



TABLE RONDE DATA : POURQUOI COLLECTER ET EXPLOITER LES DONNÉES ?

Une collecte des données bien dimensionnée peut permettre aux entreprises de propreté de modifier leur manière de travailler et de proposer des offres différentes. Pour y parvenir, celles-ci doivent d'abord s'équiper et se structurer, avec l'accompagnement des prestataires spécialisés.

L « Exploitation des data : que faire des données collectées ? », c'est le thème de la table ronde organisée le 7 novembre par Services, la FEP, le CTIP et l'Afinim et qui a réuni une vingtaine de professionnels. Premier constat partagé par tous : ce sont principalement les clients qui poussent les entreprises de propreté vers la transformation digitale. « Ils ont besoin de transparence encore plus que dans les autres secteurs pour une garantie de résultat par rapport à la prestation délivrée,

affirme Benjamin Le Thiez, responsable système de management et amélioration continue du groupe Essi. La plupart de nos clients sont dans une dynamique de digitalisation de leurs activités dans le but de collecter des data accessibles et exploitables. »

« Nos commerciaux comme nos exploitants ont besoin de faire plus, plus vite et mieux, ajoute Benjamin Le Thiez. La digitalisation est une opportunité pour les y aider en les déchargeant mentalement et en améliorant leurs conditions de travail. »

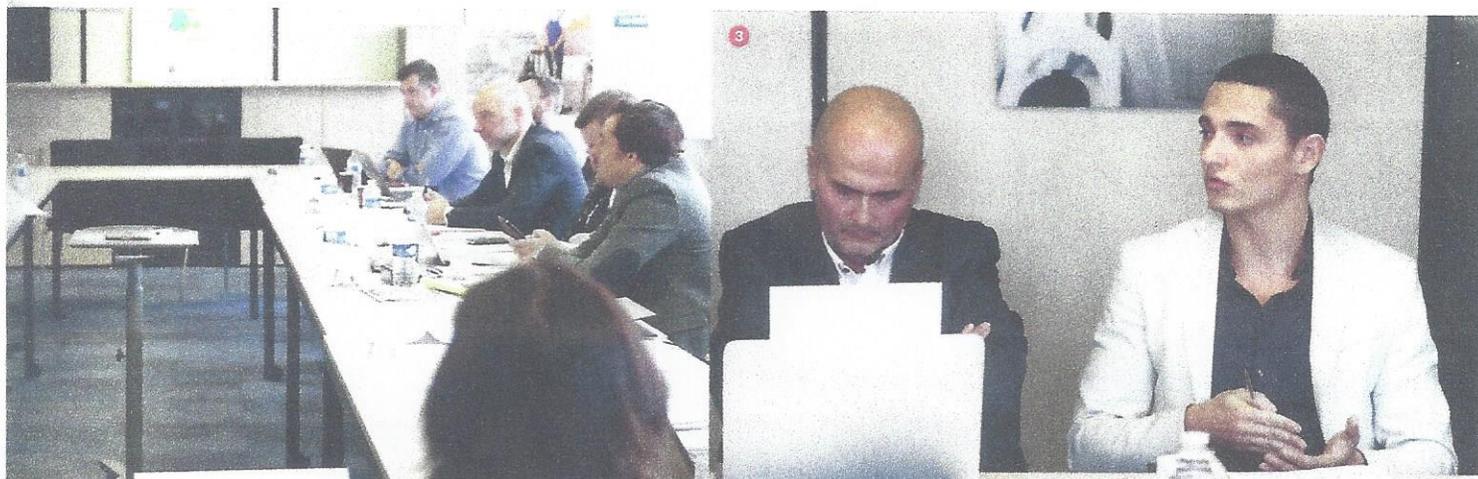
↑
1
L'exploitation des data était le thème de la table ronde du 7 novembre dernier.

