion : Catherine Lacascade
Publicité : Ingrid Charvet
R.C.S. Nantes B381 802 982
Impression : Imprimerie Allais / Z.A Pôle Sud
30 rue de l'Atlantique - 44115 Basse-Goulaine
Routage :
Acticom - 57 rue de La Chapelle Heulin - 44330 Le Pallet
ISSN : 1626-584X - N° de CPPAP : 1018 I 80943
Dépôt légal : à parution
SARL au capital de 63 000 €
Reproduction interdite

Groupe Dubreuil



Comment le groupe Dubreuil revisite son modèle économique ?

Multisectoriel, le groupe Dubreuil s'est engagé, dès 2008, dans la digitalisation de certaines de ses activités de distribution. Aujourd'hui, le digital n'est plus une option mais une stratégie ambitieuse et pragmatique pour le groupe vendéen. Dubreuil (1,6 Mds€ de CA - 3 500 salariés) mobilise « en mode start-up » une équipe de six personnes, directement rattachée à Paul-Henri Dubreuil, président du directoire. « Nous ne sommes pas des pure players. Chaque projet s'appuie sur nos activités traditionnelles, et constitue une bouffée d'oxygène. » Lancé en mars 2015, Agrizone.net, le site de vente en ligne de matériel agricole, permet à Dubreuil d'étendre géographiquement ses marchés. Sur manouvellevoiture.com, le groupe propose depuis l'été 2016 à ses clients des visites immersives des véhicules d'occasion en vente sur son site, relais de croissance pour ses concessions automobiles.

Speaker (photo) : Paul-Henri Dubreuil - Président du directoire - Groupe Dubreuil
Expert : Valérie Claude Gaudillat - Audencia Innovation
Animateur : Christophe Huvelin - Réseau Entreprendre Atlantique

Eram

Eram enrichit la relation client en magasin grâce au digital



Chez Eram, l'objectif est clair : les 1 500 points de vente doivent rester au cœur de l'activité du groupe. Pour autant, le groupe choletais, fabricant et leader de la distribution de chaussures en centre-ville, a intégré dès 2009 le numérique dans ses process, avec toujours la même logique multicanal : le web-to-store. « Le click&collect et la e-réservation génèrent désormais plus de 50 % de nos commandes en ligne. Ce chiffre d'affaires est affecté aux boutiques concernées pour impliquer les vendeurs dans cette stratégie », explique Renaud Montin, directeur marketing et digital d'Eram (11 300 salariés - 1,645 Mds€ de CA). Le digital ne s'arrête pas à la porte du point de vente : commande sur tablette de produits indisponibles, programme de fidélité multicanal pour mieux connaître le client... Avec Choose, une basket connectée qui change de couleur grâce à un tissu en fibre optique, le groupe va encore plus loin dans la modernisation de son métier historique de chausseur.

Speaker (photo) : Renaud Montin - Directeur marketing et digital - Eram
Expert : Jérôme Lucas - Niji
Animateur : Linda Gandon - Femmes du Digital Ouest

Groupe Luc Durand



Transports et travaux publics à l'ère de la data

Avec sa nouvelle filiale Odo-Via Smart Systems, le groupe Luc Durand entre concrètement dans l'ère du digital. « Cela fait 30 ans que j'attends ça », révèle Jean-Christophe Louvet, directeur général du groupe angevin, spécialisé dans les travaux publics et président de la Fédération régionale des TP en Pays de la Loire. Odo-Via Smart Systems s'appuie sur deux solutions logistiques qui ont mobilisé quatre ans de R&D et 500 k€ d'investissements soutenus par Bpifrance. Odo-Via Smart Weighing remplace les traditionnels ponts à bascule. Cette solution de pesage numérique pour les camions permet de contrôler les flux de matériaux et déchets et d'en assurer une traçabilité. Odo-Via Logistics est capable d'organiser ces flux afin de réduire leur impact écologique et les nuisances pour les usagers. Ces outils de modélisation des transports fluidifient les relations entre les chantiers et les conducteurs et ouvre de nouvelles perspectives pour l'ensemble des acteurs impliqués dans ces projets.

Speaker (photo) : Jean-Christophe Louvet - Directeur général - Groupe Luc Durand
Expert : Sandrine Fouillé - Femmes du Digital Ouest
Animateur : Pierre-Yves Legrand - Novabuild



VOUS ÊTRE UTILE

VOTRE ENTREPRISE INNOVE, LA NÔTRE AUSSI.

