

Cahier

Human Interactive



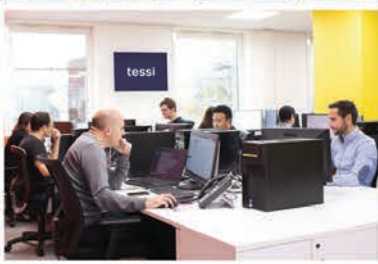
tessi

Innovation & Trust

La Digital Factory de Tessi

SOMMAIRE

| | |
|--|-----------|
| <i>Avant-Propos</i> | <u>03</u> |
| <i>Innovation & Trust, la Digital Factory dédiée au Web3</i> | <u>04</u> |
| <i>Remettre de l'humain dans les offres</i> | <u>06</u> |
| <i>Changer les codes</i> | <u>08</u> |
| <i>Comprendre Innovation & Trust</i> | <u>10</u> |
| <i>Se digitaliser sans oublier de se transformer</i> | <u>14</u> |
| <i>Un triple défi : innover, vite, de manière fiable</i> | <u>16</u> |
| <i>A propos d'Innovation & Trust</i> | <u>18</u> |



AVANT-PROPOS

Les prochaines technologies vont enfin nous permettre de remettre de l'humain au sein de la relation client. Au-delà de servir plus efficacement, l'enjeu des entreprises est désormais d'afficher leur engagement sociétal, de prouver qu'elles sont écoresponsables, à l'écoute et engagées à comprendre leurs interlocuteurs plutôt que de leur imposer des interfaces élitistes.

Pour répondre à cet enjeu inédit, il fallait un partenaire avec la compétence technique de soutenir des projets d'ampleur industrielle et capable de repartir d'une feuille blanche. C'est ainsi que le groupe Tessi, qui accompagne depuis 50 ans les plus grands acteurs économiques, a donné naissance à sa Digital Factory, Innovation & Trust, un nouvel éditeur de solutions logicielles cloudifiées, internationales et un accélérateur d'ADN écoresponsable sur lequel les entreprises vont pouvoir s'appuyer pour relever leurs prochains défis.

Innovation & Trust conçoit des solutions Human Interactive

Être Human Interactive signifie à la fois repenser les usages et les interfaces pour se rapprocher d'une expérience utilisateur optimale, mais aussi concevoir des produits respectueux de l'environnement.

Nous repensons les usages et les interfaces en bâtissant des verticales métiers pensées pour l'humain. Nous apportons ainsi aux clients de Tessi et à toutes les entreprises une agilité nouvelle, basée sur une approche à la fois ultra technologique et ultra relationnelle.

Nous concevons des produits et des solutions avec un parti pris fondamentalement durables, en intégrant à nos feuilles de route une véritable comptabilité carbone. Innovation & Trust a ainsi opté pour une stratégie technologique à base de microservices, des rouages dernier cri qui allègent la consommation d'énergie dans les datacenters.

Nos équipes vont jusqu'à analyser la manière dont les codes sont conçus par les développeurs car une solution bien codée est une solution qui consommera moins d'énergie et donc plus respectueuse de l'environnement.

C'est tout l'enjeu de l'envers du décor des solutions que nous élaborons : nos solutions sont faciles à utiliser, intuitives mais elles s'appuient sur des mécanismes excessivement complexes. Là réside la force industrielle d'Innovation & Trust. Les lignes de produits s'appuient sur un Core logiciel, un cœur technologique éprouvé, dans lequel nous allons continuer d'investir massivement et qui intègre des briques technologiques permettant de s'interconnecter avec l'ensemble des systèmes en production.

Par son positionnement intégré au sein du groupe Tessi, Innovation & Trust peut à la fois s'appuyer sur ce solide ADN industriel lui donnant les moyens d'investir dans son Core logiciel, et bénéficier d'une certaine flexibilité vis-à-vis d'autres structures similaires mais indépendantes.

Innovation & Trust conçoit donc des solutions Human Interactive et innovantes, avec pour objectif de réfléchir au canal client de demain. C'est notre approche vis-à-vis de la notion de Web3 dont le marché est aujourd'hui friand, cette version décentralisée d'Internet basée sur la technologie de la blockchain. Par exemple, nous pouvons imaginer qu'en plus de Whatsapp, en plus de Facebook, le prochain centre d'appel sera le métavers.

Notre ambition ? Révolutionner le marché, les techniques, les usages. Pour cela, nous profitons d'un environnement et d'un écosystème particulièrement stimulant, enrichi par notre présence à l'international, aux Etats-Unis et en Europe, afin de développer des solutions toujours plus innovantes.

Emmanuelle Ertel
CEO d'Innovation & Trust

INNOVATION & TRUST, LA DIGITAL FACTORY DÉDIÉE AU WEB3

Le Groupe consacre sa nouvelle entité au développement de projets plus interactifs, plus immersifs, avec l'objectif d'approches mieux pensées pour les humains.

Le groupe Tessi ouvre cette année sa Digital Factory. Baptisée Innovation & Trust, elle a vocation à développer sur mesure les prochains outils numériques qui connecteront les citoyens aux acteurs économiques et aux services publics dans le contexte du Web3. Nouvelle accélération technologique, le Web3 doit définir des standards inédits dans l'interactivité des échanges et la personnalisation des besoins. Il le fera en s'appuyant sur des plateformes techniques désormais décentralisées, les blockchains, et des interfaces plus immersives, notamment des métavers.