Essi dispose d'applications métiers intégrées au sein d'une GNAO (gestion du nettoyage assistée par ordinateur). « Nous nous posons aujourd'hui la question de prendre un outil tout ERP ou en full web, souligne le responsable. L'objectif est de pouvoir gagner en productivité, en performance, en traçabilité, en reporting et en communication avec nos clients. »

Des attentes multiples

« Chacun a son propre niveau d'intérêt dans la donnée », souligne Vianney Montagne, responsable informatique d'Elior Services. Le client a besoin de transparence et de connaître le niveau de service rendu, l'entreprise de propreté, elle, doit pouvoir suivre son activité sur chaque site. « Les données collectées sont très importantes pour faciliter l'élaboration de la paie, confirme Christophe Leclercq, chef de projet CTIP Conseil. La traçabilité des prestations est (aussi) un enjeu clé pour répondre aux exigences de transparence des clients. »

« La propreté demande d'avoir un outil d'aide à la décision basé sur la multitude de données existantes sur les clients et les salariés, observe Pascal Hernandez, responsable commercial chez Penbase. La traçabilité des prestations permet aux entreprises de facturer les prestations réalisées et non prévues au contrat. »



« Nos clients nous demandent des solutions de gestion basées sur le web, permettant d'optimiser leur activité et faciles à utiliser. Ils souhaitent baser leur métier sur la qualité », affirme Nicolas Fauvel, responsable de compte au sein du groupe Senef.

Pour Jean Piedanna, ingénieur commercial chez Teleric, les entreprises de propreté veulent des solutions simples et adaptées, qui permettent de maximiser la qualité de services : « La corrélation des données collectées sur le terrain est un enjeu majeur. Elle permet de fournir des informations pertinentes aux entreprises. »

« Les entreprises de propreté ont besoin de répondre aux problématiques de leurs clients et d'améliorer leur productivité, estime Philippe Moussy, responsable de SMS Solutions. L'information doit être globalisée sur un seul et même socle, pour pouvoir retrouver toutes les données et les traiter efficacement. »

« Les petites entreprises sont séduites

« La traçabilité des prestations est un enjeu clé pour répondre aux exigences de transparence des clients »

↑
2
Une vingtaine de professionnels, fournisseurs, entreprises de propreté et clients, étaient présents.

3
Jean Piedanna (Teleric) et Nicolas Fauvel (Senef, Progclean).

par les applications de contrôles qualité et de bons de travaux, explique Sandra Villary, d'Intersoft Solutions. Quand elles investissent, elles ne parviennent pas toujours à mettre en place la solution. Nous les accompagnons dans cette démarche. »

Des freins persistent

Une étude sur la transition numérique dans le secteur de la propreté a été réalisée par le Pôle études du Monde de la Propreté et le cabinet Accenture. « Nombre d'entreprises de propreté estiment qu'il n'y a pas à ce jour de solution intégrée de progiciel leur correspondant parfaitement, note Marc Guerrien, responsable du Pôle études. Plus généralement, elles signalent avec la transition numérique une augmentation des exigences des clients et de la performance, mais les gains de productivité sont souvent captés par ceux-ci. C'est un enjeu important pour les entreprises de propreté de valoriser commercialement leurs investissements en la matière. »

« Les entreprises ont parfois du mal à utiliser les solutions existantes », souligne Patricia Charrier-Izel, secrétaire générale du Fare Propreté et directrice du CTIP Conseil. Une commission Innovations et transition numérique a donc été mise en place au sein de la FEP pour les aider. La Branche va travailler sur un plan de transition vers le numérique. →



PHILIPPE MOUSSY
SMS SOLUTIONS

« La technologie doit permettre de valoriser la propreté. »



VIANNEY MONTAGNE
ELIOR SERVICES

« Le digital a une réelle valeur mais il faut réussir à lui donner une orientation correspondant aux attentes de ses collaborateurs et de ses clients. »



FRANÇOIS TABOUROT
MOVEWORK

«Le marché n'est pas assez mature pour projeter les enjeux de la qualité de service au sens large.»



PHILIPPE CARLES
SNCF

«La recherche de valeur est nécessaire pour savoir à quel moment du processus des opérations de propreté récupérer de la donnée.»

→ «Les solutions sont diffuses, témoigne Vianney Montagne. La consolidation des données constitue un défi majeur. Il ne faut pas oublier non plus les contraintes liées au RGPD.» Jessica Ribeiro, responsable QSSE et déléguée à la protection des données du groupe Puissance 5, le confirme: «il faut être très prudent dans la mise en place de tous ces outils de suivi, géolocalisation ou télépointage. Car le nouveau règlement européen est assez contraignant.»