**DÉCOUVREZ NOS OFFRES INNOVANTES :
APPLE PAY, DILIZI ...**

CAISSE D'ÉPARGNE BRETAGNE PAYS DE LOIRE, PARTENAIRE DE DIGITAL CHANGE



CAISSE D'ÉPARGNE
BRETAGNE PAYS DE LOIRE

Caisse d'Épargne et de Prévoyance Bretagne - Pays de Loire - Banque coopérative régie par les articles L 512-85 et suivants du Code monétaire et financier - Société anonyme à directeur et conseil d'orientation et de surveillance - Capital de 1.140.000.000 euros - Siège social 2, place Gratin CS 10305 44003 NANTES Cedex 1 - 392 640 090 R.C.S. Nantes. © MTO images

EP

Le big data redonne du pouvoir aux particuliers dans la gestion de leur habitat



En permettant à chacun de maîtriser les données sur son habitat, EP veut rétablir un rapport de confiance entre les particuliers et les professionnels du bâtiment. Depuis sa création en 2007, la société nantaise (50 salariés - 9 M€ de CA en 2014) a, par trois fois, fait évoluer le concept de sa plateforme et son modèle économique, afin de garder son indépendance vis-à-vis des grands réseaux de la performance énergétique et du bâtiment. Depuis novembre 2015, avec le soutien de son actionnaire la mutuelle MGEN, Izigloo propose au grand-public un service gratuit de connaissance de son logement et donne accès à une place de marché de 1 000 artisans certifiés. Par son adresse postale, le particulier accède à un premier jeu de données publiques sur son habitat qu'il peut enrichir avec ses factures de travaux, ses données d'usages... afin de mieux définir les chantiers de rénovations énergétiques à effectuer. EP se rémunère auprès des artisans par une commission sur les travaux réalisés. À terme, tout en respectant la vie privée, EP sera capable de traiter et de valoriser plusieurs millions de données sur l'habitat.

Speaker (photo) : Pierre Leroy - Co-fondateur - EP

Expert : Fabrice Couprie - Abalone Group

Animateur : Matthieu Le Gac - Startup Palace / Medef 44

Confluent



La mutation d'une clinique en opérateur de services de santé

Dans le cadre de son plan 2020, le groupe nantais Confluent s'est engagé en 2015 dans une stratégie de digitalisation multiforme : écrans tactiles, appareils bio-médicaux connectés, prise de rendez-vous et pré-admission en ligne, application ouvrant une relation directe avec le médecin après le retour à domicile, capteurs pour suivre un patient en traitement longue durée... Objectif affiché : devenir un opérateur de services en santé au delà du diagnostic et du traitement au sein des établissements. Pour Yannick Michel, qui veut aussi se différencier de la concurrence, « la santé doit avancer sur le digital comme n'importe quel autre secteur ». En veille sur le digital et la santé, le groupe Confluent (92 M€ de CA - 1 000 personnes) est impliqué dans le programme "Digital for life" porté par Atlanpole. Et est entré, en mai 2016, à hauteur de 25 % au capital de Kiplin, startup nantaise qui développe, pour les entreprises, des plateformes communautaires encourageant l'activité physique et sportive des salariés.

Speaker (photo) : Yannick Michel - Directeur organisation et système d'information - Groupe Confluent

Expert : Vincent Roux - Intuiti

Animateur : Frédérique Barteau - IELO

Sogal



Sogal a pris son destin commercial en main grâce au web

Jusqu'ici totalement dépendant de son réseau de distribution, Sogal bouscule son modèle commercial traditionnel grâce au digital. Sans court-circuiter ses revendeurs, le spécialiste des aménagements d'intérieurs sur-mesure s'adresse directement, sur internet, à une clientèle ne venant pas en magasin. Dès 2010, la société de La Jumelière a mis en place une stratégie de captage de contacts commerciaux via ses sites web. Qualifiés, ils sont transférés à un réseau d'installateurs certifiés qui assurent une réponse rapide. « Les leads sont devenu le carburant du business des installateurs », explique Vincent Pastori, directeur marketing de Sogal. En 2014, Sogal (100 M€ de CA - 490 salariés) a lancé un site permettant aux clients notamment urbains, de concevoir et d'acheter une armoire sur mesure. Pour mettre en place sa nouvelle stratégie, Sogal a dû faire évoluer ses propres pratiques, mais aussi celles de son réseau, auprès duquel beaucoup de pédagogie a été nécessaire.

Speaker (photo) : Vincent Pastori - Directeur marketing - Sogal

Expert : Philippe Saurel - Effi'connect

Animateur : Jean-Lou Racine - Le Phare

ENSEMBLE, ACCELERONS ET REUSSISSONS VOTRE TRANSFORMATION NUMERIQUE

Développez de nouvelles opportunités business pour votre activité.

Intégrer le digital à votre offre, revisiter la relation clients, optimiser vos processus organisationnels... autant de chantiers liés au numérique essentiels aujourd'hui pour les entreprises et les collectivités. Depuis 15 ans, Niji accompagne les entreprises pour les aider à réussir et à performer dans leur transformation numérique, parlons-en ensemble.



Goubault Imprimerie

Goubault Imprimerie réinvente son métier pour rester dans la course



Alors que le nombre d'imprimeries en France ne cesse de décroître, Dominique Goubault, le PDG de l'imprimerie nantaise éponyme veut faire perdurer sa société centenaire en misant sur le digital. Trois ans après une learning expedition à San Francisco, le dirigeant a mis en place le programme Next afin de passer du brainstorming aux chantiers prioritaires de sa transformation numérique. Sa première décision ? Lâcher prise, accepter d'avancer sans certitudes et confier en janvier 2016 le pilotage de cette stratégie à Gérard Crepel, expert en la matière. « Je dois me faire violence. Le digital est un univers que je ne connais pas. Je suis habitué à investir plusieurs milliers d'euros dans une nouvelle machine. Là, je ne sais pas précisément ce que les investissements vont rapporter. Mais nous n'avons pas le choix », explique Dominique Goubault. La PME (44 salariés - 5,6 M€ de CA) doit mettre en place les premières actions de ce plan à long terme dans les prochains mois.