Au-delà du défi technique qu'elle représente, cette transformation porte surtout l'enjeu de ne pas se tromper dans les expériences offertes aux utilisateurs. C'est justement pour adresser cette problématique particulièrement critique que Tessi, qui accompagne depuis plusieurs décennies les grandes entreprises françaises et les marchés publics dans la digitalisation de leurs processus, a décidé d'organiser ces nouveaux développements au sein d'une entité capable de repartir d'une feuille blanche.

L'enjeu d'être Human Interactive

« Chez Innovation & Trust, nous ne parlons même plus d'utilisateurs, nous parlons d'humains », déclare Emmanuelle Ertel, la Directrice générale de la nouvelle Digital Factory. « En réalité, les projets qui avaient jusque-là l'ambition de mettre les utilisateurs au centre restaient très axés sur l'entreprise, sur la résolution des problèmes internes. Mettre l'humain au centre, c'est différent. Cela signifie ne pas lui changer ses modes opératoires, cesser de l'inciter à s'agréger à des systèmes d'information qui ne sont pas pensés pour lui, mais pour une marque. »

Elle prend en exemple le Digital Covid Certificate (DCC) du pass sanitaire, l'un des succès récents de Tessi : « Nous sommes tous allés dans un laboratoire, nous avons eu un coton-tige dans le nez et nous avons ensuite reçu un QR code sur notre téléphone. Tout cela était très Human Interactive. Personne n'a eu besoin de formation, il n'y a pas eu de complexité à résoudre », dit-elle. Elle précise que la simplicité du concept ne gêne en rien son échelle : au moment

du lancement de sa Digital Factory, Tessi avait déjà émis 170 millions de ces QR codes.

« Ce qui est Human Interactive, c'est l'iPad dont les individus savent spontanément se servir. Ce qui ne l'est pas, c'est l'entreprise qui dispense une heure de formation à ses salariés pour qu'ils apprennent à utiliser un logiciel de notes de frais. Voilà la culture qu'il faut changer, voilà le vrai point : il ne doit plus falloir de formation, tout doit être intuitif », martèle-t-elle. Et de préciser : « L'humain, c'est tout le monde. Ce sont peut-être des "digital natives", mais pas uniquement. »

Avoir les reins suffisamment solides pour prendre le risque d'innover

Reste à savoir pourquoi Innovation & Trust serait mieux placé qu'un autre pour accompagner les entreprises dans nouveau monde numérique du Web3. *« Parce que l'expérience immersive, le metavers sont liés au gaming et, que, pour cette raison, une majorité d'entreprises et de prestataires vont s'interdire d'y aller. Tessi est une entreprise qui réalise un demi-milliard d'euros de chiffre d'affaires et qui a donc les reins assez solides pour prendre ce risque »,* répond instinctivement Emmanuelle Ertel.

Surtout, elle défend une approche à la croisée de l'agilité et des moyens. *« Nous travaillons tous les jours avec des startups, avec nos équipes, sur les parcours digitaux, à redéfinir les produits, les interfaces qui remettent l'humain au centre. »* Elle reconnaît que c'est une tâche complexe en raison de l'état d'esprit et de l'environnement dans lequel l'individu doit se poser.

« Ce que nous challengeons tous les jours, c'est l'usage : à quoi ce projet va-t-il servir ? Innovation & Trust ne développera rien juste pour faire plaisir à quelqu'un dans un système d'information qui a décidé de tordre quelque chose. Cela ne mène nulle part de faire un produit pour faire un produit technologique. Il faut qu'il mette l'humain au centre. » Elle prend en exemple la blockchain, une technologie qui est constamment remise sur la table des projets depuis dix ans, mais qui n'a finalement trouvé son modèle que tout récemment, avec les NFT qui, justement, doivent occuper une partie des nouveaux développements d'Innovation & Trust.



REMETTRE DE L'HUMAIN DANS LES OFFRES

Pour Françoise Mercadal-Delasalles, co-présidente du CNNUM, prendre en compte la valeur des relations entre humains est la clé pour que les entreprises parviennent enfin à mettre les clients au centre de leurs offres.

La prochaine transformation digitale des entreprises, celle du Web3, se fera avec des outils numériques inédits et, surtout, une expérience utilisateur plus intuitive. Innovation & Trust, parle de devenir Human interactive. S'agirait-il – encore - de remettre le client au centre ?

Pour Françoise Mercadal-Delasalles, co-présidente du CNNUM et ancienne dirigeante du Crédit du nord, la question ne devrait même pas se poser ainsi : « *Le problème, justement, est que les entreprises ne sont jamais parvenues à remettre le client au centre !* »

Selon elle, interpréter que l'humain se restreindrait ici au client est déjà une première erreur : « *Quand un client prend le temps de se déplacer dans une agence, ce n'est certainement pas pour y faire ce qu'il aurait pu exécuter depuis chez lui au travers d'une appli simple, à onze heures du soir. À un moment, la réalité d'une rencontre biologique entre deux humains s'impose à votre transformation: c'est sur cette rencontre-là que se noue le sentiment de confiance, de sécurité envers votre service.* »