«L'outil digital est plus réactif que nous. La technologie ne doit pas nous faire tomber dans la tyrannie de l'urgence. Il faut montrer au client que la data doit servir au niveau qualitatif pour améliorer les prestations de service délivrées. Nous ne pouvons pas approcher la transition numérique par le seul prisme de l'aspect économique vis-à-vis de nos clients, qui vont penser que le prix des prestations va diminuer», alerte Benjamin Le Thiez. «Le digital ne doit pas permettre de vendre moins cher mais d'amener une réelle valeur servicielle supplémentaire, qui s'achète à un juste prix», estime Patricia Charrier-Izel.

Quelles solutions ?

Intersoft solutions propose un ERP complet à partir duquel il a été développé des solutions de mobilité donnant la possibilité de réaliser des contrôles qualité et d'éditer

↑
1
Benjamin Mathieu
(Verizon Connect).

2
La table ronde s'est déroulée à Villejuif dans les locaux de la FEP.

3
Trois heures de débat sur la transition numérique.

des bons de travaux. «Nous amenons les TPE et PME à comprendre qu'ils peuvent avoir besoin de ce type d'outils», signale Sandra Villary. Penbase commercialise une solution de gestion des plannings et de télépointage. L'entreprise peut concevoir des interfaces pour relier le télépointage à d'autres systèmes. «Nous accompagnons nos clients et nous les formons aussi», complète Pascal Hernandez.

«Chez SMS, nous considérons la donnée collectée comme une donnée de gestion qui doit devenir exploitable pour l'entreprise de propreté», explique Philippe Moussy. Nous utilisons tous les moyens possibles à notre disposition pour capter un maximum d'informations.» La solution SMS a trois grandes briques applicatives, qui permettent de classer les données: exploitation, gestion RH, restitution. ERP de l'information de terrain, elle peut communiquer avec tous les autres systèmes (comptabilité, paie...). L'entreprise accompagne ses clients dans le paramétrage des solutions.

Teleric fournit un écosystème d'objets connectés terrain permettant de piloter les indicateurs de performances afin de répondre aux objectifs de service et optimiser la satisfaction des clients. «Notre équipe d'avant-vente propose une réponse adaptée avec des options à tiroirs (à titre gracieux), indique Jean



Piedanna. Une fois l'appel d'offres émis, nous sommes amenés à participer aux soutenances et parfois à faire une démonstration. Si l'entreprise de propreté remporte le marché, notre équipe de consulting met en place la solution clé en main et effectue le paramétrage.»

Le groupe Senef, avec la solution Progclean, commercialise un écosystème dédié aux entreprises de propreté (RH, devis et contrats, planification, paie etc.), composé de différents outils (pointage, suivi qualité...) pour équiper l'ensemble de leurs collaborateurs. « C'est une solution métier 100 % web. L'objectif est que l'entreprise n'ait rien à faire lors de la migration, précise Nicolas Fauvel. Nous réintégrons toutes les données de ses logiciels dans Progclean. » Différentes sessions de formation sont proposées et une phase d'accompagnement est prévue pour le démarrage.

Movework propose une suite logicielle full web et mobile, architecturée autour de différents modules : gestion de présence, suivi des processus métiers, workflow de gestion des événements, outil de formulaires, replanification dynamique des intervenants. « Nous avons l'ambition de faire passer les entreprises de facility services dans l'ère digitale, explique François Tabourot, directeur du business développement. Je rencontre régulièrement des dirigeants d'entreprise



4

Samy Ben Jazia
(Essity Tork),
Philippe Carles (SNCF)
et Philippe Moussy
(SMS Solutions).

5

Julien Glavier
(Challancin).