Speaker (photo) : Dominique Goubault - PDG - Goubault Imprimerie

Expert : Expert : Lucie Desfossés - RH Solutions

Animateur : François Amisse - Novup

Ima Technologies



Ima Technologies adopte le télétravail à la carte

Ima Technologies a mis en place une organisation basée sur l'autonomie et la responsabilisation de chacun, avec notamment une possibilité d'adopter le télétravail quelques jours par semaine. Le spécialiste de la gestion de la relation clients (400 salariés - 21 M€ de CA) s'est doté d'outils digitaux permettant au salarié de travailler, avec une simple connexion, de chez lui et au manager de suivre l'activité à distance. Si l'objectif était d'abord de tester une nouvelle façon de travailler et de répondre à la demande de certains salariés, les résultats sont tangibles pour la société de Saint-Herblain : gain de productivité de 5 %, turn-over en nette baisse, marque employeur plus attractive... Pour gérer ce type de problématique, Ima technologie joue aussi la carte de la différenciation. Ces projets ne sont pas pilotés par la direction opérationnelle et la direction des services informatiques. Ils émanent des salariés, sont testés avant d'être instaurés sur la durée. Charge à la DSI de répondre à leur demande en apportant une solution technique opérationnelle.

Speaker (photo) : Fanny Vaché - Directrice des systèmes d'informations - Ima Technologies

Expert : Philippe Saurel - Effi'connect

Animateur : Séverine Pirault - Keople

Groupe Beaumanoir

Avec Silicon B, Beaumanoir bouleverse la création et la vente de prêt-à-porter



Comme d'autres grands groupes, Beaumanoir a lancé en 2015 son propre accélérateur à startups. Avec Silicon B, le géant breton de la distribution textile veut accélérer sa transformation digitale et anticiper les évolutions de tendances et d'usages de son marché sur le mode agile du "test and learn". Deux premières startups, La Boutonnière et Clickndress, ont été sélectionnées. Trois nouvelles le seront dans les prochaines semaines pour un programme de quatre mois afin de tester leur idée grande nature sur les marques (Bonobo, Cache-Cache...), boutiques et clients du groupe malouin. Accompagnées par des experts de Beaumanoir (1,4 Mds€ de CA - 14 000 salariés) en marketing, finance, RH et des partenaires, les startups bénéficient aussi d'une aide financière de 5 à 20 k€. « Il faut essayer de comprendre et de mettre en place des innovations susceptibles d'être rapidement adoptées par les clients tout en répondant aux exigences du quotidien », explique Daniel Gergès à la tête de Silicon B. L'accélérateur fait déjà des émules : Yves Rocher et Guy Degrenne viennent de le rejoindre en tant que partenaires.

Speaker (photo) : Daniel Gergès - Directeur de l'accélérateur Silicon B - Groupe Beaumanoir

Expert : Sandrine Charpentier - Caisse d'Épargne - Femmes du Digital Ouest

Animateur : Julie Hary - Images & Réseaux

LE PARTENAIRE DURABLE DE VOS EMPLOIS

Recrutement - Intérim - CDD - CDI - Placement - Formation



NOS SAVOIR-FAIRE ET NOS VALEURS FONT LA DIFFÉRENCE

- Un siège social pensé dans un **bâtiment autonome en énergie et zéro pollution**
- Des agences équipées de véhicules électriques pour une **mobilité décarbonée** au service des salariés, intérimaires et clients
- Une priorité donnée à la **sécurité** par la mise en place de nombreux outils de prévention
- La force d'un partenariat avec les acteurs locaux de **l'insertion et du handicap**

DÉCOUVREZ NOTRE **RÉSEAU D'AGENCES**
www.abalone-interim.com

UNE TRIBU QUI AVANCE DU BON PAS ! 

Arti'Bain énergie

La réalité virtuelle booste les ventes d'Arti'Bain énergie



Depuis 2014, Arti'Bain énergie s'est doté d'un cube immersif lui permettant de disposer d'un véritable show-room en réalité virtuelle pour son activité d'aménagement de salles de bain. Concrètement, les potentiels clients de la PME de Lassy-les-Châteaux (53) peuvent, grâce à des lunettes 3D, visualiser, se déplacer et tester les aménagements de leur future salle de bain. Inédit dans ce secteur, ce dispositif acquis auprès de Realyz à Louverné, permet à David Durand d'accroître son activité. « Avant nous vendions entre 2,5 et 3 salles de bain par mois. Aujourd'hui, c'est entre 4 et 4,5. Nous pouvons également faire notre propre négoce et être plus compétitifs sur les achats », révèle l'artisan qui a investi 40 k€ dans ce projet. Hormis le soutien de la Capeb et de la plateforme Clarte, Arti'Bain énergie (10 salariés) n'a bénéficié d'aucune aide financière. « Les collectivités n'y ont pas cru. Pour certaines, ce n'était pas assez innovant. »

