

GESTION ELECTRONIQUE DE DOCUMENTS

Mobivia Groupe (ex Norauto Groupe) met le turbo avec Jalios/JCMS, pour renforcer sa communication interne

Mobivia Groupe cherchait une solution unifiée pour améliorer sa communication institutionnelle, mais aussi valoriser et mieux partager le savoir-faire de ses différentes enseignes. Il a choisi la plateforme collaborative de Jalios pour sa couverture fonctionnelle étendue et intégrée, sa convivialité et sa facilité de paramétrage et d'utilisation.



Mobivia GROUPE

www.mobiviagroupe.com

Mobivia Groupe en bref :

Activité : Fort de 40 ans de développement en France et dans le monde autour de l'équipement et l'entretien automobile, Mobivia Groupe regroupe aujourd'hui 6 enseignes complémentaires (Norauto, Midas, Maxauto, Auto5, Carter-Cash, Synchro Diffusion) et développe de nouvelles activités autour des nouvelles mobilités.

Chiffre d'affaires 2009 :
1,3 milliard d'euros (hors franchise).

Effectif :
Plus de 9 500 collaborateurs répartis dans 11 pays à travers le monde.

OBJECTIFS

Valoriser les savoirs internes, faire vivre la culture de l'entreprise, gagner en efficacité en développant la communication et la collaboration au sein des différentes enseignes du groupe.

SOLUTION RETENUE
JCMS de l'éditeur Jalios

LE DEFI

Implanté dans 11 pays à travers 6 enseignes spécialisées dans l'entretien et l'équipement automobile, Mobivia Groupe souhaitait développer la communication et la collaboration au sein de ses différentes entités. Son objectif était de mettre en place une plateforme unifiée, qui lui permettrait de rationaliser la communication institutionnelle au niveau du groupe, mais aussi d'intégrer les nombreux portails Intranet, qui avaient été développés dans les différents pays où l'entreprise est présente. « *Nous voulions, à la fois, garantir à la direction une vision claire de la diffusion des informations institutionnelles, tout en permettant aux entités du groupe de créer des communautés au sein d'espaces collaboratifs. Le défi était de valoriser le savoir de l'entreprise, en améliorant la qualité des contenus produits et en diversifiant les producteurs d'informations. Mais il s'agissait aussi de gagner en efficacité en simplifiant les processus et en trouvant de nouvelles synergies entre les équipes* », explique Anne Roussel, responsable du domaine RH et de la communication à la DSI.

LE CHOIX DE LA SOLUTION

Le groupe voulait capitaliser sur une solution unique qui prendrait en compte tous les besoins de communication, de coordination et de coopération qui ne sont pas gérés par le SI métier : gestion documentaire, communication interne et à destination des partenaires, espaces projets, espaces collaboratifs, etc. La couverture fonctionnelle étant particulièrement vaste et la demande importante au niveau des futurs utilisateurs, la DSI se fait accompagner par la société de conseil Clever Age pour le recueil des besoins, la sélection des meilleures plateformes du marché et la réalisation des premiers pilotes. En short list, elle étudie les maquettes de JCMS et de Liferay – Alfresco, une suite d'outils Open source, alliant GED et portails. « *Au final, nous avons retenu la plateforme de Jalios, pour sa simplicité d'utilisation, sa large couverture fonctionnelle, mais aussi son intégration et la capacité de l'éditeur à nous accompagner dans le temps dans le développement de notre applicatif. Nous avons également été séduit par les possibilités de connexion proposées par cet outil qui permettent de plugger des modules spécifiques, que nous pourrions développer en interne* », confie Anne Roussel.

➤ L'ANALYSE DU CXP

Jalios JCMS, une plateforme portant une vision Entreprise de la communication métier



par Jenny de Montaigne,
Analyste, Le CXP
(Gestion de Contenus, KM,
Collaboration)

La Gestion de Contenus est un domaine mature, les fonctions de base sont correctement assurées par l'offre et les produits couvrent un spectre fonctionnel vaste. Mais les besoins de Mobivia Groupe étaient marqués par des contraintes fortes (et discriminantes en termes de choix d'outils et de fournisseur). Contraintes induites d'abord par la structure de l'entreprise, à savoir un grand nombre d'entités (20 à 30) réparties sur 9 pays européens, dont il s'agissait de fédérer les référentiels documentaires et d'unifier les outils de communication et de partage d'informations, mais aussi par des aspects culturels, comme l'usage intensif de canaux de communications non maîtrisés (messageries, intranets locaux...).