CHIFFRE

15 %

des entreprises
de propreté sont
équipées d'un
progiciel.

et des cabinets de conseils en stratégie pour qu'ils connaissent les solutions progicielles. »

« Nos solutions apportent un panel de réponses qui s'inscrivent dans une approche globale de nos clients, souligne Samy Ben Jazia, responsable communication et marketing pour l'Europe du Sud pour Essity. Avec le système Tork EasyCube - logiciel de gestion du nettoyage basée sur les données collectées en temps réel, notre historique des 4 dernières années, nous estimons à 20 % le gain en temps de nettoyage. Cet impact positif sur la productivité doit être transformé en apport de services complémentaires pour le client. Tork EasyCube permet aux agents de nettoyage d'anticiper les situations. Ils sont plus efficaces et valorisés dans leur travail ». Tork accompagne ses clients : en amont avec l'audit, la construction de la proposition et la mise en place de tests ; pendant avec le déploiement de la solution et la formation ; en aval, avec la présentation des données au client final et la réflexion sur de nouveaux plans de tournées. Intellitrail de Diversey permet de gérer un parc de machines (de marque Taski ou autres), en associant un système de géolocalisation (éviter les pertes) et le suivi d'exploitation de chaque autolaveuse (durée de fonctionnement, mesure des chocs subis par la machine, charge de la →



BENJAMIN LE THIEZ
ESSI

« La digitalisation doit permettre aux entreprises de propreté de se différencier tout en préservant leur rentabilité. »



JESSIRA RIBEIRO
PUISSANCE 5

« Le marché est très demandeur pour tendre vers une propreté 4.0 sur mesure. »



→ batterie). « Nous pouvons proposer la réaffectation de machines, ce qui permet de réduire les coûts. Un bon dimensionnement du parc améliore la productivité, ajoute Jacob Ziarnowski, Business Analyst chez Diversey. Par exemple, grâce au temps que l'on peut faire économiser à l'opérateur, il peut réaliser d'autres tâches. » Le fabricant dispose de nombreuses données qui permettent de connaître les attentes et de réaliser de la maintenance prédictive. Il met à disposition une plate-forme web, accessible aux entreprises de propreté pour exploiter les données collectées avec le système Intellitrail. « Nous signons un contrat avec notre client pour le partage des données et nous avons des business review régulières », souligne-t-il. « Nous remontons les données de la gestion de salariés mobiles et itinérants à travers la géolocalisation des véhicules, indique Benjamin Mathieu, responsable Nord-Est chez Verizon Connect. Des systèmes intelligents permettent de gérer les données de conduite, d'accidentologie et d'entretien des véhicules. Ils optimisent les déplacements et sécurisent aussi les personnes. Notre système permet de réels retours sur investissement. »

Interopérabilité et sécurisation des données

« Nous sommes au début d'une mutation et le sujet de l'interopérabilité

de plus en plus d'actualité », estime Philippe Moussy.

Rares sont les éditeurs comme SMS à proposer des solutions ouvertes. Certains, comme Teleric, utilisent des API publiques (interfaces de programmation applicative) qui permettent de s'interfacer avec toutes les solutions du marché les utilisant. « La mise en place d'API est importante pour l'avenir, reconnaît Nicolas Fauvel. Aujourd'hui, notre but est que le client ait toutes ses données centralisées dans l'ERP même lorsqu'il fait appel à d'autres éditeurs. »

« Sur les objets connectés, il existe une problématique forte de sécurité », ajoute Vianney Montagne. « Les données sont cryptées de l'objet jusqu'à l'arrivée sur le cloud. Des règles précises permettent de complexifier les mots de passe, qui sont aussi cryptés », note Jean Piedanna. « Le mode SAS que nous utilisons depuis toujours exige un haut niveau de sécurité », souligne pour sa part Philippe Moussy.

Le risque informatique fait partie des préoccupations des professionnels. « Je dois maîtriser la sécurité de l'information donnée à mon prestataire informatique, affirme Benjamin Le Thiez. Certaines de nos données sont très stratégiques. Nous avons besoin de garanties sérieuses, avec par exemple la norme Iso 27001. Une absence de garantie peut rendre frileuses les entreprises de propreté

1
Benjamin Garré (Lustral).

2
Jacob Ziarnowski (Diversey).

3
Samy Ben Jazia (Essity Tork).

à investir dans ce type de solutions. » Éditeurs de logiciels et hébergeurs doivent fournir des garanties pour rassurer sur la sécurité des données.

Quelle stratégie face aux données ?