Speaker (photo) : David Durand - Gérant - Arti'Bain énergie

Expert : David-Henri Bismuth - Niji

Animateur : Jean Joseph Batardière - CGPME des Pays de la Loire

Sepamat Europcar

Avec le yield management, Sepamat optimise ses tarifs et sa flotte



À l'instar des compagnies aériennes ou des hôtels, Sepamat a adopté le yield management ou l'ajustement en temps réel des tarifs en anticipant les réservations. Pour cela, la société nantaise, spécialisée dans la location de véhicules et l'auto-partage sous les marques Europcar Atlantique, Loc Eco ou encore Marguerite, a dû reprendre le contrôle de ses données : dates de réservation, durée, segmentation de clientèle, origine de la réservation. Accompagné par une startup parisienne spécialisée, Sepamat (45 M€ de CA - 235 salariés) a recruté deux salariés et fait évoluer son système d'informations. « C'est une culture nouvelle. Cela a nécessité un changement d'approche, il a fallu travailler avec des données plus fraîches et plus justes », indique Denis Maure, directeur général de Sepamat. Les résultats ? Le revenu par véhicule a augmenté de 20 %. Et a permis à la société d'investir dans de nouvelles activités comme l'auto-partage.

Speaker (photo) : Denis Maure - Directeur général - Sepamat Europcar

Expert : Wolfgang Legoff - Associé - KPMG

Animateur : Marie Grimpret Cognet - Fabulem - Femmes Cheffes d'entreprise

Découvrez les infos et services exclusifs du nouveau Fil API



www.agence-api.fr



WORKWIZ
numériquement proche



Trouvez votre partenaire de
proximité pour réussir vos projets
numériques

une seule adresse :

www.workwiz.fr

« L'annuaire des compétences numériques »



Propos de dirigeants :

- « Facilitateur de business »
- « Une vision marché précieuse »
- « Des compétences évaluées par les clients, c'est rassurant »

VILLAGE DE L'INNOVATION



Un espace de présentation pour découvrir, toucher, voir fonctionner des technologies nouvelles et les outils de la transformation digitale d'activités traditionnelles.

Eurogiciel Le groupe a développé EyeSistance, une solution de réalité augmentée pour les professionnels, intégrée aux équipements de protection individuels comme les casques de chantier. Les opérateurs peuvent travailler les mains libres et accéder à la documentation, aux schémas ou aux procédures nécessaires.

Vif Éditeur de logiciels pour l'industrie agroalimentaire, Vif a intégré dans son offre des technologies de réalité virtuelle et augmentée. Ces outils permettent, par exemple, de se former aux logiciels développés par Vif dans une usine virtuelle ou de réaliser une préparation de commande grâce à des lunettes connectées.

Laval Virtual University Spécialisée dans la réalité augmentée et virtuelle, LVU s'adresse aux entreprises et aux écoles d'ingénieurs, qu'elle forme aux usages de ces technologies, à la conception d'applications, à la rédaction de cahier des charges et à l'analyse des coûts. LVU s'appuie sur les moyens de Laval Virtual, Orange, l'Ensam, et ON-X.

Documalis L'éditeur angevin est spécialisé dans la dématérialisation des documents. Sa solution pour entreprises, intègre différentes fonctions comme le dispatching du courrier, le traitement des factures fournisseurs, la rédaction collaborative ou la dématérialisation des flux sortants : commandes, devis, factures...

A2JV L'éditeur nantais a développé Evals, un outil interactif et participatif permettant d'animer des événements où le public utilise son mobile pour interagir en direct. A2JV a aussi mis au point MatuDiag, une solution cloud pour créer un diagnostic structuré pour évaluer un niveau de maturité dans un domaine.

Keople La startup nantaise a mis au point un outil permettant d'accompagner la transformation digitale des entreprises, en plaçant les salariés au cœur du dispositif. Sa technologie d'aide à la décision est basée sur un algorithme de cartographie et d'analyse des compétences de l'entreprise et des salariés.

Caisse d'épargne La banque a intégré dans son offre numérique la solution de paiement Apple Pay permettant de payer avec son iPhone ou son iWatch grâce à une application reliée à son compte et Dizili, un service d'encaissement par CB mobile pour les professionnels, composé d'un boîtier connecté à un téléphone mobile.

Niji Société rennais dédiée à la transformation numérique des entreprises, Niji s'intéresse aux nouveaux usages et expériences immersives. Le Lab Niji met au point des dispositifs innovants utilisant notamment les casques HTC Vive et Hololens, des Google Glass ou le masque de réalité virtuelle Google Cardboard.

Digitemis Digitemis est spécialisée dans la sécurité des systèmes d'informations et la cybersécurité. La PME vendéenne propose aux entreprises d'évaluer la sécurité de leur système d'information par un questionnaire permettant de connaître leur maturité en cybersécurité.