Conjuguer l'outil numérique avec l'humain, et non à sa place

Françoise Mercadal-Delasalles fustige d'ailleurs les stratégies qui prétendent mettre soi-disant plus d'humain, au singulier, dans les produits, pour en réalité mettre moins d'humains, au pluriel, dans les services. « *La robotisation mène à des pertes d'emplois et de savoir-faire* », dit-elle, en évoquant des problèmes de société, de responsabilité et d'image. Mais, surtout, ajoute-t-elle, la clé pour aller vers des processus fluides de bout en bout serait justement de conjuguer l'outil numérique avec l'humain : « *Des mutuelles comme la Maif ou la GMF sont des organisations qui ont compris beaucoup plus vite que les banques la manière de digitaliser leurs processus afin de mettre en place des centres téléphoniques extraordinairement performants. Dans ceux-ci, vous avez un chatbot qui vous répond dans la seconde et, quand vous n'y arrivez plus, il y a des gens derrière qui vous rassurent, qui vous parlent, qui vous aident.* »



« L'un des enjeux de cette nouvelle transformation est de faire monter en compétences ces êtres humains qui travaillent pour nous, pour qu'ils soient capables d'aller vers des tâches plus intéressantes, plus intelligentes. En l'occurrence, vers plus de relations humaines et moins de back-office. »

Retourner le pilotage de l'entreprise pour capter les besoins

Françoise Mercadal-Delasalles pointe une trop grande absence de remise en question du fonctionnement interne des entreprises. « Si nous avons réussi à mettre le client au centre de l'offre, cela se saurait ! L'architecture informatique de nos grands groupes a été conçue pour que, justement, ces organisations soient excessivement centralisées, qu'elles reposent sur les produits et que les produits soient ensuite poussés aux clients par les professionnels de la communication. »

« Sauf que les grands groupes ont progressivement été concurrencés par les industries du numérique, les startups, les fintechs qui ont pris le problème à l'envers. Eux, ne démarrent pas en se demandant quel produit ils sauraient fabriquer, mais à quel besoin ils pourraient répondre. »

Françoise Mercadal-Delasalles insiste sur le fait que construire une offre à partir d'un besoin est la solution pour remettre le client au centre. Mais un trop grand nombre de grands groupes n'y parviendrait pas, car, pour aller capter les besoins, il leur faudrait retourner la manière de piloter l'entreprise. Elle estime qu'il s'agit d'un problème de fond, sociologique, hérité de décennies d'efforts à tout automatiser.

« Ceux qui travaillent à repenser les modèles de management parlent à présent de Edge organisation. C'est un concept très intéressant, qui consiste à pousser la décision aux frontières de l'entreprise, le plus bas possible, le plus proche possible du client, auprès du vendeur ou du conseiller qui est le seul à avoir une connaissance intime de son client. C'est lui qui comprend le besoin du client. C'est lui qui, avec l'aide de l'outil numérique, doit prendre des décisions. Ne serait-ce qu'une décision relationnelle. »



CHANGER LES CODES

Innovation & Trust appuie notamment sa créativité sur un écosystème de 84 startups. Elle hérite aussi des moyens de Tessi pour tester rapidement ses idées. Son efficacité est validée au quotidien par le grand cabinet d'études Gartner.

Conjuguer la puissance de Tessi avec la créativité, la fraîcheur d'esprit et l'agilité des startups. Tel est en résumé l'efficacité que met en avant Innovation & Trust, la nouvelle Digital Factory qui a vocation à implémenter pour les entreprises les prochains standards technologiques de la relation client. Surtout, la dernière-née des entités du Groupe revendique une culture à part, des preuves déjà tangibles de son savoir-faire et la volonté farouche de changer les codes.

« La ligne de conduite que nous nous sommes fixée depuis de la création de notre Digital Factory est de produire des logiciels innovants, différenciants, de maîtriser nos technologies et de nous appuyer avec nos partenaires startups sur une approche cloud native », explique Emmanuelle Ertel. « Nos équipes ne viennent pas nécessairement du monde initial du Groupe Tessi. Nous sommes issus d'une culture startups, avec la volonté d'incarner la technologie et nous avons la chance d'avoir une direction générale du Groupe qui nous porte sur ces sujets-là. »

Un vivier de startups et des moyens pour tester tout de suite les idées

Parmi ses atouts, Innovation & Trust a embarqué dans sa structure Pépites Shaker, un programme initié par le Groupe en 2017 et qui fédère quatre-vingt-quatre startups, dont soixante particulièrement actives. « Nous créons des plateformes avec elles, nous les mettons en relation directe avec nos clients et, surtout, nous nourrissons mutuellement nos R&D, nos réflexions. Cet écosystème est extrêmement important pour nous ; Pépites Shaker nous apporte de l'innovation, beaucoup de prospective et accélère significativement nos développements. »

L'intérêt de la structure est surtout sa faculté à tester concrètement ses idées. Forte des moyens techniques dont elle hérite de Tessi, la Digital Factory a ainsi pu démarrer, dès sa création, des expérimentations sur les technologies d'avant-garde qui doivent définir le Web3.

« Nous avons par exemple déployé trois maquettes de métavers : autour des centres de relation client, de la vérification d'identité à distance ou encore de la simple visite immersive de notre Digital Factory.

Mais ce n'est pas tout. Nous travaillons à intégrer automatisation et intelligence artificielle, ou comment une solution peut apprendre toute seule que des processus sont répétitifs. Nous pensons que cette approche permettra en particulier de réconcilier les humains et la robotisation », décrit, enthousiaste, Emmanuelle Ertel.