« Chez Puissance 5, nous intégrons la digitalisation dans notre offre commerciale en expliquant que nous améliorons la productivité et que nous diminuons la pénibilité, affirme Jessica Ribeiro. Les agents sont mieux valorisés et l'utilisation de la mobilité connectée donne une meilleure image. C'est à la fois une question de bien-être et de performance. » Pour elle, il est important de préparer et accompagner les collaborateurs au travers des formations, notamment concernant le suivi d'activité et des outils technologiques. Puissance 5 a la volonté d'être force de proposition en matière d'exploitation des données. Mais l'entreprise se heurte à des limites juridiques et à des freins liés au vieillissement de la population par exemple.

« Le secteur est à l'aube de la transformation digitale, qui amènera par la suite d'autres modèles d'affaires, d'autres propositions de valeur pour anticiper les besoins », affirme François Tabourot. Deux grandes étapes existent : la transformation de la production, le changement de méthodes. « Il faut se situer →

WWW
Télécharger l'étude sur le transition numérique sur le site monde-proprete.com



→ au niveau des enjeux du client final. On parle de BtoBtoC. La propreté, l'accueil, la sécurité vont faire partie de l'expérience client», poursuit-il. Pour parvenir à transformer l'organisation du travail, la capacité de collecte devra être importante et des algorithmes d'intelligence artificielle devront permettre d'utiliser les données.

Pour Challancin, les informations relatives aux bâtiments connectés, comme le taux d'occupation ou la fréquentation, seront essentielles demain. « Nous réfléchissons beaucoup à de nouvelles prestations pour s'adapter aux évolutions des modes d'organisation du travail, comme le flex office, indique Julien Glavier, chef de projet pour la transition numérique. Il faut être capable d'adapter le management et d'accompagner les collaborateurs. La réaction en temps réel implique une logistique pointue et une flexibilité des organisations. » Des phases d'expérimentation seront nécessaires sur les sites clients. Lesquels devront être compréhensibles au départ, le temps que l'organisation se mette en place. Challancin commence à se structurer pour pouvoir intégrer et traiter les données. L'objectif est de tendre vers une propreté sur-mesure.

Vers de nouvelles offres

« Il est sans doute possible de créer de la valeur avec la transformation digitale, pour tendre vers le modèle

des prestations sur-mesure, explique Philippe Carles, acheteur stratégique à la SNCF, en charge de la propreté et du facility management. Il serait intéressant de croiser les données entre les contrôles qualité et la réalisation de la prestation, pour adapter les prestations à la qualité perçue qui est un élément important de satisfaction des voyageurs. » La SNCF incite ses prestataires à utiliser les données qu'elle met à disposition (data.sncf.com) et réfléchit avec eux pour inventer un modèle de collecte des données.

Au sein d'Elior Services, des équipes prennent en charge la transition digitale depuis plusieurs années. « Le digital doit être perçu comme un engagement différenciant. Nous nous devons d'offrir à nos clients un service unique, avec des prestations sur-mesure. En plus d'améliorer notre performance

« Les informations relatives aux bâtiments connectés, comme le taux d'occupation ou la fréquentation, seront essentielles demain »



1

Jean Piedanna
(Teleric).

2

Sandra Villary
(Intersoft Solutions).

3

Pascal Hernandez
(Penbase).

interne, le digital doit nous permettre de proposer à nos clients de nouvelles offres plus flexibles et personnalisées», se projette Vianney Montagne.

Essi a pour objectif de collecter des données pour mieux connaître ses clients et ainsi leur proposer des offres davantage sur-mesure (lire aussi l'article pages 22 à 27). « Nous devons mieux comprendre qui sont nos clients et même co-crée l'offre, explique Laurent Gonzalez, responsable marketing du groupe. Nous voulons être très différenciants et apporter une nouvelle proposition de valeur. Nous développons un nouvel outil en ce sens. » Cette démarche passe notamment par une communication différente et la mise en place d'un écosystème digital. Le site web doit devenir un outil pour proposer une réelle expérience du visiteur et créer un parcours client. « Jusqu'à présent, la transition numérique n'a pas transformé fondamentalement les métiers, mais elle accélère tous les processus, conclut Marc Guerrien. Avec le développement de l'internet des objets, de la data et de l'intelligence artificielle, les entreprises de propreté qui parviendront à collecter le mieux les données pourront proposer des offres de services optimisées. À terme, cette évolution pourrait entraîner un changement radical de leur activité, d'où l'importance de se saisir pleinement de cet enjeu stratégique. » ●