Effi'connect La PME nantaise est spécialisée dans les solutions de collaboration à distance, de communication multicanal et de mobilité en entreprise. Elle propose des solutions et du matériel de visioconférence dotée de fonctionnalités de partage et d'animation accessibles depuis un ordinateur ou en mobilité.

Audencia Au sein d'un incubateur commun à Centrale et l'Ensa, Audencia accompagne plusieurs startups dont Vel'co qui a mis au point Wink, un guidon de vélo connecté au smartphone et ID City qui développe une plateforme permettant à toutes les parties prenantes de construire des projets innovants et durables à partir de débats stratégiques.

Sigma Le groupe informatique nantais a mis au point avec des partenaires en Bretagne et en Pays de la Loire, une solution de gestion d'entrepôts basée sur des lunettes connectées. Cette solution de picking en entrepôt permet à un opérateur de travailler en ayant les deux mains libres.

NANTES | PARIS | BEIJING



► GRANDE ÉCOLE • MASTER

► BACHELOR • BBA

► SCIENCESCOM

► GRADUATE PROGRAMS

► EXECUTIVE EDUCATION



#LEARN
#CREATE
#SUCCEED

www.audencia.com



INNOVATIVE LEADERS
FOR A RESPONSIBLE WORLD



Frédéric Sutter | Airbus

Le grand bond en avant digital d'Airbus

Des process, aux modèles économiques en passant par sa culture, Airbus s'est engagé dans un projet de digitalisation. Un défi que pilote Frédéric Sutter, en charge de la transformation digitale du groupe aéronautique.

Frédéric Sutter a été nommé directeur de la transformation digitale du groupe Airbus en juillet 2015. À 49 ans, cet ancien diplômé de Telecom Bretagne est au cœur du sujet sur lequel le géant industriel bâtit son avenir. Dans un courrier adressé récemment aux 136 000 salariés de l'entreprise, Tom Enders, son PDG, appelle de ses vœux un « Airbus plus collaboratif, plus digital et plus compétitif ». L'avionneur, qui vient de fêter la livraison de son 10 000^e appareil depuis sa création, en 1970, veut livrer ses 10 000 prochains avions dans les dix années qui viennent seulement ! Impossible sans la digitalisation en cours.

TROIS VOLETS

Dans un entretien récent avec le site internet « Open your innovation », Frédéric Sutter évoque trois volets de la transformation numérique qu'il a pour mission de faciliter : l'optimisation, l'offre, la culture. Optimiser les process industriels et les métiers du groupe pour réduire les temps et les coûts, gagner en agilité, face à ses concurrents actuels et futurs. L'offre, c'est réfléchir à de nouveaux produits, services et business models pour ne pas se laisser déborder par un Uber de l'aéronautique surgi de nulle part. La culture de l'entreprise doit parfois évoluer radicalement lorsqu'il faut remettre en question des pratiques établies. C'est le plus grand défi, mais aussi le plus fort levier de réussite. Certains sujets de la transformation digitale sont trans-

versaux et gérés à l'échelle du groupe, comme le big data, les outils collaboratifs. D'autres sont plus locaux, au sein des divisions ou des métiers. Deux exemples, très différents mais pour cela très éclairants, illustrent l'ampleur des changements en cours.

LE DIGITAL AU CŒUR DE « L'ENTREPRISE LIBÉRÉE » TESTÉ À SAINT-NAZAIRE

À Saint-Nazaire, Airbus teste le concept d'« entreprise libérée », que l'on pourrait croire aux antipodes des préceptes d'un géant dont l'efficacité exige une rigueur militaire de son organisation. Sur ce site qui fabrique des tronçons d'avions, sept mini-usines employant 60 à 80 personnes ont été constituées. Dirigées par des « leaders » élus, elles ont chacune leur compte de résultat. L'autonomie qui leur a été donnée, la concertation érigée en principe, la suppression d'échelons hiérarchiques, et l'utilisation d'outils digitaux comme la réalité augmentée, les lunettes 3D, les cobots (robots collaboratifs), etc. ont donné des résultats remarquables : productivité accrue de 30 %, absentéisme divisé par deux. Confier le pouvoir de s'organiser à ceux qui fabriquent, privilégier l'initiative et l'expérimentation aux consignes tombées d'en haut, semble naturel dans une start-up. Cela ne l'est pas un groupe industriel. L'expérimentation nazairienne et ses résultats sont suivis de très près.



Frédéric Sutter, directeur de la transformation digitale d'Airbus group, speaker de l'ouverture de la remise des trophées Digital Change 2016.

DANS LA SILICON VALLEY

Ce n'est pas non plus un hasard si Airbus group s'est installé en 2015 dans la Silicon Valley en Californie, temple mondial du digital. Il y a implanté la structure d'innovation A3, et en a confié les rênes à Paul Emenko, 36 ans, ancien directeur de l'ingénierie chez Google, nommé en parallèle directeur de la technologie pour l'ensemble du groupe. La devise de ce jeune homme pressé et ouvert ? « N'essayez pas de prédire l'avenir, construisez-le ! » Dans le même mouvement, a été créé le fonds d'investissement Airbus group ventures, doté de 150 millions de dollars, pour investir dans les « opportunités commerciales innovantes et prometteuses à travers le monde ». Et trois accélérateurs de startups liées à l'aéronautique, baptisés « Airbus biz lab », ont été ouverts, à Toulouse, Hambourg en Allemagne et Bangalore en Inde.