« Nous voulons changer les codes, changer les usages. C'est ainsi que nous concevons la tech: prendre un usage existant et le transformer pour en faire un nouvel usage. »

Être sur les rails de Gartner, du green, des réglementations, pour durer

Innovation & Trust n'avance pas au hasard. Emmanuelle Ertel confie travailler avec de grands cabinets d'études comme le cabinet Gartner sur la définition des cibles et la roadmap de ses produits. « Je pense que nous interrogeons à peu près dix fois par jour leurs consultants pour vérifier que nous prenons les bonnes directions. Notre ambition ? Faire entrer au moins deux de nos produits au Magic Quadrant, le palmarès technologique de Gartner, d'ici à deux ans ! »

En bonne place des directions que veut suivre la Digital Factory de Tessi, il y a aussi celle de l'écoresponsabilité. « Tous les développements que nous réalisons, tous les projets que nous menons, toutes les plateformes que nous mettons à disposition s'accompagnent d'un calcul de l'empreinte carbone et d'une réflexion sur l'endroit où poser nos infrastructures. Penser au futur, c'est innover, mais c'est aussi être responsable. Si nous ne le sommes pas, nous ne pourrions pas inscrire nos technologies dans le temps », tranche Emmanuelle Ertel.

Historique de Tessi oblige, Innovation & Trust certifie aussi toutes ses solutions selon les usages et les réglementations en vigueur. « Nous faisons de l'archivage à valeur probatoire et sommes tiers de confiance, hébergeur de santé et tout le normatif concernant les standards ISO : 27001, 27017, 27701, en France, en Europe. Le respect de toutes les contraintes réglementaires et une explication supplémentaire de la différence portée par nos offres », conclut-elle.

COMPRENDRE INNOVATION & TRUST

Efficacité, pragmatisme, éthique, cloud, blockchain, écoresponsabilité ou encore métavers sont les sujets sur lesquels les entreprises ont interpellé la Digital Factory lors de sa présentation au public.

Lors de sa journée de lancement, la Digital Factory a réuni face au public ses équipes et plusieurs experts venus apporter leur éclairage sur les enjeux technologiques qui se présentent désormais aux entreprises. Au cours des débats, les professionnels présents dans la salle n'ont pas manqué d'interpeler les invités sur les sujets très pragmatiques et les questionnements légitimes qui concernent les entreprises. Voici regroupés les sept échanges les plus saillants.

Les personnalités qui répondent ici au public sont Emmanuelle Ertel, CEO d'Innovation & Trust, Hassan El Mangoug, son Directeur des technologies, Françoise Mercadal-Delasalles, coprésidente du Conseil national du numérique (CNNum) et Bonnie Ravina, fondatrice du cabinet de conseil Full Circle Communications et Operating partner pour le fonds d'investissement Ring Capital, qui accompagne notamment les entreprises françaises souhaitant s'installer aux États-Unis.

Comment est-il possible de développer une même solution qui soit interactive, intuitive pour une personne de 25 ans et une autre de 60 ans ?

Emmanuelle Ertel : C'est une très bonne question, d'autant qu'une personne de 60 ans n'est pas forcément concernée par la fracture digitale et qu'un jeune de 17 ans n'est pas nécessairement à 100% dans l'ère digitale. Pour résoudre cette problématique, nous avons la chance d'être accompagnés par des agences spécialisées qui nous aident à travailler nos parcours : de l'utilisateur au sein d'une interface, mais aussi parcours global, c'est-à-dire la raison pour laquelle une personne passe par l'interface.

Nous bénéficions aussi de la créativité des startups de notre programme Pépites Shaker, qui n'ont cessé de réinventer les codes de l'expérience utilisateur.

Pour avoir des solutions plus intuitives, plus humaines, ne suffirait-il pas d'intégrer des sociologues, des psychologues aux équipes de développeurs, comme le fait Google ?

Emmanuelle Ertel : Selon notre expérience, pour casser les codes, pour sortir de la pensée unique, il faut diversifier les profils. Si vos sociologues ou vos psychologues sont dans le même moule que vos développeurs, vous ne casserez aucun code, tout le monde pensera la même chose. Ce qu'Innovation & Trust fait, c'est aller chercher des profils différents, avec des parcours, des expériences différentes, pour faire des choses différentes. Il ne faut pas réunir des gens qui se ressemblent.

Pourquoi parle-t-on d'humain au centre ? Ne serait-il pas plus juste de parler d'éthique ?

Bonnie Ravina : Parler d'éthique dans la relation client me semble un peu exagéré. L'idée essentielle est de redonner du pouvoir aux gens, de leur donner les outils dont ils ont besoin pour qu'ils aient un sentiment d'efficacité. N'y voyez pas du blabla marketing. C'est un fait que lorsque vous sortez les salariés de la routine, vous les incitez à monter au créneau pour résoudre des problèmes. Cela se traduit par quelqu'un qui va passer plus de temps avec ses clients, qui va chercher à déminer les aberrations dans les processus.

Cela étant dit, je comprends pourquoi vous évoquez l'éthique. Dans le milieu des affaires, en effet, il y a souvent au sommet de l'entreprise des actionnaires obnubilés par la rentabilité. Je pense que ces gens gagneraient à prendre un peu de recul, à évaluer le bénéfice que peut leur apporter une technologie qui soulage les humains. Doit-on appeler cela de l'éthique ? Encore une fois, je pense que ce serait exagéré.





Comment les solutions d'Innovation & Trust s'intègrent-elles au cloud ?

Emmanuelle Ertel : Aujourd'hui, nos solutions fonctionnent depuis le cloud privé de Tessi ; ce sont des datacenters qui nous appartiennent, à Lille, à Bordeaux et à Madrid. Utiliser nos propres datacenters nous permet de proposer à nos clients une offre souveraine, qui respecte leurs contraintes réglementaires et qu'ils peuvent auditer.

