

E-JOURNAL @BUSINESSGRANDLYON

JANVIER 2002 - N°1 -



Les technologies au service de 20 PME du Grand Lyon

Créé en 1972 par le GIL Medef Lyon-Rhône et les grandes organisations professionnelles, CEFORALP accompagne les entreprises sur les voies de la compétitivité et de la réussite.

Face à une montée accrue de la complexité de la mondialisation des marchés, les PME doivent recourir aux technologies adaptées et donner à tous les compétences qui leur permettront d'en tirer le meilleur parti.

Loin des effets de mode notre dispositif @businessGrandLyon permet à 20 PME de s'approprier les technologies Internet et à en exploiter les potentialités. Comment les technologies Internet transforment-elles les modes de management ? Quelles nouvelles formes d'organisation et de gestion des ressources humaines ?

Notre conviction est que, dans les conditions actuelles de compétition intense, ce sont les hommes et l'organisation qui font la différence. CEFORALP innove en créant une nouvelle méthodologie @businessGrandLyon.

Odile Moinecourt
Directeur CEFORALP

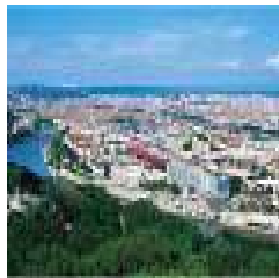
LE MOT DU GRAND LYON

Le Plan Lyonnais pour la Société de l'Information (PLSI) a été lancé pour faire de Lyon, d'ici à 5 ans, l'une des agglomérations les plus avancées au monde dans l'utilisation et la diffusion des Technologies de l'Information. En favorisant

une activité fondamentale pour la croissance économique et en mettant l'accent sur la démocratisation et l'accès aux connaissances, ce plan répond au double objectif de développement économique et d'insertion.

L'action collective @business Grand Lyon, initiée par Ceforalp, apparaît comme un dispositif particulièrement intéressant de soutien à la performance des entreprises.

Quelques PME ont saisi aujourd'hui l'importance des évolutions en cours et la manière dont les applications internet ont un impact sur toute leur activité. Certaines s'intéressent aujourd'hui au «e-business» et souhaitent être présentes sur Internet sans



pour autant avoir mis en oeuvre de véritable stratégie. Mais beaucoup d'entreprises connaissent également des difficultés à intégrer ces technologies.

L'appropriation de cet outil par les PME est un enjeu important pour une économie lyonnaise largement marquée par le commerce interentreprises. Plusieurs secteurs de l'agglomération lyonnaise sont directement

concernés : l'automobile, le textile, la logistique et le commerce de gros...

Des actions de sensibilisation, de formation, de conseil auprès des PME et des TPE de l'agglomération peuvent être à même de positionner les TIC comme facteur de modernisation pour les entreprises des secteurs traditionnels, et comme facteur de renforcement du tertiaire supérieur lyonnais.

Le Grand Lyon, avec d'autres partenaires (DRIRE, Europe, DRTEFP), soutient la mise en oeuvre de cette démarche de sensibilisation et d'accompagnement, qui permettra de renforcer la compétitivité des PMI du Grand Lyon en leur favorisant, par l'action collective, l'accès au «e-business» (Intranet, extranet...)

Lionel Martinez
Chargé de mission NTIC
Grand Lyon

« S'ADAPTER AUX CONTRAINTES »



Pierre-Marie Chevalier
Directeur
Rhône-Alpes Numérique
www.numera.org

La culture entrepreneuriale est un facteur de développement important en Rhône-Alpes.

Désormais, l'entreprise doit s'adapter aux profondes modifications du marché. Les relations avec les clients et les fournisseurs changent. Les contraintes du marché deviennent critiques et nécessitent d'imaginer des adaptations dans l'organisation du travail.

Le rythme de l'innovation technologique se poursuit. Le tissu de la recherche, les éditeurs et les intégrateurs de nouvelles technologies constituent un atout important de la région Rhône-Alpes.