Le groupe n'a donc pas fini de nous étonner et de nous montrer l'exemple avec son grand bond en avant digital. Tant mieux !

DOMINIQUE LUNEAU

Le groupe Airbus en Loire Atlantique

Airbus emploie 4 300 personnes en Loire-Atlantique. Sur le site de Bouguenais, près de Nantes, il fabrique les caissons centraux de voilure, cœur de tous les avions fabriqués par le groupe, ainsi que des entrées d'air des réacteurs. À Montoir-de-Bretagne, près de Saint-Nazaire, Airbus assemble les tronçons de fuselage avant et centraux. Ces deux unités connaissent actuellement une forte montée en cadence. L'industriel porte une filière aéronautique régionale forte d'environ 10 000 emplois grâce à qui sont nés les pôles de compétitivité EMC2 et l'Institut de recherche technologique Jules Verne.

DONNEZ DE L'ÉLAN À VOS COMMUNICATIONS

- ◆ Communication multicanal
- ◆ Marketing automation
- ◆ Data Management
- ◆ Réunions à distance
- ◆ Vidéoconférence
- ◆ Réseau social d'entreprise



efficonnect

CONSEIL & SOLUTIONS NUMÉRIQUES

www.efficonnect.fr

13, rue de la Rabotière - 44800 Saint-Herblain - contact@efficonnect.fr - 02 40 76 64 34

Jean-Lou Racine | Le Phare

« La data, ce sont de nouveaux modèles économiques et de l'emploi »

Une centaine de décideurs ont déjà signé le manifeste Datamaniaques. Son objectif ? Fédérer ceux qui s'intéressent aux enjeux des données. Interview de Jean-Lou Racine, le dirigeant de l'agence nantaise Le Phare à l'initiative de ce mouvement collectif..

LE PHARE A INITIÉ LE MOUVEMENT DATAMANIAQUES EN 2013. POURQUOI VOUS ?

Dès 2000, nous avons compris que pour faire de l'internet utile, il fallait y faire du business. Nous avons proposé aux industriels, notamment du second-œuvre, d'aller plus loin qu'un simple site vitrine : utiliser leur site pour capter des leads, c'est à dire des contacts commerciaux qualifiés, les intégrer dans une base de données, nourrir et faire vivre ces données et surtout s'en servir pour aller directement démarcher le client. C'est un grand saut pour des industriels comme Belm ou Novoferm. Puis nous avons étendu cette démarche aux réseaux de distribution. Car le lead n'est pas qu'un capital pour la marque, c'est un véritable carburant pour animer les réseaux de distribution. C'était notre ambition de départ, et ça a marché.

EN 2012 ET 2013, VOUS PARTICIPEZ AUX LEARNING EXPÉDITIONS EN CALIFORNIE. UNE RÉVÉLATION ?

C'est un changement total de paradigme. J'ai vu, j'ai compris des choses que l'on faisait empiriquement. Le modèle économique de Zappos – filiale de vente en ligne de chaussures d'Amazon – est arc-bouté sur la fidélisation client, avec un call-center. La data leur sert plus à fidéliser qu'à conquérir. Chez Salesforce, l'ambition aussi c'est la data. Tous, les Gafa (Google, Apple, Facebook, Amazon) comme les NATU (Netflix, Airbnb, Tesla et Uber) ont un point commun : la base de données. Il faut que les entreprises prennent conscience qu'aujourd'hui un modèle économique est forcément bâti autour de la donnée. Ce n'est plus une alternative : il faut y aller.

DATAMANIAQUES EST UN MOUVEMENT RESOLUMENT COLLECTIF. QUELLE EST SON AMBITION ?

Il faut démystifier la data, comme on l'a fait avec Internet en 1995. Datama-

niaques n'est pas une association, mais un manifeste ouvert à tous et dont l'objectif est clair : fédérer les énergies autour de la data, réunir les décideurs qui s'intéressent aux enjeux et potentiels des données. En plus d'une newsletter dédiée, nous organisons des événements comme les petits déjeuners Datamaniaques Experience. L'idée est de rendre les choses évidentes par des témoignages pratico-pratiques d'entrepreneurs de tous secteurs. Ces échanges doivent permettre aux gens de se projeter, de voir qu'eux aussi peuvent mettre en place une démarche "data", mais aussi identifier les écueils à éviter.

AVEC UN EFFET BIG BROTHER, LA DATA FAIT PEUR. QUELLES SONT LES OPPORTUNITÉS POUR UNE PME ?