Hassan El Mangoug : Notre propre cloud répond à un grand nombre d'enjeux. Il est écoresponsable : il peut en une seconde activer de nouvelles ressources pour répondre aux pics d'activité ou, au contraire, réduire tout autant rapidement l'empreinte d'une application quand elle n'est pas utilisée.

Cela étant dit, nos applicatifs sont conçus pour que nos clients aient le choix de les exécuter où bon leur semble. Aujourd'hui, la plupart des entreprises ont déjà une stratégie cloud, qui peut concerner d'autres hébergeurs de cloud, souverains ou non. Nous voulons surtout leur dire que, grâce à nous, ils peuvent avoir des solutions en cloud qui respectent leurs contraintes réglementaires.

Comment vos solutions pourraient-elles être souveraines ou réglementaires si vous y mettez des technologies décentralisées – et sulfureuses – comme les blockchains ?

Hassan El Mangoug : C'est dans un cas comme celui-ci qu'Innovation & Trust veut démontrer son pragmatisme. Techniquement, les blockchains n'empêchent pas la souveraineté. Simplement, les blockchains portent des concepts fonctionnels et philosophiques – leur utilisation pour les cryptomonnaies, l'éthique des cryptomonnaies... – qui sans doute orientent plus les usages qu'ailleurs.

Nous pouvons dissenter sur le bon ou le mauvais usage des blockchains. Mais si vous les regardez d'un point de vue purement technique, ce sont de très bonnes technologies à partir desquelles il reste énormément de très bons cas d'usage à construire.

Françoise Mercadal-Delasalles : Les blockchains soulèvent en effet des questions. Mon sentiment est que, quoiqu'il arrive, il ne faut pas que nos entreprises soient à la traîne sur le plan technologique. L'Europe ne peut pas dépendre d'entités extérieures pour des technologies comme les blockchains, car ce serait justement courir le risque de voir imposer des usages dont nous ne voulons pas. Nous devons comprendre ces technologies, former des ingénieurs et alors nous en maîtriserons les usages.

Au-delà des blockchains, je pense que l'Europe - et la France en particulier - devrait accélérer sur la formation à ces nouvelles technologies, car nos sociétés sont tirées par l'innovation. En France, nous avons reculé dans tous les classements mondiaux concernant les savoirs scientifiques. C'est inquiétant.

Les blockchains consomment énormément d'énergie. Comment, dans ce cas, comptez-vous développer de solutions écoresponsables ?

Hassan El Mangoug : Tout d'abord, sachez que le thème de la transition écologique est au cœur des préoccupations de Tessi; selon nous, il fait partie des éléments de gouvernance d'un projet. Notre approche consiste à piloter un projet en mesurant dès le départ l'impact carbone de l'ensemble de nos technologies, de nos briques logicielles, de nos assets digitaux et même en mesurant leur consommation énergétique selon les utilisations qu'on en fait. Nous fournissons des indices KPI clairs, simples.

Alors, vous avez raison, lors de nos maquettes, les projets à base de blockchains consommaient énormément. Mais nous trouvons des solutions. Notamment celle de ne pas utiliser des ressources cloud publiques, mais privées, que nous maîtrisons. Et nous continuons encore de trouver des améliorations. Croyez bien que nous persévérons particulièrement sur ce sujet, car les blockchains sont selon nous une technologie qui peut apporter énormément de valeur aux usages.

Vous avez évoqué les métavers, mais n'est-ce pas juste un effet d'annonce, un sujet dont vous vous emparez tous, uniquement pour suivre Mark Zuckerberg qui a le premier prononcé ce terme ?

Françoise Mercadal-Delasalles : Facebook est loin d'avoir été le premier à parler de ces sujets-là. Les métavers viennent de l'industrie du jeu vidéo, laquelle pèse déjà des milliards de dollars et promet de peser de plus en plus lourd. La question est surtout de savoir comment cette industrie va évoluer, quelle sphère d'activités va-t-elle vouloir ou pouvoir absorber avec ses univers virtuels ? Ces réalités virtuelles ont le potentiel de faire exploser la consommation, donc les industriels du jeu vidéo sont-ils sur le point de devenir les prochains géants de l'e-commerce ?

Regardez : les marques de luxe sont déjà présentes dans leurs univers virtuels, elles s'offrent des boutiques sur un certain nombre de plateformes à prix d'or. Vous pouvez considérer que c'est n'importe quoi, mais à un moment vous aurez envie d'essayer une nouvelle paire de lunettes sans prendre le métro. Je me souviens très bien que lorsque le téléphone portable est arrivé, je me suis demandé à quoi cela pourrait bien nous servir puisque nous avions déjà tous un téléphone sur notre bureau. J'étais à des lieues de m'imaginer à quel point cet appareil-là allait devenir notre compagnon.

Hassan El Mangoug : Quel que soit l'impact des métavers, notre mission au sein d'Innovation & Trust est d'être toujours là pour gérer les interactions entre les humains et la plateforme. Donc, notre enjeu principal sur la question des métavers c'est d'être prêts, d'avoir les outils nécessaires, l'organisation nécessaire. Même si nous ignorons encore s'il s'agira juste d'un canal supplémentaire ou d'un environnement d'activités totalement indépendant, nous planchons déjà sur les éléments que nous connaissons et qui viennent pour la plupart du jeu vidéo. Parce que, selon nous, le moteur dans tout cela restera toujours l'humain.