Dans cette perspective, un certain nombre de nouvelles technologies se positionnent comme des outils support de l'adaptation de l'entreprise à l'évolution des marchés. L'objectif est d'apporter aux entreprises traditionnelles un éclairage sur les champs d'application de ces nouvelles technolo-

gies. Ainsi le dispositif @businessgrandlyon constitue une démarche qui doit permettre aux PME régionales d'entamer un processus d'intégration de ces nouvelles technologies avec deux enjeux :

- faire gagner du temps aux PME dans la conception et la mise en oeuvre de leurs projets TIC en balisant la piste et en favorisant la dissémination des meilleures pratiques;
- démystifier l'e-business pour favoriser l'établissement d'une intégration réussie.

LES ENTREPRISES SELECTIONNEES DU GROUPE 1

Nom de l'entreprise	Localité	Activité	Nom du responsable
AIP	Chassieu	Fabrication de pièces techniques en matières plastiques	Jean Maes
Alder	Chassagny	Fabrication de réservoirs et citernes métalliques	Philippe Ronot
BM Production	Genas	Ensemblier dans l'équipement des laboratoires produits frais	Jean-Paul Roure
Diazophot	Villeurbanne	Reprographie	Marc Denavit
LEI	Vaulx en Velin	Ingénierie, études techniques	Benoît Petiau
Lise Charmel	Lyon	Fabrication de dessous féminins	Philip Ferrere
ROHE France	Mions	Installation et maintenance de stations services	Jean-Luc Delabaere
Sofacome	Meyzieu	Fabrication de joints d'étanchéité	Jean-Jacques Vignon
Sorhea	Villeurbanne	Fabrication de barrières anti-intrusions	Yves Monneret
Vulcavite	Villeurbanne	Fabrication et vente de consommable pour la réparation des pneus	Antoine Leyendecker

« Et si c'était dans l'ancienne économie que devaient finalement s'imposer les NTIC de la nouvelle économie. Beaucoup plus lentement que prévu certes, mais avec une certaine irréversibilité »

« Comment contenter ses clients et ses fournisseurs sans favoriser ses concurrents ? »

POURQUOI PARTICIPENT-ILS ?

« Nous possédons un site "vitrine" Internet depuis 3 ans. Ce site est un acteur de notre croissance, mais il doit être mieux managé afin d'être plus efficace. Nous avons conscience que notre site n'est pas suffisamment mis à jour, qu'il manque de dynamisme. Nous souhaitons que notre communication par Internet ne soit plus en marge de notre activité commerciale, mais qu'elle entre totalement dans notre stratégie de développement. Notre site doit être une plateforme de travail et d'information pour nos clients et nos prospects, mais on doit être vigilant concernant la confidentialité des documents en ligne, afin d'éviter l'intrusion malveillante de la concurrence ou de l'espionnage industriel. »

Y.Monneret -Sorhea

« Optimiser les outils de relations internes de l'entreprise est pour nous un véritable challenge dans l'amélioration de la communication entre les divers collaborateurs de l'entreprise, dans la mesure où il apparaît dans notre Plan d'Amélioration de la Qualité ,

qu'un nombre important de dysfonctionnements proviennent souvent de problèmes de maîtrise, diffusion et circulation de l'information. »

Jl Delabaere -Rohé

« Notre entreprise a engagé une démarche réseau dès 1999, créé son site institutionnel en même temps et mis en place un site marchand en 2000. Nous souhaitons développer nos processus de conception notamment lors des opérations de développement externe et dans le cadre de nos relations clients/ fournisseurs à l'international. Cela s'inscrit dans notre plan stratégique à 3 ans comme une priorité essentielle. »

Jp Roure - BM Production



Table en inox fabriquée par BM Production

« Pour assurer notre développement dans un métier en mutation complète nous avons besoin d'inventer de nouveaux services en adéquation

avec les besoins changeants de nos clients.