Il fallait donc, pour que se rencontrent les besoins du groupe européen et une proposition éditeur, plusieurs caractéristiques « avancées ». La première est que JCMS se positionne comme une véritable plateforme (et pas une application de GED), susceptible de porter une vision d'entreprise globale à travers un portail. C'est-à-dire, notamment, de fédérer les initiatives locales (Intranets, CMS...).

Le second enjeu est la capacité à gérer des volumétries importantes, et à suivre l'évolution des populations d'utilisateurs et des univers documentaires : documents structurés (issus des applications de gestion), non structurés (bureautique), multimédia (dans les newsletters)... sans oublier les contenus informels échangés sur les médias sociaux, et que les entreprises cherchent maintenant à capitaliser. Dans ce registre, JCMS se prévaut d'une robustesse et d'une « scalabilité » reconnues.

Autre impératif, pour répondre à une culture d'entreprise reposant sur des interactions continues, la possibilité pour la plateforme de Contenus de s'interfacer et d'échanger avec les applications métier, de manière transparente pour les utilisateurs finals et pérenne (malgré des changements de versions).

Enfin, la capacité de l'éditeur français à accompagner la mise en œuvre de son produit a permis le transfert de compétences nécessaire à l'autonomie souhaitée par l'entreprise.

LE DEROULEMENT DU PROJET

Lancé en janvier 2009, le projet est mené en interne, afin d'acquérir le plus rapidement possible les compétences sur une plateforme relativement souple à mettre en œuvre. « Notre idée était de capitaliser sur les portails déjà en place dans ces business units, en mettant mieux en valeur l'existant et en facilitant le partage de l'information : publication structurée, non structurée ou multi-format, classification par rubriques ou mots clés, création de formulaires, de pop-up d'alerte... Nous voulions aussi donner de la cohérence à l'ensemble des contenus et des services qui seraient développés avec le nouvel outil en créant des socles communs, qui permettraient ensuite à chaque entité de déployer facilement ses propres espaces d'échanges ». Les premiers développements démarrent dès avril 2009 avec la création d'un portail dédié aux problématiques de développement durable. « En moins d'un an, nous avons ensuite enchaîné six projets en France et en Espagne, et les demandes ne cessent d'affluer. Si les besoins sont bien exprimés et suffisamment cadrés, la réalisation d'un nouveau portail peut être très rapide », reconnaît Anne Roussel. Les contributeurs sont, quant à eux, recrutés en priorité dans les services centraux, mais l'objectif est d'étendre le processus à toutes les entités du groupe.

LES PRINCIPAUX RÉSULTATS

Après un an et demi d'utilisation, le bilan est très positif. « En Espagne, la mise en place d'une Newsletter a considérablement amélioré la communication interne des services centraux vers les centres auto. Et cela a permis de supprimer 60 % des mails qui arrivaient en magasins. Nous avons également d'excellents retours des Portails CarterCash et Maxauto, qui centralisent les informations des centrales et permettent de créer du lien entre les magasins et les services. Aujourd'hui, tous les centres auto de ces deux enseignes et tous les franchisés ont adopté l'outil et le consultent régulièrement avant de contacter le siège. Qui plus est, grâce à la facilité de diffusion de l'information pour les administrateurs, le nombre de mails et de courriers en rapport avec le contenu de l'Intranet a été divisé par deux ».

D'ici à la fin 2010, le groupe aura lancé un nouveau Portail en Espagne, qui regroupera toute la documentation locale de l'entreprise (quelques milliers de documents) et il proposera les usages du Web 2.0 en France et de l'autre côté des Pyrénées. « Nous voulons offrir à toutes nos business units un point d'accès unique à tous les documents que nous avons dans notre GED (documentation sur les produits et services du groupe, l'innovation, les bonnes pratiques...), mais également diffuser en ligne et de manière dynamique de l'actualité et de l'information sous forme de vidéos, d'animations Flash ou de photos », confie Anne Roussel.

Propos rapportés par Christiène Brancier