SE DIGITALISER, SANS OUBLIER DE SE TRANSFORMER

Blockchain, métavers et Web3 vont changer les standards de la relation client.

Pour autant, la plus grande difficulté des entreprises ne sera pas de s'outiller, mais de changer de culture.

La démocratisation des technologies comme les blockchains ou les metavers porte la promesse d'expériences plus personnalisées et plus immersives. Innovation & Trust, qui travaille justement à développer ces environnements, évoque une ère numérique plus Human Interactive. S'il ne fait nul doute qu'intégrer de tels outils est capital pour basculer dans les prochains standards de la relation client, les entreprises devront néanmoins relever un autre enjeu : se transformer. Or, selon les observateurs du marché, il s'agira sans doute du défi le plus complexe à relever.

« Le plus grand risque est de digitaliser sans se transformer », déclare Bonnie Ravina. « Si vous ne prenez pas l'opportunité de réparer, nettoyer et examiner ce que vous faites, alors vous n'obtiendrez pas de résultats. Vous ne pouvez pas vous contenter de simplement numériser ce que vous faites déjà, cela ne fonctionne pas. » Selon elle, l'automatisation, par exemple, ne peut donner le meilleur d'elle-même qu'après avoir gommé les exceptions et les aberrations, au risque, sinon, de les mettre en lumière.

L'enjeu ? Lutter contre la peur d'une rupture

Stéphane Distinguin, le PDG de l'ESN Fabernovel, appelle à une véritable prise de conscience sur le sujet, tant les exemples qu'il a lui-même rencontrés sont nombreux. « En 2003-2004, nous avons été les premiers à développer une app pour avoir les horaires de passage des bus et des tramways sur son téléphone portable. Techniquement, cela nous paraissait simple : il nous suffisait de déporter sur l'utilisateur des données qui étaient dans un système d'information. Sauf que vous risquez de ne pas reporter un incident, parce que quelqu'un l'avait signalé en mettant un "s" à la fin, ou juste par un diminutif. »

Selon lui, les entreprises souffrent d'une cascade de pratiques internes qui se sont enracinées au fil des ans et qui sont d'autant plus difficiles à démêler aujourd'hui qu'elles adressent des objectifs qui n'ont plus rien à voir avec les besoins d'une activité. « Dans le milieu de la santé, par exemple, il y a une

valorisation de l'accès : seuls les cadres ont le droit de consulter certaines informations. Ce n'est plus une logique d'usage et d'outils, mais une logique de statut », souligne-t-il.

Par extension, la réussite d'une transformation se heurterait à la crainte des entreprises de créer une rupture qui déstabiliserait leur organisation. À l'image du phénomène Bring-your-own-device, qui consistait à finalement laisser les collaborateurs utiliser leurs propres équipements au détriment de règles de sécurité qui avaient été savamment élaborées juste avant. « Une rupture réussie est une rupture que l'on ne remarque pas » rétorque Stéphane Distinguin qui pointe la nécessité de se placer du point de vue des individus et non du système d'information.

La clé : s'appuyer sur des écosystèmes de compétences externes

En pratique, une telle transformation ne pourrait se réussir qu'avec un regard externe qui agglomère des expériences multiples. « La force de nos équipes est qu'elles sont très diverses. Ce sont des profils variés, avec des parcours très différents et qui ont chacun vécu des transformations. Selon nous, c'est la clé pour créer une organisation suffisamment agile, représentative et forte sur les nombreux enjeux qui vont nous occuper durant les prochaines années », argumente Hassan El Mangoug.

« Les grands groupes français ont une organisation verticale qui n'est pas faite pour être transformée et qui les incitent à tout faire progressivement, un problème après l'autre. Mais s'ils ne veulent pas être dépassés par les prochains géants du numérique, ils doivent appuyer leur transformation sur le fonctionnement des startups, qui créent des écosystèmes de compétences », confirme Bonnie Ravina.

Selon elle, cette démarche est déjà celle des entreprises américaines qui, taille du territoire oblige, sont soumises à une plus forte concurrence qu'en France. « Cependant, ces changements font de votre entreprise un acteur global. Il y a donc une urgence à fonctionner comme les entreprises américaines », conclut-elle.

UN TRIPLE DÉFI : INNOVER, VITE, DE MANIÈRE FIABLE

*Innovation & Trust
conjugue le savoir-faire de Tessi
sur la technique et les usages
avec une variété de profils
créatifs. Une combinaison
qui doit permettre d'innover
plus rapidement.*

Selon Hassan El Mangoug, si le groupe Tessi a décidé de dédier une toute nouvelle entité aux développements d'avant-garde, c'est parce que les entreprises n'auraient plus une minute à perdre dans le contexte actuel de globalisation. Le Directeur technologique de la Digital Factory lancée cette année, évoque une course technologique à gagner face à des géants du numérique qui arrivent de plus en plus vite pour concurrencer les acteurs historiques sur leurs propres marchés.

« Les enjeux technologiques sont vraiment très forts. Nous sommes dans un monde où il faut évoluer vite, parfois même se précipiter. Notre Digital Factory a donc été conçue pour être prête à aller vite. Nous avons organisé notre savoir-faire, nos équipes et nos technologies dans ce sens », lance-t-il.