J'en suis convaincu, la data, ce sont de nouveaux modèles économiques et de l'emploi ! Quand on achète un iPhone ou que l'on commande sur Amazon, les données partent en Californie. Les entreprises doivent en prendre conscience, s'organiser et inventer de nouveaux modèles autour de la data afin de créer de la valeur ajoutée. Et la data a aussi pour vertu de rapprocher les différents pôles d'une entreprise. Car souvent toute la chaîne - marketing, informatique, production... - est concernée par le sujet. Pour une direction générale c'est un vrai dénominateur commun.

L'ORGANISATION EST BOULEVERSÉE. COMMENT UNE ENTREPRISE DOIT-ELLE S'Y PRENDRE ?

Elles ne doivent pas avoir peur de s'emparer du sujet. Se digitaliser, c'est aussi oser oublier un peu son métier le temps de mettre en place un projet en mode startup. En termes d'investissement, c'est surtout de l'organisation. S'organiser, c'est d'abord mettre en place des connecteurs de données, soit sur internet, soit en points de vente via



Jean-Lou Racine, co-fondateur de l'agence Le Phare

un système de fidélité ou encore par les objets connectés. Et puis consolider ces données collectées dans une base fluide, pratique et interopérable. Aujourd'hui, selon KPMG, 95 % des données ne sont pas exploitées. Pour que cela fonctionne, il ne faut pas créer d'usine à gaz.

CES DATAS ONT-ELLE UNE VALEUR POUR L'ENTREPRISE ?

Evidemment ! Entre une entreprise qui fait 20 M€ de chiffre d'affaires mais dont les commerciaux n'utilisent pas les données et une autre qui fait 15 M€ de chiffre d'affaires avec une base de données de 25 000 prospects qualifiés, laquelle a de l'avenir ? La seconde. Cela s'appelle le capital data. Comme la notation de la Banque de France, il faudrait un référentiel universel et open-source pour que demain on puisse valoriser aussi une société en fonction de la valeur des données qu'elle possède.

MAUREEN LE MAO



KPMG vous accompagne dans
la transformation digitale de votre entreprise



KPMG, leader de l'audit, de l'expertise comptable et
du conseil.

33 sites dans l'Ouest, contactez-nous!
ouest@kpmg.fr

kpmg.fr



web

EXPERTS DIGITAL CHANGE



Virginie Desert-Beurton
Valeurs and Co



Nicolas Georgeault
ASI 360



Monia Hajji
Cap Integral



Leonardo Noleto
KPMG



Quentin Adam
Clever Cloud



Nicolas Legros
Niji



David Le Glanaër
SYD Conseil



David Coutard
Alyotech - Eurogiciel



Philippe Charron
1m30



Vincent Rostaing
LeCairn4IT



Alexandre Heuze
Talentroc



Carine Rochard
Groupe RH



Marc Cousin
Netapsys



Olivier Forcet
Rhumb Consulting



Bertille Oudot
Consultante



Jean-Michel Moser
SYD Conseil



Ludovic De Carcouët
Digitemis



Vincent Derec
KaliConseil



Olivier Jousselin
Solago



Michael Thoby
Emotic

Et si les serveurs informatiques chauffaient nos gymnases ?

LE
GRAND
DÉBAT

LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE C'EST NOUS

Je contribue
jusqu'au 31 mars sur

nantestransitionenergetique.fr



EXPERTS DIGITAL CHANGE



Sabrina Blanchet
Externatic



Nicolas Deschamps
Consultant



Arnaud Colas
KPMG



Nora Bon
Inexia - Abalone



Emeric Koda
EudoNet



Yannick Fety
DreamTeam



Clément Duport
Animaneo



Frédéric Shaw
Isseo



Xavier Torpe
CGI



Philippe Saurel
Effi'connect



Jérôme Lucas
Niji



Frédérique Mirner
Effi'Connect



Gisèle Taelemans
Conseil & coach en stratégie digitale



Anne Launois
Audencia



Mickaël Nelson
Imnesia



Steven Morvan
Sigma Informatique



Céline Pavot
KPMG



Nicolas Marchand
Eurogiciel



Ronan Robe
Niji



Christophe Dorange
KPMG

NUMÉRISATION DE L'ÉCONOMIE : LA RÉGION DES PAYS DE LA LOIRE AUX CÔTÉS DES ENTREPRISES



Forte de ses atouts, mais consciente des défis à relever, **la Région est aux côtés des entreprises pour faire de la numérisation de l'économie un enjeu fondamental du développement économique des Pays de la Loire.**

Si de formidables réussites existent en Pays de la Loire, il est également nécessaire d'apporter de nouvelles réponses pour faire face aux changements. La transition numérique constitue un point de rencontre entre les acteurs du numérique et les entreprises d'autres secteurs. En Pays de la Loire, le numérique représente déjà 35 200 emplois et 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Preuve de l'engagement des territoires, quatre villes et un département ont été labellisés French Tech dans notre région. L'objectif est aujourd'hui de renforcer le tissu économique numérique, afin de créer encore plus de valeur et encore plus d'emplois. Car à travers nos pôles d'excellence, nos centres de recherche, nos entreprises innovantes, **les Ligériens ont construit un véritable écosystème du numérique qui nous permet d'être à la pointe de la modernité dans de nombreux domaines** allant de la réalité virtuelle au renforcement des infrastructures, en passant par l'acculturation de la société dans son ensemble.