L'objectif de la démarche avec CEFORALP est de construire une méthodologie cohérente, accompagnée des formations indispensables, la recherche et la sélection d'experts, dans le but d'améliorer notre site à des fins de prestations de services. »

M.Denavit -Diazophot

« Petite structure de 27 MF de CA, dans un métier relativement ancien, nous recherchons dans le projet @businessGrandLyon, un moyen pratique, sûr et peu cher de réaliser une action intranet entre nos sites parisiens et lyonnais. Par ailleurs nous escomptons développer une action marketing et communication de recherche de prospects grâce à l'outil Internet. Fondamentalement, nous escomptons une amélioration de l'ensemble de nos salariés par rapport à l'appropriation de l'outil Internet. »

Jj Vignon - Sofacome

« Un diagnostic est nécessaire avant de me lancer dans un site. Le développement important et durable de mon entreprise à l'international passe par Internet. De plus, cela me permettra de prendre un avantage concurrentiel, mes principaux concurrents étant étrangers et de taille mondiale. »

A. Leyendecker- Vulcavite

« La démarche @businessGrandLyon va me permettre d'établir une stratégie Internet au service de la compétitivité de mon entreprise. Pour la mettre en œuvre un accompagnement en

matière de conseil, d'expertise technique et de formation facilitera l'internalisation de pratiques innovantes. »

B. Petiau LEI



Couvercle injecté produit par AIP

« L'adhésion de notre société au @business proposé par CE-FORALP est une opportunité de progrès importante.

La taille de notre entreprise ne nous permettait pas la mise en œuvre d'un tel programme.

Ce projet nous permettra de développer notre communication interne à court terme.

L'évolution des relations commerciales de nos clients et prospects connaissent une mutation importante, par conséquent le développement de nos intérêts commerciaux passent par internet. La capacité de cet outil nous accompagnera dans notre développement commercial national et international. »

C. Tamburini- AIP

« La démarche me permet de définir une stratégie Internet au service de la compétitivité de mon entreprise »

RETOUR SUR LE PREMIER SEMINAIRE DIRIGEANTS

Le premier séminaire dirigeants a eu lieu le vendredi 23 novembre 2001 à l'hôtel restaurant « Soleil et Jardin » de Solaize.

Appréhender, comprendre la démarche @business GrandLyon pour réussir sa mise en œuvre tel était le but de cette journée.



Des élèves studieux...

Réunis autour de la table, chefs d'entreprises et experts ont échangé et partagé leur point de vue sur le e-business.

La matinée a été consacrée à la présentation des domai-

nes d'intervention pertinents du e-business dans l'entreprise (relations clients, relations fournisseurs et proces-

sus internes) et à la présentation du guide de diagnostic approfondi. La méthodologie créée en partenariat avec HEC Paris permet de déterminer des plans d'actions opérationnels dans les entreprises.

Après le déjeuner, chacun a pu mettre en application ce qu'il a appris le matin en travaillant sur l'étude de cas e-duMat.

Réussir la communication

interne, choisir son web-pilote, identifier les acteurs et préparer la venue de consultants tels sont les thèmes qui ont été abordés en clôture du séminaire.

Frédéric Bellotti



...et des experts concentrés

« Impulser une dynamique de groupe et s'approprier la démarche sont les deux objectifs prioritaires du séminaire dirigeants »

LES PARTENAIRES DE LA DEMARCHE

Grand Lyon :

www.grandlyon.com

DRIRE Rhône-Alpes :

www.rhone-alpes.drire.gouv.fr/

DRTEFP

www.sdtefp-rhone-alpes.travail.gouv.fr/

Europe

www.europa.eu.int

Chambre de Commerce et d'industrie de Lyon

www.lyon.cci.fr

Pôle Productique

www.productique.org

Agence du Numérique :

www.numera.org

« Un but commun : Favoriser l'introduction du e-business dans les PME »

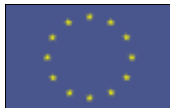
Info flash : du 24 au 26 avril se tient le salon du e-business à Eurexpo
www.expo-ebusiness.com