Pour les entreprises, le défi est d'embrasser au plus tôt les prochains standards de la relation client dont les géants du numérique disent qu'ils seront faits d'expériences plus immersives et plus personnalisées, notamment grâce aux blockchains, au NFT ou encore aux métavers. La difficulté

d'une telle ambition est qu'il faut réunir des qualités qui ne vont d'ordinaire pas ensemble. Il faut à la fois être innovant, avoir les épaules assez solides pour développer les applicatifs d'envergure qu'espèrent les grands groupes financiers, industriels, du retail ou de la santé, et parvenir à fournir rapidement une solution qui fonctionne.

Conjuguer savoir-faire et créativité

Hassan El Mangoug se félicite de conjuguer tous ces talents. *« Nous allons éditer des logiciels B2B et B2B2C innovants en partant d'un bagage applicatif véritablement solide, hérité des succès de Tessi, que nous allons enrichir avec plus de services, plus de technologies et, c'est notre optique, une approche plus orientée sur l'humain ».*

Côté solidité, la Digital Factory hérite d'un savoir-faire déjà forgé sur des plateformes Tessi qui gèrent jusqu'à 3 Po de données et 2500 utilisateurs en simultanément, sur de

nombreux assets technologiques parfois en production chez les clients depuis vingt ans, ou encore sur les fameux Certificats Covid Numériques (DCC), soit quelques 170 millions de QR codes générés lors des récents tests PCR ou antigéniques.

« Il y a aussi notre palette de solutions en cybersécurité, en certificats tiers de confiance... Nous ne partons pas de zéro ; tout cela va nous servir de socle pour bâtir une nouvelle galaxie d'applicatifs. »

Le mérite de cet héritage, dit-il, n'est pas uniquement l'expertise technique. Ces plateformes couvrent à peu près tous les types d'usages et placent Innovation & Trust dans une position privilégiée pour déterminer si une idée servira véritablement à quelque chose.

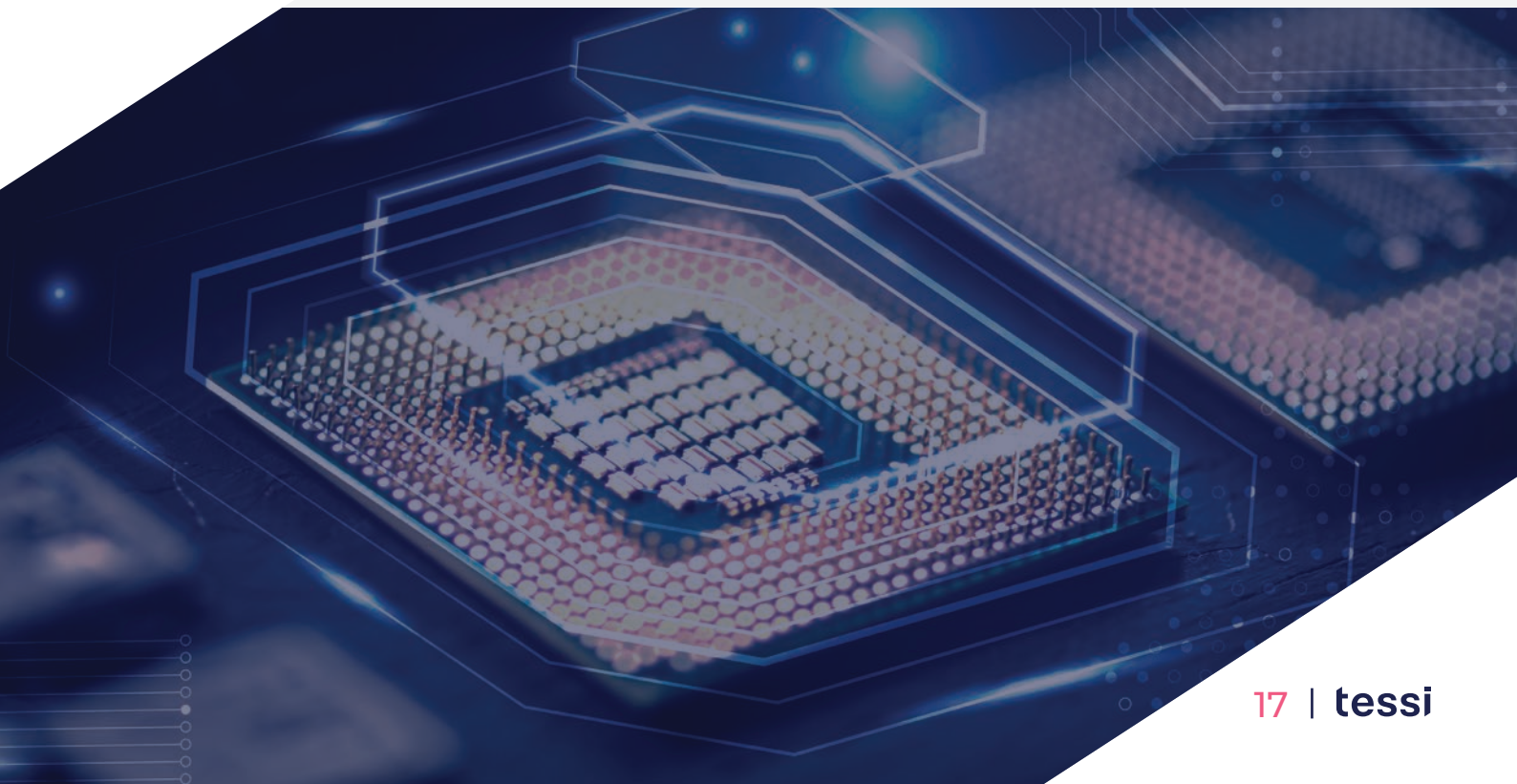
Côté créativité, l'entité démarre aujourd'hui avec 250 développeurs - un nombre appelé à doubler d'ici à dix-huit mois. Hassan El Mangoug défend une forte appétence de ses équipes pour améliorer les usages. Leur force, dit-il, réside dans la diversité des profils: des ingénieurs, des commerciaux avec des parcours très variés...