Pour booster et déployer cette dynamique, l'ensemble de nos territoires a besoin d'infrastructures de qualité. **La Région vient ainsi de porter son engagement pour le déploiement du très haut débit à 118,8 millions d'euros.** Elle mobilise également 2,7 millions d'euros pour réduire les zones blanches de téléphonie mobile et établir la réalité de la performance des réseaux mobiles grâce notamment à l'application Gigalis lancée en septembre dernier.

En parallèle, à travers le lancement de *Résolutions 2016*, un appel à projets inscrit dans sa stratégie de développement économique, **la Région apportera des solutions innovantes aux problématiques des entreprises, et se tiendra aux côtés de chacun des acteurs du numérique et des entrepreneurs dans ce virage numérique.**

Bruno RETAILLEAU
Président du Conseil régional
des Pays de la Loire



**FRENCH
TECH**

LA FILIÈRE NUMÉRIQUE

est reconnue de manière uniforme sur le territoire avec **l'obtention du label French Tech** à Nantes, Angers, Laval, Le Mans et en Vendée.



ZOOM SUR

Le schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII), une démarche partagée pour développer la compétitivité de notre région et de ses entreprises, et qui vise à répondre aux besoins numériques des entreprises en agissant sur trois leviers :

- la sensibilisation • le conseil • l'investissement

ÉCOSYSTÈME DU NUMÉRIQUE
EN PAYS DE LA LOIRE

35 200

EMPLOIS
en croissance de près de **12 %**
depuis 2011 (source Acoiss 2015)

2 MILLIARDS D'EUROS
de chiffre d'affaires *

700
CHERCHEURS
ET DOCTORANTS *

3^e

RÉGION
FRANÇAISE
DE LA FILIÈRE
NUMÉRIQUE
en nombre d'emplois
(source Acoiss 2015)

* source : La filière numérique du Grand ouest en chiffres, lemondainformatique.fr, 2013

l'esprit grand ouvert



Région
PAYS DE LA LOIRE

L'info éco pour se développer

Investissement | Stratégies | Dirigeants | Innovation | Croissance



www.agence-api.fr



LE réseau des professionnels du numérique du Grand Ouest

Plus de 400 entreprises adhérentes



+ de 100 events par an :

une veille technologique constante, des échanges entre pairs et des rendez-vous d'experts



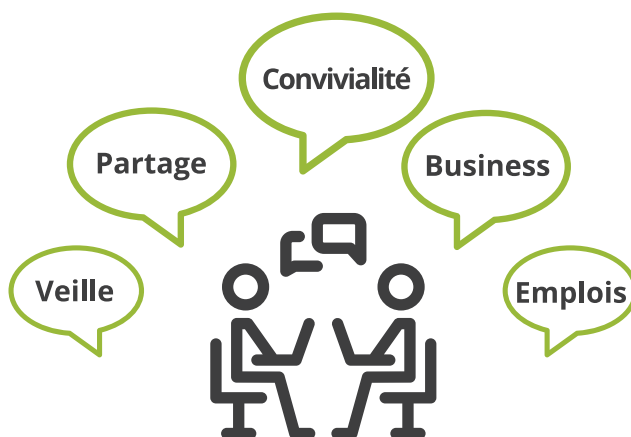
Une visibilité Grand Ouest

pour vos entreprises et un annuaire des professionnels du numérique à votre disposition.



Des projets d'envergure :

sensibiliser les jeunes aux métiers du numérique, agir pour la diversité, favoriser le développement des entreprises numériques du Grand Ouest...



Rejoignez le réseau !

www.adnouest.org



OUESTMÉDIAS

Agence Digitale - Images & Stratégie de contenus

G A R D E Z L E C A P !

CONTENUS

Photo / Vidéo / 360°

DIFFUSION

Web & Réseaux Sociaux

CONSEIL

Transition numérique

60 bd du Maréchal Juin - 44100 Nantes / 02 49 44 32 66
info@ouestmedias.com / @ouestmedias

www.ouestmedias.com

© OuestMedias - CRÉATION GRAPHIQUE - Clotilde RAPIN



**SURPRENEZ, ANIMEZ ET RENDEZ TOUS VOS
EVENEMENTS INTERACTIFS ET PARTICIPATIFS**

**Donnez un micro digital à votre public !
Et passez du top down au mode collaboratif**



store.evals.fr



contact
[@evals.fr](mailto:info@evals.fr)



**09 81 06
05 08**

Made in Nantes but running everywhere

TABLE RONDE

SEMINAIRE

CHALLENGE

QUIZ

TROPHÉE

SOIRÉE

REUNION

EMISSION TV

CONFERENCE

**ASSEMBLEE
GENERALE**

**TEST
PRODUIT
SERVICE**

CONGRES

**PITCH
COLLOQUE**

RETROUVEZ LES LAURÉATS 2016
DES TROPHÉES


DIGITAL
CHANGE

dans la lettre **api**
du 10/11/16

et sur www.digital-change.fr