CEFORALP

Architectes de votre compétitivité

**Ceforalp 66 avenue Jean Mermoz
BP 8048 Lyon Cedex 08**

Téléphone : 04 78 77 00 55
Télécopie : 04 78 77 04 78
ebusinessgrandlyon@ceforalp.com



Communauté Européenne
Fond social Européen



LE MOT DU CHEF DE PROJET

Les outils de la démarche :

Le premier groupe d'entreprises entre maintenant dans la phase opérationnelle. Pour réussir la mise en oeuvre de son plan d'actions, le Web-Pilote (WP) bénéficie d'une boîte à outils composée de :

- demi-journées de conseil accompagnement
- journées d'expertise technique ou de développement
- modules de formation

Le conseil accompagnement

Le consultant qui a réalisé le diagnostic stratégique avec le dirigeant revient en entreprise au tiers et au deux tiers de la réalisation du plan d'actions.

Sa mission est de jalonner les tâches du WP et ainsi éviter que le quotidien ne reprenne trop rapidement le dessus. Lors de ses visites, il sera en mesure de conseiller le WP sur les actions en cours et à venir mais aussi entreprendre des actions correctives en cas de nécessité.

L'expertise technique

Pour la réalisation physique du site, le WP fera appel à des experts ou des SSII spécialisées. Dans le cadre de la démarche, une expertise technique représentant approximativement 5 jours de travail (variable selon les prix du prestataire) est prévue à cet effet.

Elle peut être utilisée pour des prestations de développement, d'infographie et de conseils sur des choix techniques ou de logiciels. Elle ne finance pas d'investissement spécifique. Le WP à libre choix de son prestataire mais peut bénéficier d'une liste d'experts validés auprès du chef de projet.

La formation

La formation du WP :

Pour réussir sa mission, le web-pilote bénéficie de 6 jours de formation. Elle est décomposée en un tronc commun obligatoire et des modules optionnels à choisir en fonction du plan d'actions à mettre en oeuvre.

La formation est scindée en un tronc commun (4 jours) et 4 demi-journée à choisir en fonction du plan d'actions :

Modules obligatoires :

- comprendre et appréhender la démarche (1/2 journée)
- l'environnement Internet (1/2 journée)
- la gestion de projet (1 jour)
- établir un cahier des charges auprès d'une SSII (1 jour)
- la sécurisation (1 jour)

4 demi-journées seront à choisir parmi des modules créés en fonction des plans d'actions.

Les connaissances nécessaires sont apportées lors de formation Inter-entreprises pour favoriser les transferts de bonnes pratiques et plus généralement l'action collective et deviendront des compétences attestées après la réussite du plan d'actions.

La formation de l'équipe projet :

Un accompagnement est prévu dans la démarche pour adapter les salariés aux mutations organisationnelles et technologiques induites par l'introduction du e-business.

Chaque entreprise bénéficie de 10 journées de formation pour 1,2 ou 3 salariés. Soit de 10 à 30 jours/homme de formation répartis sur plusieurs modules.

Le choix des séminaires de formation est effectué en fonction des besoins du WP pour la mise en oeuvre de son plan d'actions en accord avec le chef de projet.

Elle concerne les personnels impactés par la mise en oeuvre du plan d'actions et est prioritairement ouverte aux collaborateurs les moins qualifiés.

Ces trois outils sont au service de la réussite du plan d'actions, pour que l'ensemble de l'entreprise converge vers la e-PME de demain.

A vos calendriers....

Lionel Poinot

Une équipe à votre service



Lionel Poinot
Chef de projet



Frédéric Bellotti
Chargé de mission

Cette publication est le journal interne du programme @businessGrandLyon, édité par CEFORALP.
Responsable de publication : L. Poinot
Réalisation : Diazophot
© CEFORALP 2002
Reproduction interdite sans l'accord écrit de CEFORALP.
Publication gratuite