« Ils ont chacun vécu de l'intérieur des transformations et doivent permettre à Innovation & Trust de bénéficier d'une organisation agile, suffisamment représentative des différents enjeux à venir, quelle que soit la typologie d'une entreprise. »

Décliner les techniques des géants du numérique

Enfin, sur la rapidité d'exécution, Innovation & Trust profite d'être une entité nouvelle pour réinventer sa manière de développer, à partir de technologies et de pratiques qui tranchent avec les habitudes du Groupe. Hassan El Mangoug donne l'exemple des microservices. Selon lui, ce type d'architecture permettrait à la Digital Factory de tester et de délivrer à temps un produit, mais aussi de le piloter à la seconde, d'être écoresponsable, d'être automatiquement élastique face aux pics d'activité.

« Les géants du numérique veulent conquérir nos activités ? Alors, sachons nous inspirer des plus doués d'entre eux, déclinons dans nos métiers les solutions qu'ils ont employées lorsqu'ils ont dû surmonter des accélérations critiques. En l'occurrence, la fiabilité de Netflix repose aujourd'hui sur 1700 microservices. Et Google s'en sert aussi pour diversifier son offre, pour déployer rapidement de nouvelles fonctions », argumente-t-il.



A PROPOS D'INNOVATION & TRUST

Accélérez la transformation digitale de votre entreprise grâce à une approche Human Interactive

Innovation & Trust est la Digital Factory de Tessi. Elle regroupe un ensemble de compétences technologiques, d'actifs numériques et de ressources R&D du Groupe.

Dédiée à l'amélioration du parcours client par la data, l'automatisation et l'innovation, Innovation & Trust vise à développer des produits innovants 100 % digitaux, qui vous permettent d'offrir des expériences Human Interactive à vos propres clients, tout au long de leur parcours. Grâce à la Digital Factory de Tessi, proposez rapidement une interaction en ligne, ergonomique, simple, accessible et inclusive.

« *Lorsqu'on parle d'un utilisateur, on déshumanise la personne qui utilise les systèmes... L'Human Interactive dans la Digital Factory, c'est systématiquement remettre l'humain au centre !* »

Emmanuelle Ertel
CEO d'Innovation & Trust

Optez pour une expérience utilisateur plus humaine et toujours plus technologique

Le potentiel de la Tech, couplé au savoir-faire historique de Tessi

Imaginons ensemble une nouvelle expérience utilisateur, ultra-technologique et ultra-relationnelle.

Grâce à l'alliance unique des technologies et du savoir-faire historique du Groupe en matière de parcours client, Innovation & Trust vous offre une expérience utilisateur toujours plus intuitive et plus humaine.

Transformez les usages grâce à une technologie plus intuitive

Une approche Human Interactive

Réinventez et améliorez vos offres en remettant le client final au centre de vos solutions.

Grâce au choix de technologies Human Interactive, Innovation & Trust vous accompagne, en automatisant de manière native les processus métiers. Notre Digital Factory s'appuie sur l'expérience de terrain, toujours avec une approche pragmatique.

Anticipez les solutions de demain

La co-construction des solutions pour une vision client à 360°

En travaillant de concert avec notre accélérateur de startups Pépites Shaker, Innovation & Trust peut compter sur son portefeuille de solutions et sa plateforme technologique pour créer les solutions de demain.



Participez à des ateliers de co-construction avec l'écosystème d'innovation de Tessi, afin d'anticiper les solutions technologiques, avec une vision à 360° de l'environnement et des besoins du client final.

Impact et engagement

Chez Tessi, nous avons à cœur de conjuguer développement technologique et croissance économique en tenant compte de l'impact social, sociétal et environnemental de nos activités.

Nos engagements sont inscrits dans une feuille de route stratégique RSE exigeante.

Tessi apporte son soutien depuis plus de 10 ans au Global Compact France et aux 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies pour atteindre les Objectifs de Développement Durable (ODD).

Les systèmes de protection des données et de confiance numérique nous permettent de participer, à notre échelle, à la lutte contre la fraude et la corruption, engagement inscrit dans le code éthique du règlement intérieur du Groupe.

Diversité de talents, égalité des chances et égalité des genres, nous appliquons une politique ambitieuse d'insertion des employés à tous les niveaux de son organisation.

Tous ces engagements sont également portés par notre Digital Factory.

Innovation & Trust développe des solutions toujours plus éthiques et respectueuses de l'environnement, en cohérence avec les meilleures pratiques du numérique responsable.

La Digital Factory en quelques chiffres

32

millions de transactions de signature électronique générées et cryptées

+ 10

millions de documents d'ID vérifiés en KYC et validés

6

data centers en Europe

+ 14

millions de factures électroniques traités via Digital Invoice

170

millions de Certificats Covid Numériques (DCC) émis – Titulaire du marché APHP

INNOVATION & TRUST



tessi

Tessi S.A.
14 rue des Arts et Métiers
38027 Grenoble Cedex
Tél. +33 (0)4 76 70 59 10
www.tessi.eu